

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

จากการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร และเพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการ รวมถึงการเสนอแนะแนวทางในการให้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร

### สรุปผลการศึกษา

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว ซึ่งมีรายได้ตั้งแต่ 5,000 – 10,000 บาท และต่ำกว่า 5,000 บาท ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร รองลงมาคืออาศัยอยู่กรุงเทพมหานคร

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีร้านอาหารประจำ โดยชอบรับประทานอาหารทะเลมากที่สุด และส่วนใหญ่เลือกที่จะสั่งอาหารประเภทยำ และเลือกอาหารประเภทต้ม/แกง เป็นอันดับต่อมา โดยส่วนใหญ่เลือกที่จะสั่งน้ำเปล่า รองลงมาคือน้ำอัดลม และเบียร์ เป็นเครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกสั่งน้อยที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกนั่งในบริเวณที่โล่งมากที่สุด รองลงมาคือบริเวณใกล้น้ำ และบุคคลที่มีส่วนสำคัญมากที่สุดในการชักชวนไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร คือ บุคคลในครอบครัว โดยเลือกโอกาสในวันหยุดที่จะใช้บริการร้านอาหารมากที่สุด

วันอาทิตย์ เป็นวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่จะไปใช้บริการร้านอาหารมากที่สุด รองลงมาคือวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาในช่วง 17.01-21.00 น. มากที่สุด และใช้

บริการร้านอาหาร 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ใช้บริการครั้งละ 1-2 ชั่วโมง และไปใช้บริการครั้งละ 3-4 คนมากที่สุด โดยใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการในร้านอาหาร 500-1,000 บาทมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สั่งอาหารโดยดูตามเมนู/รายการอาหาร และสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร คือ เพื่อนแนะนำ และอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครน้อยที่สุด และสาเหตุหลักที่ใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสาคร คือ แนะนำโดยเพื่อนหรือผู้อื่น รองลงมาคือได้รับประทานอาหารทะเล สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประทับใจเมื่อมาใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร คือ อาหาร และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้จ่ายเงินเองเมื่อเข้ามาใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร**

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านบุคคล, ปัจจัยด้านกระบวนการ, ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยในแต่ละปัจจัยมีรายละเอียด ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญระดับมากตามลำดับ คือ อาหารมีความสะอาดน่ารับประทาน, อาหารมีรสชาติอร่อย, ความหลากหลายของรายการอาหาร, มีอาหารจานเด็ด/อาหารแนะนำ, อาหารมีการจัดวางสวยงาม และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลางตามลำดับ คือ รสชาติของเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้), มีความหลากหลายของเครื่องดื่ม และมีของหวานพิเศษ

**ปัจจัยด้านราคา (Price)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญระดับมากตามลำดับ คือ มีการบริการการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต, ป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นอย่างชัดเจน และราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่

ให้ความสำคัญระดับมากตามลำดับ คือ ทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่พักอาศัย, ทำเลที่ตั้งไม่พลุกพล่านหรือแออัดเกินไป และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลางตามลำดับ คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนสามารถไปทำธุระอื่นได้, ทำเลที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไป-มา สะดวก และทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน

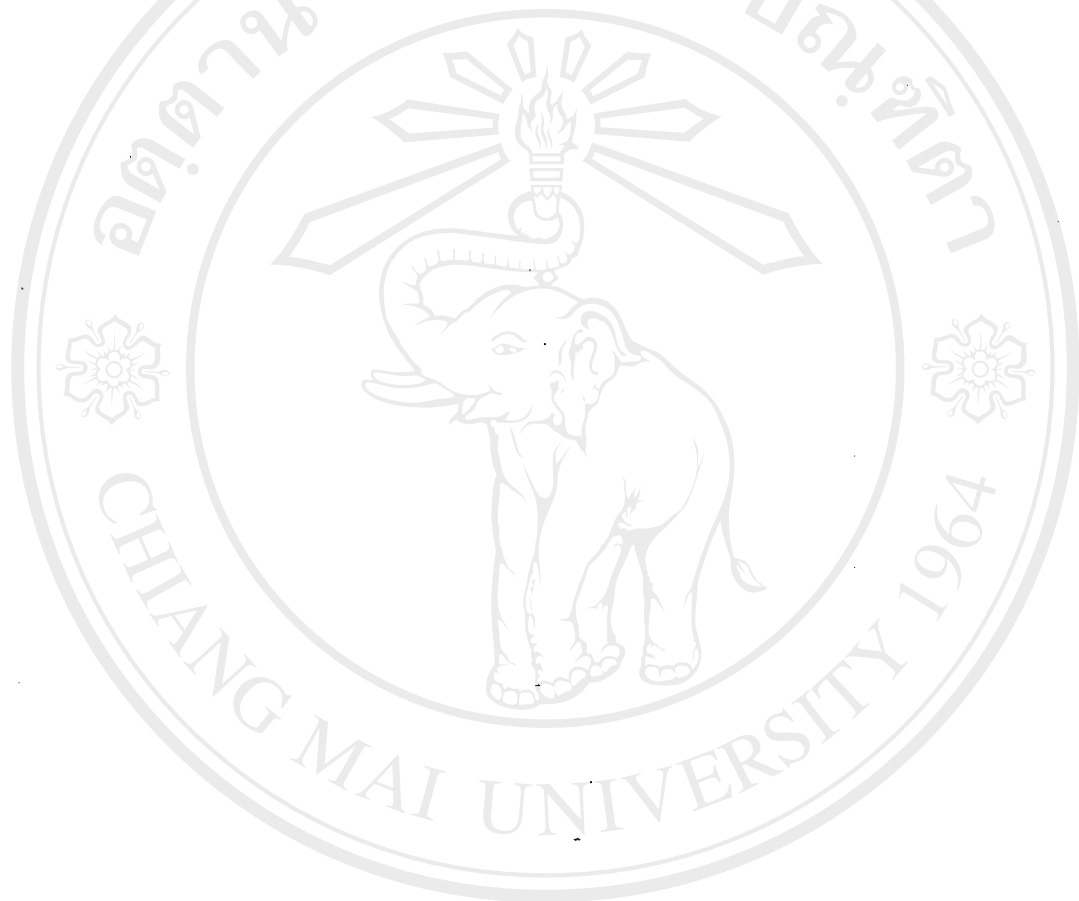
**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากตามลำดับ คือ มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาทางสื่อต่างๆ, มีการส่งเสริมการขายโดยมีบัตรลดราคาค่าอาหาร, มีป้ายร้านที่แสดงการให้บริการอย่างชัดเจน และมีส่วนลด

**ปัจจัยด้านบุคคล (People)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากตามลำดับ คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน, พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้, พนักงานมีความชำนาญในการปฏิบัติงาน สามารถสื่อสาร/อธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้, พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าระหว่างรับประทานอาหาร, พนักงานสามารถจัดหาที่นั่งเหมาะสมตรงตามความต้องการของลูกค้า และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลางตามลำดับ คือ พนักงานแต่งกายสะอาด มีบุคลิกที่ดี และบริการด้วยความสุภาพ และพนักงานให้การต้อนรับและอวยยศไม่ตรีที่ดี

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากตามลำดับ คือ ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด สะอาดเรียบร้อย, บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง, ห้องน้ำสะอาด และมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า, บรรยากาศในร้านให้ความรู้สึกปลอดภัย, จัดโต๊ะไว้บริการอย่างกว้างขวางเพียงพอ, มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ และปลอดภัย, เปิดบริการมานานแล้ว, อุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะมีให้บริการอย่างเพียงพอ, ชื่อร้านเป็นสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย, ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก, การตกแต่งภายนอกและภายในสวยงามดูดี และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลางตามลำดับ คือ มีวงดนตรีเล่น หรือเปิดเพลงให้ฟัง, มีคาราโอเกะ และมีสนามเด็กเล่น

**ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากตามลำดับ คือ บิลเก็บเงินมีการแสดงให้ชัดเจน, อาหารที่ได้รับตรงตามความ

ต้องการ, ให้บริการด้วยความถูกต้อง ในเวลาที่รวดเร็ว, แคนเชิยร์คิดเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว, ให้บริการแก่ลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคทัดเทียมกัน, เมื่อเกิดปัญหา ทางร้านสามารถจัดการกับปัญหาได้อย่างเหมาะสม, เวลาเปิด-ปิด ของร้าน สะดวกในการใช้บริการ, มีบริการจองโต๊ะล่วงหน้า, มีการทบทวนรายการอาหารกับลูกค้าทุกครั้ง และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญระดับปานกลางตามลำดับ คือ มีการสอบถามความต้องการใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง และมีการแนะนำ ส่วนลดก่อนให้บริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามตัวแปรประชากรศาสตร์

ตารางที่ 54 แสดงปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี (38 คน)	20-30 ปี (93 คน)	31-40 ปี (85 คน)	41-50 ปี (63 คน)	มากกว่า 50 ปี (21 คน)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-อาหารมีความสดสะอาด นำรับประทาน -อาหารมีรสชาติอร่อย -ความหลากหลายของ รายการอาหาร	-อาหารมีรสชาติอร่อย -อาหารมีความสดสะอาด นำรับประทาน -ความหลากหลายของ รายการอาหาร	-อาหารมีรสชาติอร่อย -อาหารมีความสดสะอาด นำรับประทาน -ความหลากหลายของ รายการอาหาร	-อาหารมีความสดสะอาด นำรับประทาน -อาหารมีรสชาติอร่อย -ความหลากหลายของ รายการอาหาร	-อาหารมีความสดสะอาด นำรับประทาน -อาหารมีรสชาติอร่อย -ความหลากหลายของ รายการอาหาร
ปัจจัยด้านราคา	-มีการบริการชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตรา ค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความ เหมาะสมกับคุณภาพและ ปริมาณ	-มีการบริการชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตรา ค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความ เหมาะสมกับคุณภาพและ ปริมาณ	-มีการบริการชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตรา ค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความ เหมาะสมกับคุณภาพและ ปริมาณ	-มีการบริการชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตรา ค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความ เหมาะสมกับคุณภาพและ ปริมาณ	-มีการบริการชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตรา ค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความ เหมาะสมกับคุณภาพและ ปริมาณ

ตารางที่ 54 (ต่อ)

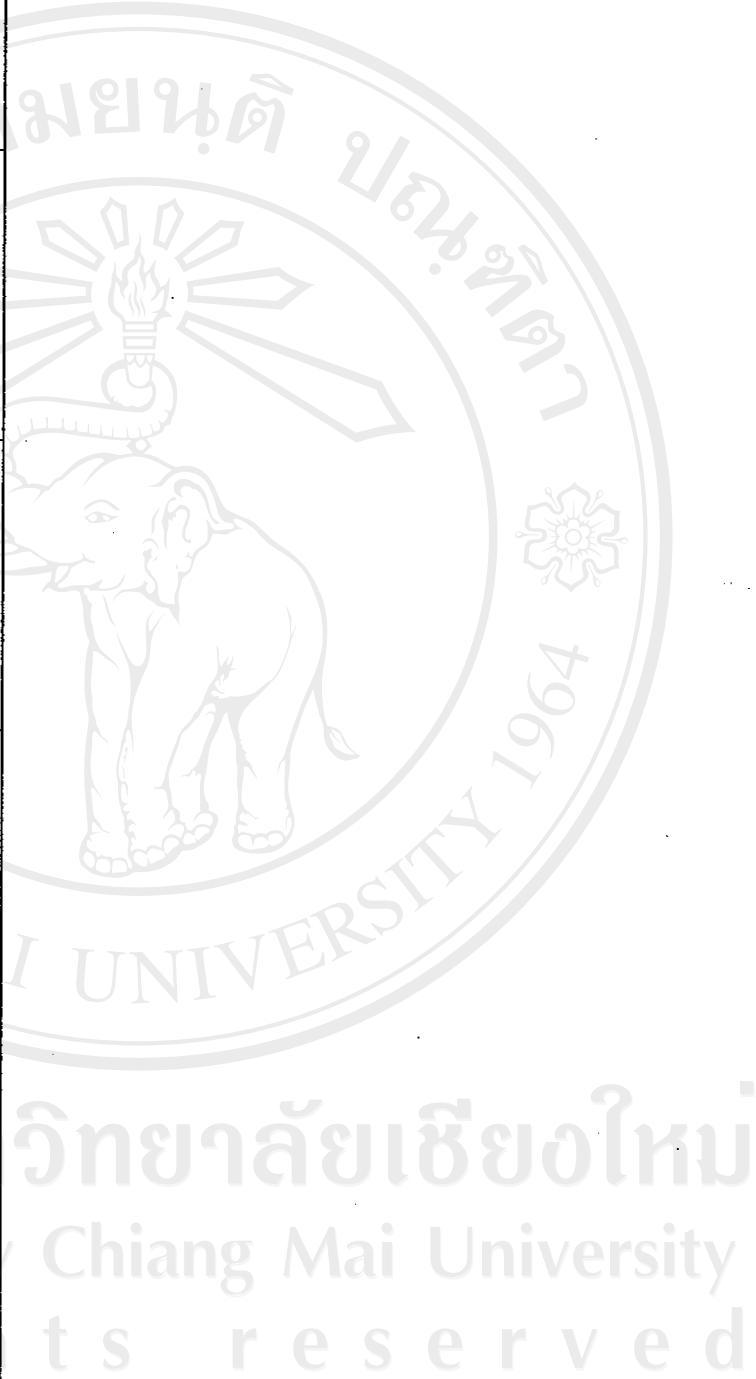
ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี (38 คน)	20-30 ปี (93 คน)	31-40 ปี (85 คน)	41-50 ปี (63 คน)	มากกว่า 50 ปี (21 คน)
ปัจจัยด้านช่องทาง จำหน่าย	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่ พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งไม่พลุกพล่าน หรือแออัดเกินไป -ทำเลที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ ไป-มา สะดวก	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่ พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งไม่พลุกพล่าน หรือแออัดเกินไป -ทำเลที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ ไป-มา สะดวก	-ทำเลที่ตั้งไม่พลุกพล่าน หรือแออัดเกินไป -ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่ พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งอยู่ย่านชุมชน สามารถไปทำธุระที่อื่นได้	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่ พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งไม่พลุกพล่าน หรือแออัดเกินไป -ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่ พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งไม่พลุกพล่าน หรือแออัดเกินไป -ทำเลที่ตั้งอยู่ย่านชุมชน สามารถไปทำธุระที่อื่นได้
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีป้ายร้านที่แสดงการ ให้บริการอย่างชัดเจน, -มีส่วนลด	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีการส่งเสริมการขายโดย มีบัตรลดราคาค่าอาหาร -มีป้ายร้านที่แสดงการ ให้บริการอย่างชัดเจน,	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีการส่งเสริมการขายโดย มีบัตรลดราคาค่าอาหาร -มีป้ายร้านที่แสดงการ ให้บริการอย่างชัดเจน,	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีการส่งเสริมการขายโดย มีบัตรลดราคาค่าอาหาร -มีส่วนลด	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีการส่งเสริมการขายโดย มีบัตรลดราคาค่าอาหาร -มีส่วนลด

## ตารางที่ 54 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี (38 คน)	20-30 ปี (93 คน)	31-40 ปี (85 คน)	41-50 ปี (63 คน)	มากกว่า 50 ปี (21 คน)
ปัจจัยด้านบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> <li>-พนักงานมีความพร้อม</li> <li>กระตือรือร้นในการ</li> <li>ทำงาน</li> <li>-พนักงานที่ให้บริการมี</li> <li>จำนวนเพียงพอ เพื่อ</li> <li>อำนวยความสะดวกแก่</li> <li>ลูกค้าระหว่างรับประทาน</li> <li>อาหาร</li> <li>-พนักงานมีความชำนาญ</li> <li>ในการปฏิบัติงานสามารถ</li> <li>สื่อสารอธิบายรายละเอียด</li> <li>ต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-พนักงานมีความชำนาญ</li> <li>ในการปฏิบัติงานสามารถ</li> <li>สื่อสารอธิบายรายละเอียด</li> <li>ต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้</li> <li>-พนักงานที่ให้บริการมี</li> <li>จำนวนเพียงพอ เพื่อ</li> <li>อำนวยความสะดวกแก่</li> <li>ลูกค้าระหว่างรับประทาน</li> <li>อาหาร</li> <li>-พนักงานมีความชำนาญ</li> <li>ในการปฏิบัติงานสามารถ</li> <li>สื่อสารอธิบายรายละเอียด</li> <li>ต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-พนักงานมีความพร้อม</li> <li>กระตือรือร้นในการ</li> <li>ทำงาน</li> <li>-พนักงานมีความชำนาญ</li> <li>ในการปฏิบัติงานสามารถ</li> <li>สื่อสารอธิบายรายละเอียด</li> <li>ต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-พนักงานมีความชำนาญ</li> <li>ในการปฏิบัติงานสามารถ</li> <li>สื่อสารอธิบายรายละเอียด</li> <li>ต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้</li> <li>-พนักงานมีความชำนาญ</li> <li>ในการปฏิบัติงานสามารถ</li> <li>สื่อสารอธิบายรายละเอียด</li> <li>ต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-พนักงานมีความพร้อม</li> <li>กระตือรือร้นในการทำงาน</li> <li>-พนักงานมีความชำนาญ</li> <li>ต่อลูกค้า นำเชือถือ และ</li> <li>ไว้วางใจได้</li> <li>-พนักงานที่ให้บริการมี</li> <li>จำนวนเพียงพอ เพื่อ</li> <li>อำนวยความสะดวกแก่</li> <li>ลูกค้าระหว่างรับประทาน</li> <li>อาหาร</li> </ul>
ปัจจัยด้านกายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>-มีห้องน้ำสะอาด และมี</li> <li>จำนวนเพียงพอต่อจำนวน</li> <li>ลูกค้า</li> <li>-บรรยากาศในร้านให้</li> <li>ความรู้สึกปลอดภัย</li> <li>-ภายในกว้างขวาง โถง ไม่</li> <li>อึดอัด สะอาด เรียบร้อย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ภายในกว้างขวาง โถง ไม่</li> <li>อึดอัด สะอาด เรียบร้อย</li> <li>-บรรยากาศของร้านเป็น</li> <li>กันเอง</li> <li>-จัดโต๊ะไว้รองรับบริการ</li> <li>อย่างกว้างขวาง เพียงพอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ภายในกว้างขวาง โถง ไม่</li> <li>อึดอัด สะอาด เรียบร้อย</li> <li>-บรรยากาศในร้านให้</li> <li>ความรู้สึกปลอดภัย</li> <li>-บรรยากาศของร้านเป็น</li> <li>กันเอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ภายในกว้างขวาง โถง ไม่</li> <li>อึดอัด สะอาด เรียบร้อย</li> <li>-จัดโต๊ะไว้รองรับบริการ</li> <li>อย่างกว้างขวาง เพียงพอ</li> <li>-มีห้องน้ำสะอาด และมี</li> <li>จำนวนเพียงพอต่อจำนวน</li> <li>ลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ภายในกว้างขวาง โถง ไม่</li> <li>อึดอัด สะอาด เรียบร้อย</li> <li>-เปิดบริการมานานแล้ว</li> <li>-บรรยากาศของร้านเป็น</li> <li>กันเอง</li> </ul>

ตารางที่ 54 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี (38 คน)	20-30 ปี (93 คน)	31-40 ปี (85 คน)	41-50 ปี (63 คน)	มากกว่า 50 ปี (21 คน)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	-อาหารที่ได้รับตรงตาม ความต้องการ -บิลเก็บเงินมีการแสดงให้ เห็นชัดเจน -แคชเชียร์คิดได้เงิน ถูกต้อง รวดเร็ว	-บิลเก็บเงินมีการแสดงให้ เห็นชัดเจน -ให้บริการด้วยความ ถูกต้อง ในเวลาที่รวดเร็ว -แคชเชียร์คิดได้เงิน ถูกต้อง รวดเร็ว	-บิลเก็บเงินมีการแสดงให้ เห็นชัดเจน -ให้บริการแก่ลูกค้าทุกราย อย่างเสมอภาคทัดเทียมกัน -ให้บริการด้วยความ ถูกต้อง ในเวลาที่รวดเร็ว	-อาหารที่ได้รับตรงตาม ความต้องการ -บิลเก็บเงินมีการแสดงให้ เห็นชัดเจน -ให้บริการด้วยความ ถูกต้อง ในเวลาที่รวดเร็ว	-บิลเก็บเงินมีการแสดงให้ เห็นชัดเจน -เวลาเปิดปิดของร้าน สะดวกในการใช้บริการ -แคชเชียร์คิดได้เงิน ถูกต้อง รวดเร็ว





### ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามอายุ

พบว่า ทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อทุกๆ ปัจจัยสูงกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ยกเว้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญสูงกว่า โดยในแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยปัจจัยย่อยอาหารมีความสด สะอาด นำรับประทาน เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด สำหรับผู้ที่มีอายุในช่วงต่ำกว่า 20 ปี, 41-50 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ในขณะที่ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี นั้น ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด คือ อาหารมีรสชาติอร่อย

**ปัจจัยด้านราคา (Price)** พบว่า ผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากที่สุด โดยปัจจัยย่อยมีการบริการการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดในทุกกลุ่มอายุ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)** พบว่า ผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่พักอาศัย เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด สำหรับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี, 20-30 ปี 41-50 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ในขณะที่ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี นั้น ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งไม่พลุกพล่านหรือแออัดเกินไป

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** พบว่า ผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของทุกกลุ่มอายุ คือ มีการแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาทางสื่อต่างๆ

**ปัจจัยด้านบุคคล (People)** พบว่า ผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี, 31-40 ปี และ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี คือ พนักงานมีความพร้อมกระตือรือร้นในการทำงาน ในขณะที่ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี และ 41-50 ปี นั้น ปัจจัยย่อยพนักงานมีความชำนาญในการปฏิบัติงาน สามารถสื่อสาร/อธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจได้ เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) พบว่า ผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีอายุ 20-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี คือ ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย ในขณะที่ปัจจัยย่อยมีห้องน้ำสะอาด และมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด ต่อผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) พบว่า ผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 41-50 ปี คือ อาหารที่ได้รับตรงตามความต้องการ ในขณะที่ปัจจัยย่อยบิลเก็บเงินมีการแสดงให้เห็นชัดเจน เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีอายุ 20-30 ปี, 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ในการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร ในจังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 55 แสดงปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ต่ำกว่า 5,000 บาท (62 คน)	5,000-10,000 บาท (84 คน)	10,001-15,000 บาท (39 คน)	15,001-20,000 บาท (34 คน)	20,001-25,000 บาท (26 คน)	มากกว่า 25,000 บาท (55 คน)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-อาหารมีรสชาติอร่อย -อาหารมีความสด -สะอาด น่ารับประทาน -ความหลากหลายของรายการอาหาร	-อาหารมีความสด -สะอาด น่ารับประทาน -อาหารมีรสชาติอร่อย -ความหลากหลายของรายการอาหาร	-อาหารมีความสด -สะอาด น่ารับประทาน -อาหารมีรสชาติอร่อย -ความหลากหลายของรายการอาหาร	-อาหารมีรสชาติอร่อย -อาหารมีความสด -สะอาด น่ารับประทาน -ความหลากหลายของรายการอาหาร	-อาหารมีรสชาติอร่อย -อาหารมีความสด -สะอาด น่ารับประทาน -ความหลากหลายของรายการอาหาร	-อาหารมีรสชาติอร่อย -อาหารมีความสด -สะอาด น่ารับประทาน -ความหลากหลายของรายการอาหาร	-อาหารมีความสด -สะอาด น่ารับประทาน -อาหารมีรสชาติอร่อย -ความหลากหลายของรายการอาหาร
ปัจจัยด้านราคา	-มีการบริการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	-มีการบริการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	-ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับปริมาณ และปริมาณ -มีการบริการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	-มีการบริการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	-มีการบริการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	-มีการบริการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	-มีการบริการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต -มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นชัดเจน -ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ

ตารางที่ 55 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม	ต่ำกว่า 5,000 บาท (62 คน)	5,000-10,000 บาท (84 คน)	10,001-15,000 บาท (39 คน)	15,001-20,000 บาท (34 คน)	20,001-25,000 บาท (26 คน)	มากกว่า 25,000 บาท (55 คน)
การตลาดบริการ	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งไม่ พุดุกพุดานหรือแออัด เกินไป	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งไม่ พุดุกพุดานหรือแออัด เกินไป	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย	-ทำเลที่ตั้งไม่ พุดุกพุดานหรือแออัด เกินไป	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งไม่ พุดุกพุดานหรือแออัด เกินไป
ปัจจัยด้านช่อง ทางการจำหน่าย	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย -ทำเลที่ตั้งไม่ พุดุกพุดานหรือแออัด เกินไป	-ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่าน ชุมชนสามารถไปทำ ธุระที่อื่นได้	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย	-ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ ที่พักอาศัย
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีป้ายร้านที่แสดงการ ให้บริการอย่างชัดเจน -มีการส่งเสริมการขาย โดยมีบัตรลดราคา คำอาหาร	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีการส่งเสริมการขาย โดยมีบัตรลดราคา คำอาหาร -มีป้ายร้านที่แสดงการ ให้บริการอย่างชัดเจน	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีการส่งเสริมการขาย โดยมีบัตรลดราคา คำอาหาร -มีป้ายร้านที่แสดงการ ให้บริการอย่างชัดเจน	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีการส่งเสริมการขาย โดยมีบัตรลดราคา คำอาหาร -มีบัตรลด	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีการส่งเสริมการขาย โดยมีบัตรลดราคา คำอาหาร -มีป้ายร้านที่แสดงการ ให้บริการอย่างชัดเจน	-มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือ โฆษณาทางสื่อต่างๆ -มีการส่งเสริมการขาย โดยมีบัตรลดราคา คำอาหาร -มีบัตรลด

## ตารางที่ 55 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ต่ำกว่า 5,000 บาท (62 คน)	5,000-10,000 บาท (84 คน)	10,001-15,000 บาท (39 คน)	15,001-20,000 บาท (34 คน)	20,001-25,000 บาท (26 คน)	มากกว่า 25,000 บาท (55 คน)	
ปัจจัยด้านบุคคล	-พนักงานที่ให้บริการมี จำนวนเพียงพอ เพื่อ อำนวยความสะดวกแก่ ลูกค้าระหว่าง รับประทานอาหาร -พนักงานมีความ พร้อมกระตือรือร้นใน การทำงาน	-พนักงานมีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า น่าเชื่อถือ และ ไว้วางใจได้ -พนักงานมีความ ชำนาญในการ ปฏิบัติงานสามารถ สื่อสาร/อธิบาย รายละเอียดต่างๆ ให้ ลูกค้าเข้าใจได้	-พนักงานมีความ พร้อมกระตือรือร้นใน การทำงาน น่าเชื่อถือ และ ไว้วางใจได้ -พนักงานมีความ ชำนาญในการ ปฏิบัติงานสามารถ สื่อสาร/อธิบาย รายละเอียดต่างๆ ให้ ลูกค้าเข้าใจได้	-พนักงานมีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า น่าเชื่อถือ และ ไว้วางใจได้ -พนักงานมีความ พร้อม กระตือรือร้นใน การทำงาน -พนักงานที่ให้บริการมี จำนวนเพียงพอ เพื่อ อำนวยความสะดวกแก่ ลูกค้าระหว่าง รับประทานอาหาร	-พนักงานมีความ พร้อมกระตือรือร้นใน การทำงาน -พนักงานมีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า น่าเชื่อถือ และ ไว้วางใจได้ -พนักงานที่ให้บริการมี จำนวนเพียงพอ เพื่อ อำนวยความสะดวกแก่ ลูกค้าระหว่าง รับประทานอาหาร	-พนักงานมีความ พร้อมกระตือรือร้นใน การทำงาน -พนักงานมีความ ชำนาญในการ ปฏิบัติงานสามารถ สื่อสาร/อธิบาย รายละเอียดต่างๆ ให้ ลูกค้าเข้าใจได้	-พนักงานมีความ พร้อมกระตือรือร้นใน การทำงาน -พนักงานมีความ ชำนาญในการ ปฏิบัติงานสามารถ สื่อสาร/อธิบาย รายละเอียดต่างๆ ให้ ลูกค้าเข้าใจได้ -พนักงานมีความ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า น่าเชื่อถือ และ ไว้วางใจได้

## ตารางที่ 55 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ต่ำกว่า 5,000 บาท (62 คน)	5,000-10,000 บาท (84 คน)	10,001-15,000 บาท (39 คน)	15,001-20,000 บาท (34 คน)	20,001-25,000 บาท (26 คน)	มากกว่า 25,000 บาท (55 คน)
ปัจจัยด้านกายภาพ	-ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย -มีห้องน้ำสะอาด และ มีจำนวนเพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า -บรรยากาศของร้าน เป็นกันเอง	-บรรยากาศของร้าน เป็นกันเอง -ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย -มีห้องน้ำสะอาด และ มีจำนวนเพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า	-ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย -บรรยากาศในร้านให้ ความรู้สึกปลอดภัย -มีห้องน้ำสะอาด และ มีจำนวนเพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า	-มีห้องน้ำเพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า -บรรยากาศของร้าน เป็นกันเอง -ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย	-ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย -เปิดบริการมานาน แล้ว -บรรยากาศในร้านให้ ความรู้สึกปลอดภัย	-ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย -บรรยากาศในร้านให้ ความรู้สึกปลอดภัย มีจำนวนเพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า
ปัจจัยด้านกระบวนการ	-บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว -ให้บริการด้วยความ ถูกต้อง ในเวลาที่ รวดเร็ว	-บริการเงินมีการ แสดงให้เห็นชัดเจน -อาหารที่รับประทาน ตามความต้องการ -ความสะดวกด้วยเวลา ถูกต้อง รวดเร็ว	-บริการเงินมีการ แสดงให้เห็นชัดเจน -ความสะดวกด้วยเวลา ถูกต้อง รวดเร็ว -ให้บริการด้วยความ ถูกต้อง ในเวลาที่ รวดเร็ว	-ความสะดวกด้วยเวลา ถูกต้อง รวดเร็ว -ให้บริการแก่ลูกค้า ทุกรายอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน -บริการเงินมีการ แสดงให้เห็นชัดเจน	-บริการรับจองโต๊ะ ล่วงหน้า -บริการเงินมีการ แสดงให้เห็นชัดเจน -มีการสอบถามความ ต้องการ ใบเสร็จรับ เงินทุกครั้ง	-อาหารที่รับประทาน ตามความต้องการ -ให้บริการด้วยความ ถูกต้อง ในเวลาที่ รวดเร็ว -ให้บริการแก่ลูกค้า ทุกรายอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน

### ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามรายได้

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมากต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร โดยในแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท คือ อาหารมีรสชาติอร่อย ในขณะที่ปัจจัยย่อยอาหารมีความสด สะอาด น่ารับประทาน เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดในผู้ที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท, 10,001-15,000 บาท, 15,001-20,000 และผู้มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท

**ปัจจัยด้านราคา (Price)** พบว่า ผู้มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของทุกกลุ่มรายได้ คือ มีการบริการการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และปัจจัยย่อยราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)** พบว่า ผู้มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท, 50,000-10,000 บาท, 15,001-20,000 บาท และผู้มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท คือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่พักอาศัย ในขณะที่ผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยท่าเลที่ตั้งไม่พลุกพล่านหรือแออัดเกินไป ในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** พบว่า ผู้มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของทุกกลุ่มรายได้ คือ มีการแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาทางสื่อต่างๆ

**ปัจจัยด้านบุคคล (People)** พบว่า ผู้มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลตลาดมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด ของผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คือ พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าระหว่างรับประทานอาหาร ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีรายได้ 5,000-10,000 บาท และผู้มีรายได้ 15,001-

20,000 บาท คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า นำเชื่อถือ และไว้วางใจได้ ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท, 20,001-25,000 บาท และผู้มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท คือ พนักงานมีความพร้อมกระตือรือร้นในการทำงาน

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)** พบว่า ผู้มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกายภาพมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีรายได้กลุ่มนี้ คือ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง และปัจจัยย่อยมีห้องน้ำสะอาด และมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ในขณะที่ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท, 10,001-15,000 บาท 20,001-25,000 บาท และผู้มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท นั้น ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด คือ ภายในกว้างขวาง โถง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย

**ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)** พบว่า ผู้มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกระบวนการมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีรายได้กลุ่มนี้ คือ อาหารที่ได้รับตรงตามความต้องการ และปัจจัยย่อยแลชเชอร์คิดเงิน ได้ถูกต้องรวดเร็ว เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และปัจจัยย่อยมีบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้า เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุดของผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ในขณะที่ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท, 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท นั้น ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด คือ บิลเก็บเงินมีการแสดงให้เห็นชัดเจน

#### ส่วนที่ 5 ปัญหาในการใช้บริการและข้อเสนอแนะในการใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 51 ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยมีปัญหากจากการใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งปัญหาที่พบ สามารถสรุปเป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้ดังนี้ คือ

**ปัญหาด้านกระบวนการ (Process)** ได้แก่ ได้รับอาหารช้า, พนักงานบริการไม่พอ และแลชเชอร์คิดเงินผิด

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** ได้แก่ อาหารมีราคาแพง, อาหารไม่อร่อย รสชาติไม่คงที่ และอาหารไม่สด



ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) ได้แก่ ห้องน้ำไม่สะอาด, สถานที่ไม่สะอาด และอุปกรณ์หรือภาชนะไม่สะอาด

ปัญหาด้านบุคคล (People) ได้แก่ พนักงานบริการไม่สุภาพ

ปัญหาด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ได้แก่ ร้านอยู่ไกล และที่จอดรถไม่สะดวก/ไม่เพียงพอ

ปัญหาด้านราคา (Price) ได้แก่ ไม่รับประกันเครดิต และไม่ระบุราคาอาหารไว้

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่ โปรโมชันไม่ตรงกับที่โฆษณาไว้

### อภิปรายผล

จากการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ทุกปัจจัยมีผลต่อผู้บริโภคในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร มีรายละเอียดดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** จากการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ อาหารมีความสะอาดน่ารับประทาน, อาหารมีรสชาติอร่อย, ความหลากหลายของรายการอาหาร, มีอาหารจานเด็ด/อาหารแนะนำ สอดคล้องกับ ยูนิตย์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านความสะอาดของอาหาร, ความสดของอาหาร และสอดคล้องกับ อัมพร งามพานิชยกิจ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยของใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร ถนนบางขุนเทียน – ชายทะเล พบว่า ลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหาร มาเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านราคา (Price)** จากการศึกษาปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในระดับมาก โดยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมากที่สุด โดยเฉพาะปัจจัยย่อยมีการบริการการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ธีระ ปิ่นทอง (2545) ที่ศึกษาปัญหาและทางออกในการแก้ปัญหาการประกอบร้านอาหารทะเล : กรณีศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการในเขตบางแสน-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัย ราคาอาหาร และ ยูนิตย์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและ

ภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดเช่นเดียวกันกับปัจจัย ราคาอาหาร และอัมพร งามพาณิชย์กิจ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยของลูกค้ำในการใช้บริการร้านอาหาร ถนนบางขุนเทียน - ชายทะเล พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยราคาของอาหารทะเล

**ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)** ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร คือ ปัจจัยย่อยทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่พักอาศัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ชีระ ปิ่นทอง (2545) ที่ศึกษาปัญหาและทางออกในการแก้ปัญหาการประกอบร้านอาหารทะเล : กรณีศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการในเขตบางแสน-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัย ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ทะเล ได้กลิ่นอายทะเล, ยุวนิตย์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัย มีที่จอดรถเพียงพอ และอัมพร งามพาณิชย์กิจ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยของลูกค้ำในการใช้บริการร้านอาหาร ถนนบางขุนเทียน - ชายทะเล พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัย ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** จากการศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาทางสื่อต่างๆ, มีการส่งเสริมการขาย โดยมีบัตรลดราคาค่าอาหาร, มีป้ายร้านที่แสดงการให้บริการอย่างชัดเจน (เช่น ร้านอาหารไทย, ร้านอาหารจีน, ร้านอาหารทะเล) และมีส่วนลด สอดคล้องกับอัมพร งามพาณิชย์กิจ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยของลูกค้ำในการใช้บริการร้านอาหาร ถนนบางขุนเทียน - ชายทะเล พบว่า ลูกค้ำได้ให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของร้าน มาเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านบุคคล (People)** จากการศึกษาปัจจัยด้านบุคคล พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับ ยุวนิตย์ ทิศสกุล (2545) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยด้านพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในระดับความสำคัญมาก คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น

**ปัจจัยด้านลักษณะทางลักษณะทางกายภาพ (Physical)** จากการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะทางลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ภายในกว้างขวาง โถง ไม่อึดอัด สะอาดเรียบร้อย, บรรยากาศร้านเป็นกันเอง, มีห้องน้ำสะอาด และมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า, บรรยากาศในร้านให้ความรู้สึกปลอดภัย, เปิดบริการมานานแล้ว, อุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะมีให้บริการอย่างเพียงพอ, ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย, ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก, การตกแต่งภายนอกและภายในสวยงามดูดี, มีคาราโอเกะ, มีวงดนตรีเล่น หรือเปิดเพลงให้ฟัง และมีสนามเด็กเล่น สอดคล้องกับ ยูนิตย์ ทิสสกุล (2545) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ภายในกว้างขวาง โถง-ไม่อึดอัด และบรรยากาศร้านเป็นกันเอง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก

**ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)** จากการศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยทางร้านสามารถจัดการกับปัญหาได้อย่างเหมาะสม เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ธีระ ปิ่นทอง (2545) ที่ศึกษาปัญหาและทางออกในการแก้ปัญหาการประกอบร้านอาหารทะเล : กรณีศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการในเขตบางแสน-อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัย ราคาอาหาร ถูกต้องตามที่สั่ง, ยูนิตย์ ทิสสกุล (2545) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัย การมีภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และอัมพร งามพาศิษย์กิจ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยจูงใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร ถนนบางขุนเทียน - ชายทะเล พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัย การให้เกียรติลูกค้าของพนักงาน

### ข้อค้นพบ

จากการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า

1. จากการวิเคราะห์ตัวแปรอายุ และรายได้ พบว่า ตัวแปรอายุ และรายได้ มีผลต่อการให้ลำดับความสำคัญต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน

2. จากการวิเคราะห์ตัวแปรอายุ, รายได้ และปัญหา พบว่า ตัวแปรอายุ และรายได้ มีผลต่อการพบปัญหาส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน

3. จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอาหารมีความสด สะอาด นำรับประทาน มากที่สุด ขณะที่พบว่า อาหารไม่สด เป็นปัญหาที่พบมาก

**ปัจจัยด้านราคา (Price)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยเฉลี่ยมากที่สุด โดยเฉพาะปัจจัยย่อยมีการบริการการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ขณะที่พบว่า ไม่รับบัตรเครดิต เป็นปัญหาที่พบมากเช่นกัน อีกทั้งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรองลงมาคือ มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นอย่างชัดเจน ในขณะที่ปัญหาไม่ระบุราคาอาหารไว้ยังคงเป็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมารองลงมา

**ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่พักอาศัย มากที่สุด ขณะที่พบว่า ร้านอยู่ไกล เป็นปัญหาที่พบมาก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาทางสื่อต่างๆ มากที่สุด ขณะที่พบว่า โปรโมชั่นไม่ตรงกับที่โฆษณาไว้ เป็นปัญหาที่พบ

**ปัจจัยด้านบุคคล (People)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยพนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากที่สุด ขณะที่พบว่า พนักงานบริการไม่สุภาพ เป็นปัญหาที่พบมาก

**ปัจจัยด้านลักษณะทางลักษณะทางกายภาพ (Physical)** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยภายในกว้างขวาง โลง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย มากที่สุด ขณะที่พบว่า ห้องน้ำไม่สะอาด, สถานที่ไม่สะอาด และอุปกรณ์หรือภาชนะไม่สะอาด เป็นปัญหาที่พบมาก

**ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)** พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรองลงมาจากปัจจัยด้านราคา โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยบิลเก็บเงินมีการแสดงให้เห็นชัดเจนมากที่สุด และปัจจัยย่อยอันดับรองลงมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญคือ ปัจจัยย่อยอาหารที่ได้รับตรงตามความต้องการ ขณะที่พบว่า ได้รับอาหารช้า เป็นปัญหาที่พบมาก

## ข้อเสนอแนะในการศึกษาคั้งนี้

จากการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์ และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร ในการวางแผนดำเนินงาน และผู้สนใจทั่วไป ดังนี้

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผู้ประกอบการควรคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพเท่านั้น ซึ่งเปรียบเสมือนหัวใจของอาหาร โดยเฉพาะเรื่องความสดของวัตถุดิบ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจต่อปัจจัยย่อยอาหารมีความสด สะอาด นำรับประทาน มากที่สุด และอาหารไม่สด เป็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมาก อีกทั้งความสดของวัตถุดิบยังเป็นผลโดยตรงต่อรสชาติของอาหาร ซึ่งจะสามารถช่วยลดปัญหาอาหารไม่อร่อย รสชาติไม่คงที่ อันเป็นปัญหาที่พบมากได้เช่นกัน

### ปัจจัยด้านราคา (Price)

ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการควรมีการบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตจากผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยการบริการการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และการไม่รับบัตรเครดิต เป็นปัญหาที่พบมากเช่นกัน

ป้ายราคาแสดงการให้บริการหรือราคาอาหาร เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารควรจัดให้มี เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับรองลงมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ คือ มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการให้เห็นอย่างชัดเจน และปัญหาไม่ระบุราคาอาหารไว้ เป็นปัญหาที่พบมารองลงมาเช่นกัน

### ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน/ที่พักอาศัยมากที่สุด ขณะที่พบว่า ร้านอยู่ไกล เป็นปัญหาที่พบมากเช่นกัน ฉะนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรหาทำเลที่ตั้งที่อยู่ในย่านชุมชน หรือ ไม่ไกลจากย่านชุมชนนัก เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค แต่เป็นทำเลที่ตั้งที่ไม่พลุกพล่านจนเกินไปนัก เช่น ถนนซอย หรือถนนใหญ่แต่มีรั้วรอบขอบชิด ที่ทำให้มีความรู้สึกว่ามีพลุกพล่านมากนัก เนื่องจากปัจจัยย่อยทำเลที่ตั้งไม่พลุกพล่านหรือแออัดเกินไป เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรองลงมา

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผู้ประกอบการร้านอาหารควรจัดให้มีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงข่าวสารต่างๆ ของร้านเป็นประจำ โดยอาจจะโฆษณาทางสื่อต่างๆ หรือจัดให้มีระบบสมาชิก หรือให้ผู้บริโภค รายใดที่มีความประสงค์ที่จะทราบข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของทางร้าน ให้นำนามบัตรไปยังจุดที่ทางผู้ประกอบการจัดไว้ เพื่อจัดส่งข้อมูล ข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้บริโภคในอนาคต เนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยมีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาทางสื่อต่างๆ มากที่สุด แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ตอบแบบสอบถามยังพบปัญหา โปรโมชันไม่ตรงกับที่โฆษณาไว้ ฉะนั้น ข่าวสารหรือโปรโมชันใด ๆ ที่ได้มีการแจ้งแก่ผู้บริโภคแล้วนั้น ถือเป็นสัญญาที่ผู้ประกอบการร้านอาหารมีต่อผู้บริโภค เพราะฉะนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรรักษาสัญญาที่ให้ไว้กับผู้บริโภคอย่างมั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลง

### ด้านบุคคล (People)

ผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความพร้อมในการปฏิบัติงานตลอดเวลา อีกทั้งยังช่วยให้พนักงานเกิดความรู้ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยพนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากที่สุด ขณะที่พบว่า พนักงานบริการไม่สุภาพ เป็นปัญหาที่พบมากเช่นกัน

### ปัจจัยด้านกายภาพ (Physical)

บรรยากาศของร้านอาหารที่ไม่ดี ไม่ถูกสุขลักษณะ ไม่รักษาความสะอาด เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่ไปบริโภคยังร้านอาหารนั้นๆ โดยคุณได้จากปัจจัยย่อยภายในกว้างขวาง โถง ไม่อึดอัด สะอาด เรียบร้อย เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรให้ความใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมต่างๆ ภายในร้านของตน ให้สะอาด โปร่ง โถง สบาย และถูกสุขลักษณะ ตลอดเวลา ซึ่งในที่นี้รวมถึงบริเวณปรุงอาหาร และห้องน้ำ เนื่องจากปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเมื่อมาใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร คือ สถานที่ไม่สะอาด, อุปกรณ์หรือภาชนะไม่สะอาด และห้องน้ำไม่สะอาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจลักษณะและบรรยากาศของร้านจึงเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญที่ผู้ประกอบการร้านอาหารควรให้ความสนใจ

### ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น และธุรกิจร้านอาหารเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างดี และปัจจัยย่อยบิลเก็บเงินมีการแสดงให้เห็นชัดเจน เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากยังพบปัญหาได้รับอาหารช้า ซึ่งคอมพิวเตอร์น่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารในการแก้ปัญหาดังกล่าว ซึ่งระบบคอมพิวเตอร์นี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในเรื่องต่างๆ ได้เป็นอย่างดี เช่น สามารถพิมพ์บิลเก็บเงินที่ผู้บริโภครู้สึกสามารถเห็นได้ชัดเจน ช่วยให้เกิดความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน เนื่องจากเมื่อพนักงานรับคำสั่งซื้อมาจากลูกค้าแล้วนำไปส่งยังแคชเชียร์ เมื่อแคชเชียร์พิมพ์ใบส่งชื่อนั้นเข้าระบบคอมพิวเตอร์ ระบบจะพิมพ์ใบส่งชื่อนั้นยังห้องครัว ซึ่งพนักงานไม่จำเป็นต้องนำใบส่งชื่อนั้นเข้าห้องครัวอีก ซึ่งช่วยลดระยะเวลาลงได้ รายการอาหารที่ถูกสั่งทั้งหมดจะถูกออกทางเครื่องพิมพ์ในครัว เพื่อให้ผู้ปรุงอาหารได้ปรุงรายการอาหารตามรายการที่สั่งตามลำดับ

### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เน้นการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของการให้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากทั้งสมุทรสาคร และจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นจังหวัดที่มีความขึ้นชื่อในเรื่องการให้บริการอาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเล และโดยทั้งสองจังหวัดยังอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นคู่แข่งในการให้บริการด้านร้านอาหารที่สำคัญ

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของการให้บริการร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร และกรุงเทพมหานคร ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล เนื่องจากทั้งร้านอาหารบริเวณในจังหวัดสมุทรสาคร และร้านอาหารบริเวณ ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล เป็นที่ที่มีความขึ้นชื่อในเรื่องการให้บริการอาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเล อีกทั้งบริเวณถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล ยังได้เปรียบจังหวัดสมุทรสาครในเรื่องของการคมนาคม แต่ในทางกลับกัน จังหวัดสมุทรสาครได้เปรียบในเรื่องของวัตถุดิบ