

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ ร้านฝ้าย เบเกอรี่ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งผลการศึกษาดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-15)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 16-23)

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 24-29)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 30-57)

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 58-85)

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	88	32.6
หญิง	182	67.4
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.4 เป็นเพศชาย ร้อยละ 32.6

ตารางที่ 2 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	59	21.9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	6.3
อาชีพอิสระ	27	10.0
พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	64	23.7
เจ้าของกิจการ	36	13.3
นักเรียน/นักศึกษา	53	19.6
อื่น ๆ	14	5.2
รวม	270	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน (8 คน) รับจ้าง (4 คน) พนักงานองค์กรอิสระ (1 คน)

พนักงานมหาวิทยาลัย (2 คน)

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้าน เอกชน ร้อยละ 23.7 รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ ร้อยละ 21.9 อาชีพนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 19.6 อาชีพเจ้าของกิจการ ร้อยละ 13.3 อาชีพอิสระ ร้อยละ 10.0 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 6.3 และอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 5.2

ตารางที่ 3 แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	24	8.9
20 - 30 ปี	110	40.7
31 - 40 ปี	75	27.8
41 - 50 ปี	45	16.7
มากกว่า 50 ปี	16	5.9
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ 31 - 40 ปี ร้อยละ 27.8 41 - 50 ปี ร้อยละ 16.7 ต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 8.9 และ มากกว่า 50 ปี ร้อยละ 5.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	8	3.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	48	17.8
อนุปริญญา/ปวส	32	11.9
ปริญญาตรี	132	48.9
สูงกว่าปริญญาตรี	50	18.5
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 48.9 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 18.5 มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 17.8 อนุปริญญา/ปวส ร้อยละ 11.9 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 3.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	43	15.9
5,000 - 10,000 บาท	52	19.3
10,001 - 15,000 บาท	40	14.8
15,001 - 20,000 บาท	49	18.1
20,000 - 25,000 บาท	24	8.9
มากกว่า 25,000 บาท	62	23.0
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 19.3 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 18.1 ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 15.9 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 14.8 20,000 - 25,000 บาท ร้อยละ 8.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาที่ใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์

สาขาที่ใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์	จำนวน	ร้อยละ
สาขาประดusวนดอก	173	64.1
สาขาเซ็นทรัล กาดสวนแก้ว	86	31.9
สาขาสันป่าข่อย	65	24.1
สาขามีโชค	52	19.3
สาขาเทคนิคการแพทย์	101	37.4
สาขา C-MED (ในโรงพยาบาลสวนดอก)	77	28.5
สาขาสวนดอกแมนชั่น	73	27.0
สาขาสันป่าเลียง	21	7.8
สาขา CMU	62	23.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 270 ราย เนื่องจากสาขาสันป่าเลียงไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบทางผู้ออกแบบสอบถามจึงเก็บข้อมูลที่สาขาประดusวนดอกแทนส่วนที่ไม่ครบ

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สาขาที่ใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ ลำดับแรกคือ สาขาประดusวนดอก ร้อยละ 64.1 รองลงมาคือ สาขาเทคนิคการแพทย์ ร้อยละ 37.4 สาขาเซ็นทรัล กาดสวนแก้ว ร้อยละ 31.9 สาขา C-MED (ในโรงพยาบาลสวนดอก) ร้อยละ 28.5 สาขาสวนดอกแมนชั่น ร้อยละ 27.0 สาขาสันป่าข่อย ร้อยละ 24.1 สาขา CMU ร้อยละ 23.0 สาขามีโชค ร้อยละ 19.3 สาขาสันป่าเลียง ร้อยละ 7.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	9	3.3
2 ครั้ง	30	11.1
3 ครั้ง	22	8.1
มากกว่า 3 ครั้ง	191	70.7
อื่นๆ	18	6.7
รวม	270	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ เกือบทุกวัน (3 คน) นานๆ ที (2 คน) 20 ครั้ง (1 คน) ทุกวันวันละ 2-3 ครั้ง (ยกเว้นเสาร์-อาทิตย์) (1 คน) เกือบทุกวัน 25 ครั้ง / เดือน (2 คน) ทุกวัน (3 คน) อาทิตย์ละประมาณ 3-4 ครั้ง (1 คน) ไม่แน่นอน (2 คน) บ่อยมาก (1 คน) 10 ครั้ง (1 คน) 30 ครั้ง (1 คน)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการร้านฝ้าย เบเกอร์รี่ต่อเดือน ลำดับแรกคือ มากกว่า 3 ครั้ง ร้อยละ 70.7 รองลงมาคือ 2 ครั้ง ร้อยละ 11.1 3 ครั้ง ร้อยละ 8.1 อื่นๆ ร้อยละ 6.7 และ 1 ครั้ง ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายที่ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ต่อครั้ง โดยเฉลี่ย

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายที่ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ต่อครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	93	34.4
100 - 200 บาท	105	38.9
201 - 300 บาท	40	14.8
มากกว่า 300 บาท	32	11.9
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายที่ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ต่อครั้ง โดยเฉลี่ย ลำดับแรกคือ 100-200 บาท ร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 100 บาท ร้อยละ 34.4 201 - 300 บาท ร้อยละ 14.8 และมากกว่า 300 บาท ร้อยละ 11.9

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่บริโภค

ประเภทสินค้าที่บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<b>เบเกอรี่</b>		
เค้ก	121	44.8
คุกกี้	63	23.3
พาย	93	34.4
ครัวซอง	46	17.1
แซนวิช	71	26.3
เอแคล์	145	53.7
ขนมปัง	141	52.2
เคนนิส	26	9.6
<b>อาหาร</b>		
อาหารกล่อง	54	20.0
อาหารตามสั่ง	168	62.2
<b>เครื่องดื่ม</b>		
ชา	68	25.2
กาแฟ	134	49.6
กาแฟสด	84	31.1
โกโก้	54	20.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 270 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามบริโภค ลำดับแรกคือ เอแคล์ ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ ขนมปัง ร้อยละ 52.2 เค้ก ร้อยละ 44.8 พาย ร้อยละ 34.4 แซนวิช ร้อยละ 26.3 คุกกี้ ร้อยละ 23.3 ครัวซอง ร้อยละ 17.1 เคนนิส ร้อยละ 9.6

ประเภทอาหาร บริโภค ลำดับแรกคือ อาหารตามสั่ง ร้อยละ 62.2 รองลงมาคือ อาหารกล่อง ร้อยละ 20.0

ประเภทเครื่องดื่ม บริโภคลำดับแรกคือ กาแฟ ร้อยละ 49.6 รองลงมาคือ กาแฟสด ร้อยละ 31.1 ชา ร้อยละ 25.2 และโกโก้ ร้อยละ 20.0



ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้บริการที่ร้าน  
ฝ้ายเบเกอรี่

ลักษณะการใช้บริการที่ร้านฝ้ายเบเกอรี่	จำนวน	ร้อยละ
ดื่ม/รับประทานที่ร้าน	50	18.5
ซื้อกลับบ้าน	52	19.3
ทั้ง 2 อย่าง	168	62.2
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะการใช้บริการที่ร้านฝ้ายเบเกอรี่ ลำดับแรกคือ ดื่ม/รับประทานที่ร้านและซื้อกลับบ้าน ร้อยละ 62.2 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน ร้อยละ 19.3 และ ดื่ม/รับประทานที่ร้าน ร้อยละ 18.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่มาใช้บริการร้าน  
ฝ้ายเบเกอรี่

เหตุผลที่มาใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่	จำนวน	ร้อยละ
สะดวก	211	78.1
ราคาสมเหตุสมผล	127	47.0
คุณภาพเบเกอรี่และอาหาร	153	56.7
การบริการที่ดี	115	42.6
คุ้นเคยกับสถานที่	118	43.7
ความมีชื่อเสียงของร้าน	63	23.3
การบอกต่อจากคนรู้จัก	19	7.0
พนักงานมีความสุภาพ เป็นกันเอง	101	37.4
เป็นสถานที่นัดหมาย	55	20.4
มีขนมหลากหลายชนิด	118	43.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 270 ราย



จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลที่มาใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ ลำดับแรกคือ สะดวก ร้อยละ 78.1 รองลงมาคือ คุณภาพเบเกอร์รี่และอาหาร ร้อยละ 56.7 ราคาสมเหตุสมผล ร้อยละ 47.0 คู่กันเคยกับสถานที่ และ มีขนมหลากหลายชนิด ร้อยละ 43.7 การบริการที่ดี ร้อยละ 42.6 พนักงานมีความสุภาพ เป็นกันเอง ร้อยละ 37.4 ความมีชื่อเสียงของร้าน ร้อยละ 23.3 เป็นสถานที่นัดหมาย ร้อยละ 20.4 การบอกต่อจากคนรู้จัก ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสื่อที่รู้จักร้านฝ้ายเบเกอร์รี่มากที่สุด

รู้จักร้านฝ้ายเบเกอร์รี่จากสื่อประเภทใด	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	6	2.2
หนังสือพิมพ์	7	2.6
ป้ายหน้าร้าน	163	60.4
ใบปลิว	3	1.1
เพื่อน	56	20.7
โปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ	7	2.6
อื่นๆ	28	10.4
รวม	270	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ด้วยตนเอง (12 คน) รู้จักมานานแล้ว (3 คน) รู้จักมาก 20 กว่าปีแล้ว (1 คน) ใกล้บ้าน (2 คน) มีคนแนะนำ (1 คน) ญาติ (2 คน) อยู่ในโรงพยาบาลที่ทำงานสะดวกต่อการเข้าถึง (2 คน) พ่อ (1 คน) ใกล้ที่ทำงาน (3 คน) ครอบครัว (1 คน)

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ ลำดับแรกจากป้ายหน้าร้าน ร้อยละ 60.4 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 20.7 อื่นๆ ร้อยละ 10.4 หนังสือพิมพ์ และโปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ ร้อยละ 2.6 วิทยุ ร้อยละ 2.2 และใบปลิว ร้อยละ 1.1

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด

เวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ก่อนเวลา 12.00 น.	82	30.4
เวลา 12.01 - 15.00 น.	101	37.4
เวลา 15.01 - 17.00 น.	46	17.0
หลังเวลา 17.00 น.	41	15.2
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุดลำดับแรกคือ เวลา 12.01 - 15.00 น. ร้อยละ 37.4 รองลงมาคือ ก่อนเวลา 12.00 น. ร้อยละ 30.4 เวลา 15.01 - 17.00 น. ร้อยละ 17.0 และหลังเวลา 17.00 น. ร้อยละ 15.2

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด

วันที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	72	26.7
วันอังคาร	14	5.2
วันพุธ	20	7.4
วันพฤหัสบดี	18	6.7
วันศุกร์	32	11.9
วันเสาร์	55	20.4
วันอาทิตย์	40	14.8
วันหยุดเทศกาล	19	7.0
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามวันที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด ลำดับแรก คือ วันจันทร์ ร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 20.4 วันอาทิตย์ ร้อยละ 14.8 วันศุกร์ ร้อยละ 11.9 วันหยุดเทศกาล ร้อยละ 7.0 วันพุธ ร้อยละ 7.4 วันพฤหัสบดี ร้อยละ 6.7 และวันอังคาร ร้อยละ 5.2

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดที่ชอบมากที่สุด

การส่งเสริมการตลาดที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อผลิตภัณฑ์ครบ 150 บาท รับกระเป๋าผ้าครอบคร้วฝ้ายฟรี	48	17.8
บัตรสะสมยอดเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ครบ 100 บาท รับ 1 ดวง ฯ	60	22.2
บัตรสะสมยอดกาแฟสด เมื่อซื้อแก้วกาแฟสด 1 แก้วฯ	52	19.3
การจัดโปร โมชั่นชุดขนมพร้อมเครื่องดื่มในราคาพิเศษ	82	30.4
การจับคู่ปองรับส่วนลดเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ครบ 150 บาท	11	4.1
อื่นๆ	17	6.3
รวม	270	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ มี Discount Card สำหรับลูกค้าประจำ (1 คน) ส่วนลดทันที (1 คน) ไม่ทราบว่า

Promotion ไม่เห็นการประชาสัมพันธ์ของทางร้านที่ชัดเจน (2 คน) ส่วนลด 15% ทุกวันศุกร์ (3 คน) ลดราคาสินค้าทุกวันศุกร์ (1 คน) ไม่ทราบ (1 คน) ไม่เคยใช้ (1 คน) คล้ายข้อ 3 แต่เปลี่ยนจากกาแฟสดเป็นชาเย็น (1 คน) ลดราคา (1 คน) ไม่เคยใช้คู่ปอง, บัตรสะสม (1 คน) ไม่ชอบ ไม่ได้สนใจ (1 คน) ลดราคา 10% ของ เบเกอรี่ (1 คน) ไม่เคยได้รับรายการส่งเสริมการขาย (2 คน) ไม่เห็น (1 คน) ลดราคาทุกวันศุกร์ (หรือวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์) (1 คน)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม การส่งเสริมการตลาดที่ชอบ ลำดับแรก คือ การจัดโปร โมชั่นชุดขนมพร้อมเครื่องดื่มในราคาพิเศษ ร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ บัตรสะสมยอดเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ครบ 100 บาท รับ 1 ดวง ฯ ร้อยละ 22.2 บัตรสะสมยอดกาแฟสด เมื่อซื้อแก้วกาแฟสด 1 แก้วฯ ร้อยละ 19.3 ซื้อผลิตภัณฑ์ครบ 150 บาท รับกระเป๋าผ้าครอบคร้วฝ้ายฟรี ร้อยละ 17.8 อื่นๆ ร้อยละ 6.3 และการจับคู่ปองรับส่วนลดเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ครบ 150 บาท ร้อยละ 4.1

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้  
บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน  
ฝ้ายเบเกอรี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รสชาติของเบเกอรี่	90 (33.3)	171 (63.3)	7 (2.6)	2 (0.78)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	3
รสชาติของอาหาร	83 (30.7)	169 (62.6)	16 (5.9)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	4
รสชาติของเครื่องดื่ม	66 (24.4)	182 (67.4)	19 (7.0)	2 (0.7)	1 (0.4)	4.15 (มาก)	6
ความสดของเบเกอรี่	106 (39.3)	141 (52.2)	20 (7.4)	0 (0.0)	3 (1.1)	4.29 (มาก)	3
ความสดของอาหาร	84 (31.1)	168 (62.2)	16 (5.9)	0 (0.0)	2 (0.7)	4.23 (มาก)	4
ความสดของเครื่องดื่ม	73 (27.0)	175 (64.8)	17 (6.3)	2 (0.7)	3 (1.1)	4.16 (มาก)	5
ความสะอาดของเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม	113 (41.9)	142 (52.6)	13 (4.8)	0 (0.0)	2 (0.7)	4.35 (มาก)	2
ความหลากหลายของเบเกอรี่	71 (26.3)	169 (62.6)	20 (7.4)	8 (3.0)	2 (0.7)	4.11 (มาก)	7
ความหลากหลายของอาหาร	53 (19.6)	165 (61.1)	37 (13.7)	12 (4.4)	3 (1.1)	3.94 (มาก)	11
ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	38 (14.1)	179 (66.3)	37 (13.7)	8 (3.0)	8 (3.0)	3.86 (มาก)	13
ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอก วันที่ผลิตและวันหมดอายุ	128 (47.4)	116 (43.0)	23 (8.5)	2 (0.7)	1 (0.4)	4.36 (มาก)	1

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สีทันของเบเกอร์รี่ อาหารและ เครื่องดื่ม	82 (30.4)	144 (53.3)	36 (13.3)	2 (0.7)	6 (2.2)	4.09 (มาก)	8
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	80 (29.6)	123 (45.6)	61 (22.6)	2 (0.7)	4 (1.5)	4.01 (มาก)	9
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความ หลากหลาย	57 (21.1)	148 (54.8)	48 (17.8)	12 (4.4)	5 (1.9)	3.89 (มาก)	12
บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการเปิด รับประทาน	65 (24.1)	154 (57.0)	38 (14.1)	8 (3.0)	5 (1.9)	3.99 (มาก)	10
การนำเสนอผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	50 (18.5)	141 (52.2)	64 (23.7)	6 (2.2)	9 (3.3)	3.80 (มาก)	14
รับจัดชุดอาหารว่าง	40 (14.8)	119 (44.1)	75 (27.8)	24 (8.9)	12 (4.4)	3.56 (มาก)	15
ภาชนะที่บรรจุเบเกอร์รี่ และ เมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	67 (24.8)	142 (52.6)	45 (16.7)	10 (3.7)	6 (2.2)	3.94 (มาก)	11
ค่าเฉลี่ยรวม						4.07 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.07) ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีการคิดหลากหลายวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ ความสะอาดของเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.36) รสชาติของเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม และความสดของเบเกอร์รี่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความสดของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.16) รสชาติของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความหลากหลายของเบเกอร์รี่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) สีทันของเบเกอร์รี่อาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) บรรจุภัณฑ์

สะดวกต่อการเปิดรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความหลากหลายของอาหาร และ ภาชนะที่บรรจุ เบเกอร์รี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความ หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความหลากหลายของเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.86) การนำเสนอ ผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และรับจัดชุดอาหารว่าง (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน ฝ้ายเบเกอร์รี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาเบเกอร์รี่	49 (18.1)	142 (52.6)	75 (27.8)	4 (1.5)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	3
ราคาอาหาร	52 (19.3)	141 (52.2)	73 (27.0)	4 (1.5)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	2
ราคาเครื่องดื่ม	47 (17.4)	126 (46.7)	93 (34.4)	4 (1.5)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	4
ราคาชุดอาหารว่าง	42 (15.6)	110 (40.7)	104 (38.5)	12 (4.4)	2 (0.7)	3.66 (มาก)	5
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	79 (29.3)	119 (44.1)	64 (23.7)	8 (3.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	1
สามารถชำระสินค้าด้วยบัตร เครดิต	39 (14.4)	73 (27.0)	118 (43.7)	23 (8.5)	17 (6.3)	3.35 (ปานกลาง)	6
ราคาเบเกอร์รี่ อาหารและ เครื่องดื่มคงที่	53 (19.6)	129 (47.8)	75 (27.8)	7 (2.6)	6 (2.2)	3.80 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.77 (มาก)	



จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.77) ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ ราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.89) ราคาเบเกอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ราคาเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ราคาชุดอาหารว่าง (ค่าเฉลี่ย 3.66) ราคาเบเกอร์ อาหารและเครื่องดื่มคงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.35)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน  
ฝ้ายเบเกอร์รี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย/สถานที่	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	107 (39.6)	138 (51.1)	19 (7.0)	6 (2.2)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	1
สถานที่จอดรถเพียงพอ	85 (31.5)	77 (28.5)	62 (23.0)	37 (13.7)	9 (3.3)	3.71 (มาก)	5
การตกแต่งสถานที่	50 (18.5)	134 (49.6)	69 (25.6)	14 (5.2)	3 (1.1)	3.79 (มาก)	4
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ	91 (33.7)	114 (42.2)	55 (20.4)	10 (3.7)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
เวลาเปิดเปิด	47 (17.4)	131 (48.5)	81 (30.0)	11 (4.1)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	4
มีบริการส่งถึงที่	32 (11.9)	82 (30.4)	110 (40.7)	37 (13.7)	9 (3.3)	3.34 (ปานกลาง)	6
มีสินค้าเพียงพอต่อการเลือกซื้อ	49 (18.1)	133 (49.3)	78 (28.9)	9 (3.3)	1 (0.4)	3.81 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83 (มาก)	

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย  
รวม 3.83) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอันดับแรก  
คือทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ  
(ค่าเฉลี่ย 4.06) มีสินค้าเพียงพอต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.81) การตกแต่งสถานที่ และ เวลาเปิดเปิด  
(ค่าเฉลี่ย 3.79) สถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ  
ปานกลาง คือ มีบริการส่งถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน  
ฟ้ายเบเกอร์รี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว ป้ายคัทเอาท์กลางแจ้ง	21 (7.8)	56 (20.7)	131 (48.5)	44 (16.3)	18 (6.7)	3.07 (ปานกลาง)	7
การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	34 (12.6)	61 (22.6)	115 (42.6)	47 (17.4)	13 (4.8)	3.21 (ปานกลาง)	5
การสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	35 (13.0)	62 (23.0)	109 (40.4)	47 (17.4)	17 (6.3)	3.19 (ปานกลาง)	6
สะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	31 (11.5)	80 (29.6)	100 (37.0)	40 (14.8)	19 (7.0)	3.24 (ปานกลาง)	4
ทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ	43 (15.9)	96 (35.6)	80 (29.6)	35 (13.0)	16 (5.9)	3.43 (ปานกลาง)	3
การลดราคาเบเกอร์รี่ อาหาร และ เครื่องดื่มในวันศุกร์	52 (19.3)	113 (41.9)	84 (31.1)	7 (2.6)	14 (5.2)	3.67 (มาก)	1
ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้ บัตรเครดิตชำระสินค้า	47 (17.4)	92 (34.1)	87 (32.2)	25 (9.3)	19 (7.0)	3.46 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.32 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้  
ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย  
รวม 3.32) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ การลด  
ราคาเบเกอร์รี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน  
ระดับปานกลางเรียงลำดับคือ ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.46)  
ทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.43) สะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.24) การ  
แจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.21) การสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้รับ  
สิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.19) และ การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว ป้ายคัทเอาท์กลางแจ้ง  
(ค่าเฉลี่ย 3.07)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน  
ฟ้ายเบเกอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านพนักงาน

ปัจจัยด้านพนักงาน	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	86 (31.9)	142 (52.6)	35 (13.0)	6 (2.2)	1 (0.4)	4.13 (มาก)	2
มีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	84 (31.1)	145 (53.7)	36 (13.3)	3 (1.1)	2 (0.7)	4.13 (มาก)	2
พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	98 (36.3)	130 (48.1)	32 (11.9)	6 (2.2)	4 (1.5)	4.16 (มาก)	1
พนักงานสามารถแนะนำเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มเป็นอย่างดี	68 (25.2)	133 (49.3)	59 (21.9)	7 (2.6)	3 (1.1)	3.95 (มาก)	6
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี	53 (19.6)	158 (58.5)	52 (19.3)	5 (1.9)	2 (0.7)	3.94 (มาก)	7
พนักงานดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น	61 (22.6)	146 (54.1)	46 (17.0)	16 (5.9)	1 (0.4)	3.93 (มาก)	8
พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้	55 (20.4)	133 (49.3)	70 (25.9)	10 (3.7)	2 (0.7)	3.85 (มาก)	9
พนักงานสามารถคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง	75 (27.8)	150 (55.6)	37 (13.7)	6 (2.2)	2 (0.7)	4.07 (มาก)	3
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	58 (21.5)	154 (57.0)	48 (17.8)	7 (2.6)	3 (1.1)	3.95 (มาก)	6
มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค	50 (18.5)	170 (63.0)	46 (17.0)	1 (0.4)	3 (1.1)	3.97 (มาก)	5
พนักงานให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน	52 (19.3)	173 (64.1)	43 (15.9)	0 (0.0)	2 (0.7)	4.01 (มาก)	4
การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน	74 (27.4)	124 (45.9)	64 (23.7)	0 (0.0)	8 (3.0)	3.95 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						4.00 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.00) ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานสามารถคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.07) พนักงานให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.97) จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงานดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน  
ฟ้ายเบเกอร์รี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	48 (17.8)	170 (63.0)	47 (17.4)	1 (0.4)	4 (1.5)	3.95 (มาก)	7
ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้าน จำง่าย	68 (25.2)	137 (50.7)	60 (22.2)	3 (1.1)	2 (0.7)	3.99 (มาก)	6
เปิดบริการมานานแล้ว	71 (26.3)	150 (55.6)	44 (16.3)	3 (1.1)	2 (0.7)	4.06 (มาก)	3
ภาพลักษณ์ของร้าน	55 (20.4)	162 (60.0)	50 (18.5)	1 (0.4)	2 (0.7)	3.99 (มาก)	6
การตกแต่งภายนอกสวยงาม	52 (19.3)	127 (47.0)	88 (32.6)	1 (0.4)	2 (0.7)	3.78 (มาก)	11
การตกแต่งภายในสวยงาม	104 (38.5)	112 (41.5)	52 (19.3)	2 (0.7)	0 (0.0)	3.84 (มาก)	8
สถานที่สะอาด	86 (31.9)	121 (44.8)	48 (17.8)	13 (4.8)	2 (0.7)	4.18 (มาก)	1
ห้องน้ำสะอาด	69 (25.6)	147 (54.4)	50 (18.5)	4 (1.5)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	5
ภายในกว้างขวาง โถง ไม่อึดอัด	85 (31.5)	127 (47.0)	51 (18.9)	7 (2.6)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	4
มีที่นั่งเพียงพอ และ สะดวกสบาย	14 (5.2)	80 (29.6)	88 (32.6)	62 (23.0)	26 (9.6)	4.07 (มาก)	2
มีบริการอินเทอร์เน็ต	34 (12.6)	105 (38.9)	99 (36.7)	28 (10.4)	4 (1.5)	2.98 (ปานกลาง)	13
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ	48 (17.8)	142 (52.6)	71 (26.3)	9 (3.3)	0 (0.0)	3.51 (มาก)	12
บรรยากาศของร้าน	35 (13.0)	149 (55.2)	81 (30.0)	5 (1.9)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	9

ตารางที่ 21(ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การแต่งกายของพนักงาน	35 (13.0)	149 (55.2)	81 (30.0)	5 (1.9)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	10
ค่าเฉลี่ยรวม						3.86 (มาก)	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.86) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือสถานที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ มีที่นั่งเพียงพอและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.07) เปิดบริการมานานแล้ว (ค่าเฉลี่ย 4.06) ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.04) ห้องน้ำสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.02) ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย และภาพลักษณ์ของร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.95) การตกแต่งภายในสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.84) บรรยากาศของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.85) การแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.79) การตกแต่งภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีบริการอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.98)



ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้าน  
ฝ้ายเบเกอร์รี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	80 (29.6)	138 (51.1)	49 (18.1)	2 (0.7)	1 (0.4)	4.09 (มาก)	2
ขั้นตอนการส่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว	77 (28.5)	136 (50.4)	54 (20.0)	1 (0.4)	2 (0.7)	4.06 (มาก)	3
พนักงานคิดเงิน ได้ถูกต้อง รวดเร็ว	72 (26.7)	143 (53.0)	49 (18.1)	5 (1.9)	1 (0.4)	4.04 (มาก)	4
เบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	82 (30.4)	147 (54.4)	39 (14.4)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						4.08 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.08) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ เบเกอร์รี่ อาหาร และเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ขั้นตอนการส่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ พนักงานคิดเงิน ได้ถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.04)



ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รสชาติของเบเกอร์รี่ไม่คงที่	18 (6.7)	43 (15.9)	122 (45.2)	51 (18.9)	36 (13.3)	2.84 (น้อย)	3
รสชาติของอาหารไม่คงที่	12 (4.4)	66 (24.4)	102 (37.8)	59 (21.9)	31 (11.5)	2.89 (น้อย)	1
รสชาติของเครื่องคัมนุ่มไม่คงที่	15 (5.6)	45 (16.7)	118 (43.7)	56 (20.7)	36 (13.3)	2.80 (น้อย)	4
ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านไม่ สะอาด	21 (7.8)	16 (5.9)	101 (37.4)	90 (33.3)	42 (15.6)	2.57 (น้อย)	9
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายในร้านไม่สด ใหม่	19 (7.0)	25 (9.3)	106 (39.3)	85 (31.5)	35 (13.0)	2.66 (น้อย)	6
อาหารที่จำหน่ายในร้านไม่สด ใหม่	19 (7.0)	23 (8.5)	108 (40.0)	74 (27.4)	46 (17.0)	2.61 (น้อย)	7
เครื่องคัมนุ่มที่จำหน่ายในร้านไม่สด ใหม่	19 (7.0)	20 (7.4)	106 (39.3)	85 (31.5)	40 (14.8)	2.60 (น้อย)	8
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	10 (3.7)	50 (18.5)	107 (39.6)	62 (23.0)	41 (15.2)	2.73 (น้อย)	5
อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	12 (4.4)	57 (21.1)	109 (40.4)	67 (24.8)	25 (9.3)	2.87 (น้อย)	2
เครื่องคัมนุ่มที่จำหน่ายไม่ หลากหลาย	12 (4.4)	47 (17.4)	103 (38.1)	72 (26.7)	36 (13.3)	2.73 (น้อย)	5
ผลิตภัณฑ์ไม่มีหลากหลายวันที่ ผลิตและวันที่หมดอายุ	18 (6.7)	32 (11.9)	89 (33.0)	74 (27.4)	57 (21.1)	2.56 (น้อย)	10
สีสันของเบเกอร์รี่/อาหาร/ เครื่องคัมนุ่มไม่สวยงาม	7 (2.6)	30 (11.1)	105 (38.9)	76 (28.1)	52 (19.3)	2.50 (น้อย)	12

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	7 (2.6)	22 (8.1)	102 (37.8)	96 (35.6)	43 (15.9)	2.46 (น้อยที่สุด)	14
ขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่ หลากหลาย	7 (2.6)	36 (13.3)	108 (40.0)	70 (25.9)	49 (18.1)	2.56 (น้อย)	10
บรรจุภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเปิด รับประทาน	10 (3.7)	27 (10.0)	107 (39.6)	63 (23.3)	63 (23.3)	2.47 (น้อยที่สุด)	13
ไม่มีเบเกอรี่ออกใหม่ตาม เทศกาลต่างๆ	10 (3.7)	37 (13.7)	99 (36.7)	63 (23.3)	61 (22.6)	2.53 (น้อย)	11
ไม่มีการรับจัดชุดอาหารว่าง	7 (2.6)	32 (11.9)	85 (31.5)	78 (28.9)	68 (25.2)	2.38 (น้อยที่สุด)	15
ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่/อาหาร/ เครื่องดื่ม ไม่สะอาด	17 (6.3)	27 (10.0)	90 (33.3)	69 (25.6)	67 (24.8)	2.47 (น้อยที่สุด)	13
ค่าเฉลี่ยรวม						2.62 (น้อย)	

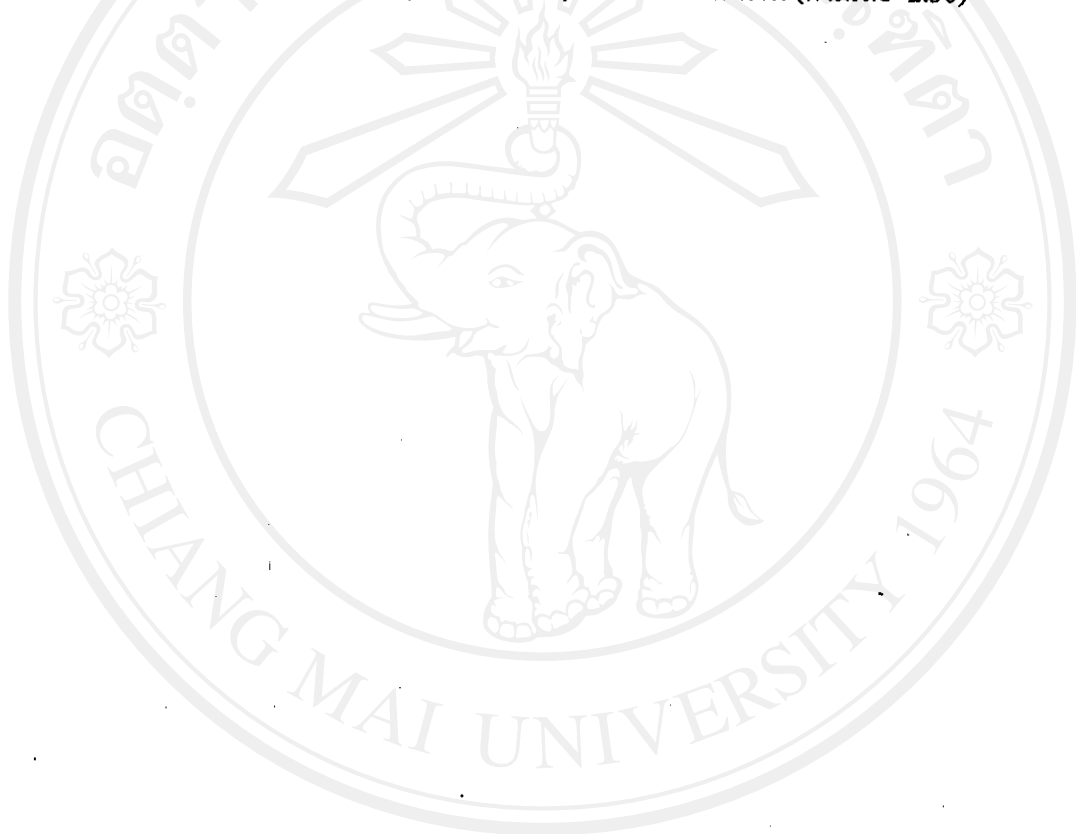
จากตารางที่ 23 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้  
บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.62) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบ  
แบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือรสชาติของอาหารไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.89)  
รองลงมาคือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.87) รสชาติเบเกอรี่ไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.84)  
รสชาติของเครื่องดื่มไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.80) เบเกอรี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย และเครื่องดื่มที่  
จำหน่ายไม่หลากหลาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.73) เบเกอรี่ที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่ (ค่าเฉลี่ย 2.66)  
อาหารที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่ (ค่าเฉลี่ย 2.61) เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่ (ค่าเฉลี่ย  
2.60) เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่ (ค่าเฉลี่ย 2.57) ผลิตภัณฑ์ไม่มีฉลากบอกวันที่ผลิตและ  
วันที่หมดอายุ และขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่หลากหลาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.56) ไม่มีเบเกอรี่ออกใหม่  
ตามเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.53) สีสนของเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 2.50)

และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ภาระที่บรรจุเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องคั้นไม่สะอาด และบรรจุภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเปิดรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 2.47) และบรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 2.46)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่ เหมาะสม	15 (5.5)	58 (21.5)	120 (44.4)	42 (15.6)	35 (13.0)	2.91 (น้อย)	1
ราคาอาหารแพงเกินไป/ไม่ เหมาะสม	13 (4.8)	35 (13.0)	137 (50.7)	49 (18.1)	36 (13.3)	2.78 (น้อย)	2
ราคาเครื่องคั้นแพงเกินไป/ไม่ เหมาะสม	11 (4.1)	35 (13.0)	132 (48.9)	54 (20.0)	38 (14.1)	2.73 (น้อย)	3
ราคาชุดอาหารว่างแพงเกินไป/ ไม่เหมาะสม	8 (3.0)	39 (14.4)	129 (47.8)	58 (21.5)	36 (13.3)	2.72 (น้อย)	4
ราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องคั้น ไม่คงที่	18 (6.7)	24 (8.9)	132 (48.9)	49 (18.1)	47 (17.4)	2.69 (น้อย)	5
ไม่สามารถชำระสินค้าด้วยบัตร เครดิต	11 (4.1)	27 (10.0)	117 (43.3)	55 (43.3)	60 (22.2)	2.53 (น้อย)	7
ราคาสินค้าไม่คงที่	5 (1.9)	32 (11.9)	117 (43.3)	56 (20.7)	60 (22.2)	2.50 (น้อย)	8
ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	14 (5.2)	32 (11.9)	115 (42.6)	45 (16.7)	64 (23.7)	2.58 (น้อย)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						2.68 (น้อย)	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านค้าเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.68) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับแรก คือ ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.91) รองลงมาคือ ราคาอาหารแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.78) ราคาเครื่องดื่มแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.73) ราคาชุดอาหารว่างแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.72) ราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.69) ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.58) ไม่สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.53) ราคาสินค้าไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	21 (7.8)	51 (18.9)	112 (41.5)	51 (18.9)	35 (13.0)	2.90 (น้อย)	1
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	59 (21.9)	105 (38.9)	55 (20.4)	35 (13.0)	16 (5.9)	3.58 (น้อย)	6
การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม ทันสมัย	15 (5.6)	50 (18.5)	124 (45.9)	46 (17.0)	35 (13.0)	2.87 (น้อย)	2
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการซื้อ	16 (5.9)	36 (13.3)	140 (51.9)	40 (14.8)	38 (14.1)	2.82 (น้อย)	3
เวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความ เหมาะสม	2 (0.7)	34 (12.6)	130 (48.1)	51 (18.9)	53 (19.6)	2.56 (น้อย)	7
ไม่มีบริการส่งถึงบ้าน	21 (7.8)	36 (13.3)	128 (47.4)	30 (11.1)	55 (20.4)	2.77 (น้อย)	4
สินค้าไม่เพียงพอต่อความ ต้องการ	2 (0.7)	45 (16.7)	131 (48.5)	43 (15.9)	49 (18.1)	2.66 (น้อย)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						2.88 (น้อย)	

จากตารางที่ 25 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.88) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับแรก คือ ไม่สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) รองลงมาคือ การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.87) ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.82) ไม่มีบริการส่งถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.77) สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.66) เวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.56)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือมีการโฆษณาน้อย	6 (2.2)	45 (16.7)	134 (49.6)	43 (15.9)	42 (15.6)	2.74 (น้อย)	4
ไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	4 (1.5)	48 (17.8)	139 (51.5)	44 (16.3)	35 (13.0)	2.79 (น้อย)	3
ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	12 (4.4)	55 (20.4)	137 (50.7)	30 (11.1)	36 (13.3)	2.91 (น้อย)	1
ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของ รางวัล	10 (3.7)	60 (22.2)	131 (48.5)	31 (11.5)	38 (14.1)	2.90 (น้อย)	2
ไม่มีโปรแกรมการส่งเสริมการ ขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	13 (4.8)	46 (17.0)	135 (50.0)	41 (15.2)	35 (13.0)	2.86 (น้อย)	5
ไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/อาหาร/ เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจาก วันศุกร์	9 (3.3)	62 (23.0)	122 (45.2)	37 (13.7)	40 (14.8)	2.86 (น้อย)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						2.84 (น้อย)	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ่ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.84) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับแรก คือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.91) รองลงมาคือ ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.90) ไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.79) ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือมีการโฆษณาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.74) ไม่มีโปรแกรมการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจากวันศุกร์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.86)



ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านพนักงาน

ปัญหาด้านพนักงาน	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์	20 (7.4)	34 (12.6)	113 (41.9)	42 (15.6)	61 (22.6)	2.67 (น้อย)	4
พนักงานไม่มีความขี้ขี้แยมแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	18 (6.7)	55 (20.4)	95 (35.2)	42 (15.6)	60 (22.2)	2.74 (น้อย)	1
พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	17 (6.3)	37 (13.7)	110 (40.7)	46 (17.0)	60 (22.2)	2.65 (น้อย)	5
พนักงานไม่มีความรู้เรื่องเบเกอรี่อาหาร และเครื่องคั้ม	5 (1.9)	47 (17.4)	101 (37.4)	57 (21.1)	60 (22.2)	2.56 (น้อย)	9
พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ	7 (2.6)	50 (18.5)	100 (37.0)	64 (23.7)	49 (18.1)	2.64 (น้อย)	6
พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาได้	6 (2.2)	41 (15.2)	123 (45.6)	44 (16.3)	56 (20.7)	2.62 (น้อย)	7
พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง	24 (8.9)	31 (11.5)	107 (39.6)	61 (22.6)	47 (17.4)	2.72 (น้อย)	2
จำนวนพนักงานไม่เพียงพอ ในการให้บริการ	6 (2.2)	61 (22.6)	96 (35.6)	52 (19.3)	55 (20.4)	2.67 (น้อย)	4
พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ	9 (3.3)	45 (16.7)	93 (34.4)	69 (25.6)	54 (20.0)	2.58 (น้อย)	8
พนักงานมีบุคลิก/การแต่งกายไม่เหมาะสม	4 (1.5)	42 (15.6)	87 (32.2)	85 (31.5)	52 (19.3)	2.49 (น้อยที่สุด)	10
พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	22 (8.1)	38 (14.1)	95 (35.2)	68 (25.2)	47 (17.4)	2.70 (น้อย)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						2.64 (น้อย)	



จากตารางที่ 27 พบว่าปัญหาด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.64) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับแรก คือ พนักงานไม่มีความอึดเข้มแข็งไหวและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.74) พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 2.72) พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.70) พนักงานไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.67) พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.65) พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ และจำนวนพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.64) พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาได้ (ค่าเฉลี่ย 2.62) พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.58) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ พนักงานมีบุคลิกการแต่งกายไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.49)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็น ไม่ชัดเจน	10 (3.7)	54 (20.0)	97 (35.9)	60 (22.2)	49 (18.1)	2.69 (น้อย)	1
ชื่อของร้านจางาก	3 (1.1)	21 (7.8)	74 (27.4)	68 (25.2)	104 (38.5)	2.08 (น้อยที่สุด)	13
พนักงานแต่งกายไม่สะอาด	14 (5.2)	10 (3.7)	97 (35.9)	83 (30.7)	66 (24.4)	2.34 (น้อยที่สุด)	12
การตกแต่งร้านภายนอกไม่ สวยงาม	9 (3.3)	25 (9.3)	101 (37.4)	76 (28.1)	59 (21.9)	2.44 (น้อยที่สุด)	6
การตกแต่งร้านภายในไม่ สวยงาม	5 (1.9)	25 (9.3)	97 (35.9)	88 (32.6)	55 (20.4)	2.40 (น้อยที่สุด)	8
สถานประกอบการไม่สะอาด	16 (5.9)	17 (6.3)	95 (35.2)	92 (34.1)	50 (18.5)	2.47 (น้อยที่สุด)	5
ห้องน้ำไม่สะอาด	19 (7.0)	20 (7.4)	104 (38.5)	79 (29.3)	48 (17.8)	2.57 (น้อย)	3
ชุดโต๊ะเก้าอี้นั่งไม่สบาย	7 (2.6)	18 (6.7)	97 (35.9)	87 (32.2)	61 (22.6)	2.34 (น้อยที่สุด)	11
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ไม่เป็น ระเบียบ	7 (2.6)	21 (7.8)	106 (39.3)	77 (28.5)	59 (21.9)	2.41 (น้อยที่สุด)	7
มีที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า	11 (4.1)	31 (11.5)	110 (40.7)	55 (20.4)	63 (23.3)	2.53 (น้อย)	4
ไม่มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้ บริการลูกค้า	5 (1.9)	34 (12.6)	86 (31.9)	77 (28.5)	68 (25.2)	2.37 (น้อยที่สุด)	9
บรรยากาศในร้านไม่ดี อึดอัด คับแคบ	15 (5.6)	29 (10.7)	66 (24.4)	87 (32.2)	73 (27.0)	2.36 (น้อยที่สุด)	10

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีบริการ internet	26 (9.6)	33 (12.2)	88 (32.6)	58 (21.5)	65 (24.1)	2.62 (น้อย)	2
ไม่มีความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ เครื่อง คิดเงินคอมพิวเตอร์	10 (3.7)	30 (11.1)	99 (36.7)	60 (22.2)	71 (26.3)	2.44 (น้อยที่สุด)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						2.43 (น้อยที่สุด)	

จากตารางที่ 27 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.43) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.69) ไม่มีบริการ internet (ค่าเฉลี่ย 2.62) ห้องน้ำไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 2.57) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ สถานประกอบการไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 2.47) การตกแต่งร้านภายนอกไม่สวยงาม และไม่มีความสะดวกของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ เครื่องคิดเงินคอมพิวเตอร์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.44) การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ไม่เป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 2.41) การตกแต่งร้านภายในไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ยรวม 2.40) ไม่มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.37) บรรยากาศในร้านไม่ดี อึดอัด คับแคบ (ค่าเฉลี่ย 2.36) ชุดโต๊ะเก้าอี้นั่งไม่สบาย (ค่าเฉลี่ย 2.34) ชื่อของร้านจำยาก (ค่าเฉลี่ย 2.08)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีความล่าช้าในการให้บริการ	23 (8.5)	35 (31.5)	85 (31.5)	66 (24.4)	61 (22.6)	2.60 (น้อย)	2
ขั้นตอนการส่งของยุ่งยากซับซ้อน	8 (3.0)	26 (9.6)	93 (34.4)	77 (28.5)	66 (24.4)	2.38 (น้อยที่สุด)	6
ในการส่งสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า	8 (3.0)	24 (8.9)	96 (35.6)	81 (30.0)	61 (22.6)	2.40 (น้อยที่สุด)	5
ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า	20 (7.4)	23 (8.5)	99 (36.7)	76 (28.1)	52 (19.3)	2.57 (น้อย)	3
ระบบการทำงานไม่ดี	9 (3.3)	26 (9.6)	107 (39.6)	60 (22.2)	68 (25.2)	2.44 (น้อยที่สุด)	4
การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน	23 (8.5)	37 (13.7)	90 (33.3)	57 (21.1)	63 (23.3)	2.63 (น้อย)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						2.50 (น้อย)	

จากตารางที่ 29 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.50) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่อันดับแรก คือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 2.63) รองลงมาคือ มีความล่าช้าในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.60) ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 2.57) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ ระบบการทำงานไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 2.44) ในการส่งสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 2.40) ขั้นตอนการส่งของยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 2.38)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้  
บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการ  
เลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รสชาติของเบเกอร์	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)
รสชาติของอาหาร	4.28 (มาก)	4.21 (มาก)	4.23 (มาก)
รสชาติของเครื่องดื่ม	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)
ความสดของเบเกอร์	4.30 (มาก)	4.28 (มาก)	4.29 (มาก)
ความสดของอาหาร	4.24 (มาก)	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)
ความสดของเครื่องดื่ม	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)
ความสะอาดของเบเกอร์ อาหารและเครื่องดื่ม	4.34 (มาก)	4.35 (มาก)	4.35 (มาก)
ความหลากหลายของเบเกอร์	4.01 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)
ความหลากหลายของอาหาร	3.90 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)
ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดจลาจลบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.32 (มาก)	4.38 (มาก)	4.36 (มาก)
สีทันของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	4.09 (มาก)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.90 (มาก)	4.07 (มาก)	4.01 (มาก)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย	3.84 (มาก)	3.91 (มาก)	3.89 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการเปิดรับประทาน	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)
การนำเสนอผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	3.66 (มาก)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)
รับจัดชุดอาหารว่าง	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)
ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งเพศชายและ เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04, 4.08)

ในปัจจัยย่อยพบว่าเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.34) มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดจลาจลบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.38) มากกว่าด้านอื่น



ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเบเกอรี่	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาอาหาร	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)
ราคาเครื่องดื่ม	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)
ราคาชุดอาหารว่าง	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.86 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต	3.27 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ราคาเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มในที่	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)	3.77 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านราคา ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวม  
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75, 3.77)

ในปัจจัยย่อยพบว่าเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาเบเกอ  
รี่ และราคาอาหาร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน  
(ค่าเฉลี่ย 4.06) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.31 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)
การตกแต่งสถานที่	3.86 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)
เวลาเปิดปิด	3.85 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)
มีบริการส่งถึงที่	3.31 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีสินค้าเพียงพอต่อการเลือกซื้อ	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.81)

ในปัจจัยย่อยพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.31, 4.27) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว ป้ายคัทเอ๊าท์ กลางแจ้ง	3.11 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	3.23 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.19 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
สะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.38 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ	3.53 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์	3.80 (มาก)	3.62 (มาก)	3.67 (มาก)
ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	3.60 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41, 3.28)

ในปัจจัยย่อยพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 3.80, 3.62) มากกว่าด้านอื่น

All rights reserved

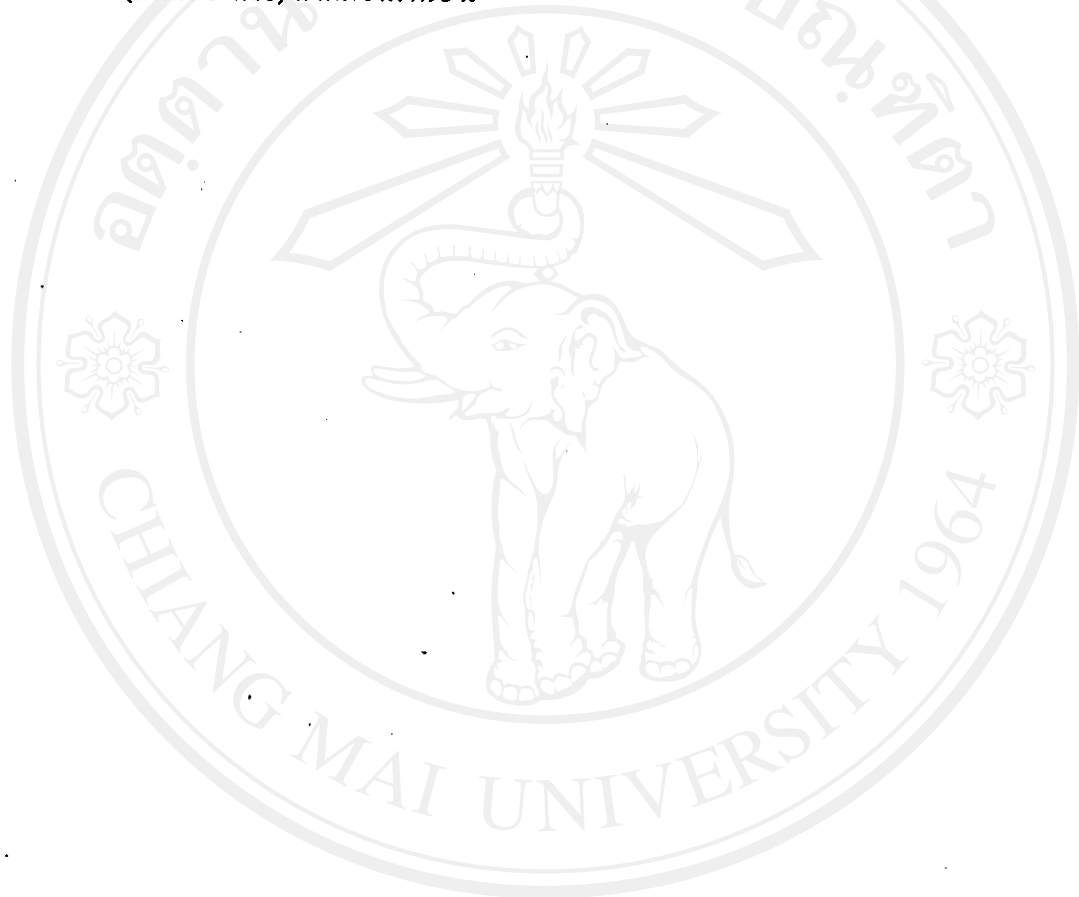
ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านพนักงาน	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)
มีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	4.17 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.10 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)
พนักงานสามารถแนะนำเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม เป็นอย่างดี	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.95 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)
พนักงานดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี มีความ กระตือรือร้น	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.93 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)
พนักงานสามารถคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง	3.99 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.88 (มาก)	3.99 (มาก)	3.95 (มาก)
มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)
การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านพนักงาน ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97, 4.02

ในปัจจัยย่อยพบว่าเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) มากกว่าด้านอื่น

เพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.18) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.95 (มาก)
ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	3.99 (มาก)
เปิดบริการมานานแล้ว	4.01 (มาก)	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)
ภาพลักษณ์ของร้าน	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	3.99 (มาก)
การตกแต่งภายนอกสวยงาม	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)
การตกแต่งภายในสวยงาม	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)
สถานที่สะอาด	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	4.05 (มาก)	4.01 (มาก)	4.02 (มาก)
ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด	4.02 (มาก)	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)
มีที่นั่งเพียงพอ และสะดวกสบาย	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)
มีบริการอินเทอร์เน็ต	2.99	2.97	2.98
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ	3.60 (มาก)	3.46	3.51 (มาก)
บรรยากาศของร้าน	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)



ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การแต่งกายของพนักงาน	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.86, 3.86)

ในปัจจัยย่อยพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สถานที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.17, 4.18) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.16 (มาก)	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)
ขั้นตอนการส่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานคิดเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)	4.04 (มาก)
เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	4.24 (มาก)	4.10 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 (มาก)	4.05 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.15, 4.05)

ในปัจจัยย่อยพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.24, 4.10) มากกว่าด้านอื่น

4.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการ  
เลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รสชาติของเบเกอร์รี่	4.42 (มาก)	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)	4.36 (มาก)	4.19 (มาก)	4.29 (มาก)
รสชาติของอาหาร	4.46 (มาก)	4.18 (มาก)	4.23 (มาก)	4.29 (มาก)	4.13 (มาก)	4.23 (มาก)
รสชาติของเครื่องดื่ม	4.38 (มาก)	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)
ความสดของเบเกอร์รี่	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)	4.40 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)
ความสดของอาหาร	4.29 (มาก)	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	4.36 (มาก)	4.19 (มาก)	4.23 (มาก)
ความสดของเครื่องดื่ม	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)
ความสะอาดของเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม	4.33 (มาก)	4.39 (มาก)	4.32 (มาก)	4.36 (มาก)	4.19 (มาก)	4.35 (มาก)
ความหลากหลายของ เบเกอร์รี่	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)	4.02 (มาก)	3.75 (มาก)	4.11 (มาก)
ความหลากหลายของอาหาร	4.17 (มาก)	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.69 (มาก)	3.94 (มาก)
ความหลากหลายของ เครื่องดื่ม	4.17 (มาก)	3.93 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผลิตภัณฑ์มีการคิดลดกบอวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.42 (มาก)	4.39 (มาก)	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)	4.19 (มาก)	4.36 (มาก)
สีทันของเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม	4.38 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	4.09 (มาก)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4.38 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	3.82 (มาก)	3.69 (มาก)	4.01 (มาก)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย	4.42 (มาก)	3.98 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.89 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการเปิดรับประทาน	4.42 (มาก)	4.07 (มาก)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)	3.99 (มาก)
การนำเสนอผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และเมนูอาหาร เครื่องดื่มใหม่	4.25 (มาก)	3.87 (มาก)	3.73 (มาก)	3.64 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
รับจัดชุดอาหารว่าง	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)
ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่ และเมนูอาหาร เครื่องดื่มใหม่	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)	3.93 (มาก)	3.82 (มาก)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30 (มาก)	4.09 (มาก)	4.03 (มาก)	4.01 (มาก)	3.89 (มาก)	4.07 (มาก)

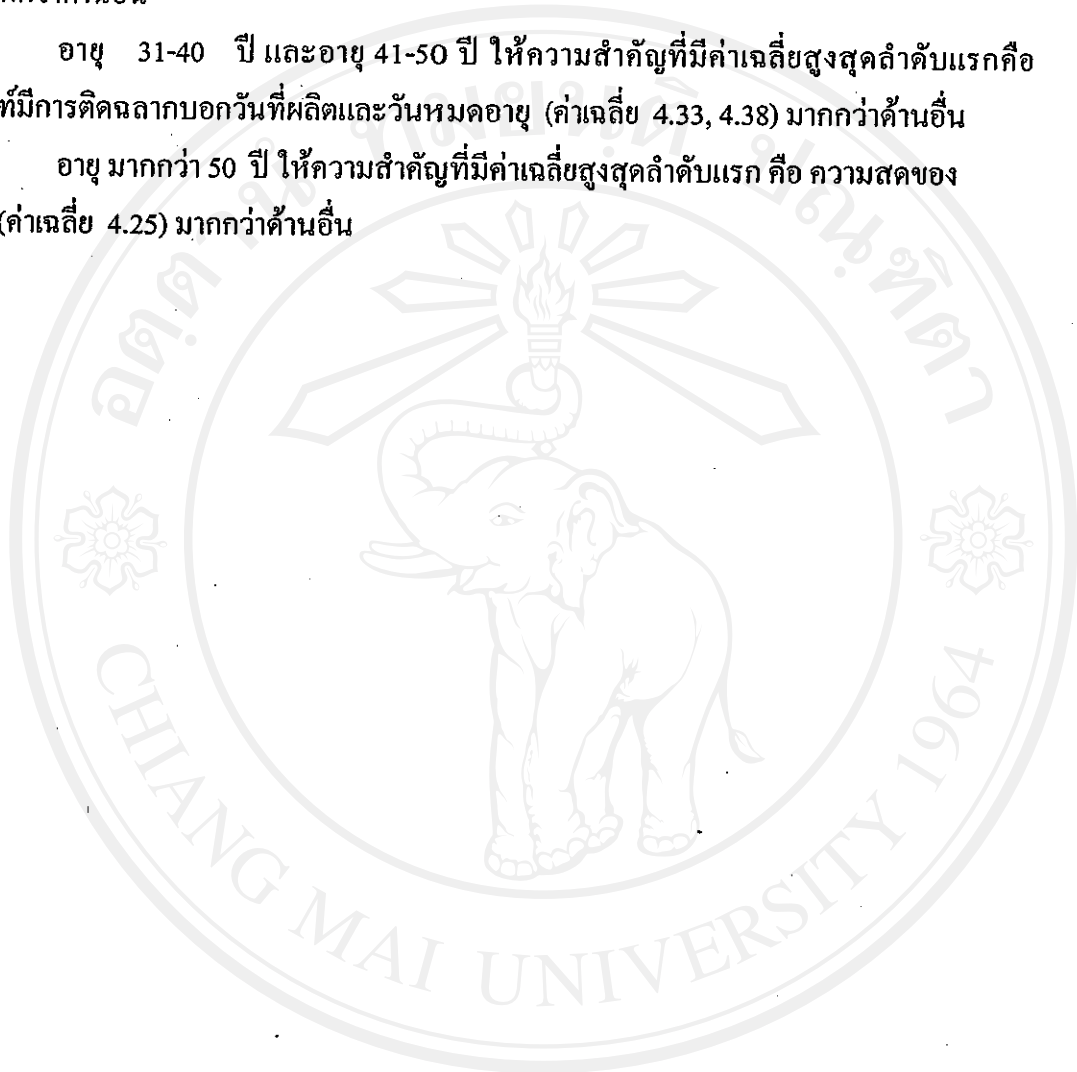
จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.30, 4.09, 4.03, 4.01, 3.89 )

ในปัจจัยย่อย อายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ รสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.46) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ความสะอาดของเบเกอร์อาหารและเครื่องต้มและผลิตภัณฑ์มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.39) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.33, 4.38) มากกว่าด้านอื่น

อายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสดของเบเกอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเบเกอรี่	4.04 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาอาหาร	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)
ราคาเครื่องดื่ม	4.08 (มาก)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)
ราคาชุดอาหารว่าง	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	4.17 (มาก)	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	3.96 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต	3.42 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ราคาเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มคงที่	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	3.60 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้าน ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96, 3.75, 3.80, 3.72, 3.60 )

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.17, 3.96, 4.07, 3.96) มากกว่าด้านอื่น

อายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาเบเกอรี่ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มากกว่าด้านอื่น



ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง	4.25 (มาก)	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.19 (มาก)	4.28 (มาก)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)	3.92 (มาก)	3.64 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
การตกแต่งสถานที่	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)	3.62 (มาก)	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ	4.21 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)
เวลาเปิดปิด	3.71 (มาก)	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)
มีบริการส่งถึงที่	3.75 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีสินค้าเพียงพอต่อการเลือก ซื้อ	3.75 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมนี้อาจเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93, 3.84, 3.86, 3.73, 3.71 )

ในปัจจัยย่อย ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.25, 4.35, 4.25, 4.20, 4.19) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ไลน์ ทีวี วิทยุ อีเมล กระจ่าง	3.46 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	3.21 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.58 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
สะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.38 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ	3.63 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.59 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)
ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.36, 3.34, 3.10, 3.28 ) ยกเว้นอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54 )

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือการลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 3.88, 3.80, 3.59, 3.56, 3.44)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านพนักงาน	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.96 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)	4.13 (มาก)
มีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	3.96 (มาก)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	4.43 (มาก)	3.87	3.94	4.16
พนักงานสามารถแนะนำเบเกอรี่ อาหาร และ เครื่องดื่มเป็นอย่างดี	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)	4.08 (มาก)	3.82 (มาก)	3.56 (มาก)	3.95 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)
พนักงานดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น	3.83 (มาก)	3.99 (มาก)	4.01 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.93 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	4.01 (มาก)	3.58 (มาก)	3.69 (มาก)	3.85 (มาก)
พนักงานสามารถคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง	3.96 (มาก)	4.12 (มาก)	4.17 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)	4.08 (มาก)	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)	3.95 (มาก)
มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)	4.07 (มาก)	3.87 (มาก)	3.94 (มาก)	4.01 (มาก)

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านพนักงาน	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)	3.58 (มาก)	3.63 (มาก)	3.95 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)	4.05 (มาก)	4.12 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านพนักงาน ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97, 4.05, 4.12, 3.79, 3.80)

ในปัจจัยย่อย อายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.13) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี และ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.21, 4.02) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.43) มากกว่าด้านอื่น

อายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานสามารถคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	3.91 (มาก)	3.63 (มาก)	3.95 (มาก)
ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย	4.21 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	3.99 (มาก)
เปิดบริการมานานแล้ว	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)	4.23 (มาก)	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	4.06 (มาก)
ภาพลักษณ์ของร้าน	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)	4.16 (มาก)	3.80 (มาก)	3.63 (มาก)	3.99 (มาก)
การตกแต่งภายนอกสวยงาม	4.04 (มาก)	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
การตกแต่งภายในสวยงาม	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
สถานที่สะอาด	4.33 (มาก)	4.11 (มาก)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)	3.94 (มาก)	4.18 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	4.04 (มาก)	3.97 (มาก)	4.11 (มาก)	4.11 (มาก)	3.69 (มาก)	4.02 (มาก)
ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)	4.07 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
มีที่นั่งเพียงพอ และสะดวกสบาย	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)
มีบริการอินเทอร์เน็ต	3.54 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ	3.13 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.56 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.51 (มาก)

ตารางที่ 42 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บรรยากาศของร้าน	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)
การแต่งกายของพนักงาน	4.04 (มาก)	3.84 (มาก)	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95 , 3.86, 3.91, 3.79, 3.67)

ในปัจจัยย่อย อายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สถานที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.33, 4.11, 4.28, 4.18) มากกว่าด้านอื่น

อายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ภายในกว้างขวางโล่ง ไม่อึดอัด และมีที่นั่งเพียงพอและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น



ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)
ขั้นตอนการสั่งสินค้าสะดวกรวดเร็ว	4.25 (มาก)	4.06 (มาก)	3.99 (มาก)	4.11 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานคิดเงินได้ถูกต้องรวดเร็ว	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	4.09 (มาก)	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)
เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	3.92 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	3.94 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)	4.12 (มาก)	3.92 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05, 4.10, 4.07, 4.12, 3.92)

ในปัจจัยย่อย อายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ขั้นตอนการสั่งสินค้าสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.25) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.17, 4.19, 4.20) มากกว่าด้านอื่น

อายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น

All rights reserved

4.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการ  
เลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รสชาติของเบเกอร์รี่	4.24 (มาก)	4.41 (มาก)	4.15 (มาก)	4.31 (มาก)	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)
รสชาติของอาหาร	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)	4.04 (มาก)	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.23 (มาก)	4.21 (มาก)	4.23 (มาก)
รสชาติของเครื่องดื่ม	4.14 (มาก)	4.24 (มาก)	4.07 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)
ความสดของเบเกอร์รี่	4.15 (มาก)	4.29 (มาก)	4.07 (มาก)	4.38 (มาก)	4.39 (มาก)	4.32 (มาก)	4.43 (มาก)	4.29 (มาก)
ความสดของอาหาร	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)	4.29 (มาก)	4.23 (มาก)
ความสดของเครื่องดื่ม	4.10 (มาก)	4.18 (มาก)	4.07 (มาก)	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)	4.16 (มาก)
ความสะอาดของเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	4.11 (มาก)	4.41 (มาก)	4.36 (มาก)	4.45 (มาก)	4.43 (มาก)	4.35 (มาก)
ความหลากหลายของ เบเกอร์รี่	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	3.74 (มาก)	4.20 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)
ความหลากหลายของ อาหาร	3.95 (มาก)	4.24 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)	3.92 (มาก)	4.06 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)
ความหลากหลายของ เครื่องดื่ม	3.75 (มาก)	4.12 (มาก)	3.63 (มาก)	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	4.02 (มาก)	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผลิตภัณฑ์มีการคิดลดาก บอกวันที่ผลิตและวัน หมดอายุ	4.29 (มาก)	4.53 (มาก ที่สุด)	4.07 (มาก)	4.41 (มาก)	4.36 (มาก)	4.49 (มาก)	4.36 (มาก)	4.36 (มาก)
สีสันทของเบเกอร์รี่ อาหาร และเครื่องดื่ม	3.93 (มาก)	4.24 (มาก)	4.04 (มาก)	4.16 (มาก)	3.89 (มาก)	4.32 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)
ความสวยงามของบรรจุ ภัณฑ์	3.86 (มาก)	4.12 (มาก)	3.81 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มี ความหลากหลาย	3.69 (มาก)	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการ เปิดรับประทาน	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.78 (มาก)	4.03 (มาก)	3.89 (มาก)	4.26 (มาก)	4.14 (มาก)	3.99 (มาก)
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ เบเกอร์รี่ และเมนูอาหาร เครื่องดื่มใหม่	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)
รับจัดชุดอาหารว่าง	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)	3.19 (ปาน กลาง)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.72 (มาก)	3.64 (มาก)	3.56 (มาก)
ภาชนะที่บรรจุเบเกอร์รี่ และ เมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	4.15 (มาก)	4.36 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)	3.85 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้  
ความสำคัญโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97, 4.10, 3.85, 4.11, 4.08, 4.20,  
4.15)

ในปัจจุบันย่อย อาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.31) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ผลិតภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.53) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ รสชาติของเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.15) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทต่างๆ ร้านเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.41) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสดของเบเกอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.39) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.49) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสดของเบเกอรี่ และ ความสะอาดของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเบเกอรี่	3.66 (มาก)	4.06 (มาก)	3.74 (มาก)	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาอาหาร	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)
ราคาเครื่องดื่ม	3.66 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)
ราคาชุดอาหารว่าง	3.51 (มาก)	3.71 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)	3.64 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.90 (มาก)	4.12 (มาก)	3.81 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถชำระสินค้าด้วย บัตรเครดิต	3.20 (ปาน กลาง)	3.88 (มาก)	3.33 (ปาน กลาง)	3.36 (ปาน กลาง)	3.42 (ปาน กลาง)	3.42 (ปาน กลาง)	2.86 (ปาน กลาง)	3.35 (ปาน กลาง)
ราคาเบเกอรี่ อาหารและ เครื่องดื่มคงที่	3.63 (มาก)	3.82 (มาก)	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)	3.92 (มาก)	3.63 (มาก)	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)	3.66 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านราคา ทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน  
ระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.61, 3.92, 3.63, 3.82, 3.91, 3.83, 3.66)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ อาชีพอิสระ อาชีพเจ้าของกิจการ และนักเรียน  
นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.90,  
3.81, 4.17, 4.00) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ราคาเบเกอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทต่างๆ ร้านเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.06) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาเบเกอรี่ ราคาอาหาร มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ราคาเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)	4.15 (มาก)	4.28 (มาก)	4.19 (มาก)	4.36 (มาก)	4.29 (มาก)	4.28 (มาก)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)
การตกแต่งสถานที่	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.59 (มาก)	4.05 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	3.63 (มาก)	4.17 (มาก)	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
เวลาเปิดปิด	3.68 (มาก)	3.82 (มาก)	3.59 (มาก)	3.92 (มาก)	3.69 (มาก)	3.96 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)
มีบริการส่งถึงที่	3.24 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีสินค้าเพียงพอต่อการเลือกซื้อ	3.75 (มาก)	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.95 (มาก)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	3.59 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทุกอาชีพให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.76, 3.74, 3.59, 3.94, 3.84, 3.92, 3.77) ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน นักเรียนนักศึกษา และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.34, 4.24, 4.15, 4.28, 4.36, 4.29) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว ป้ายคัทเอาท์กลางแจ้ง	2.95 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	3.17 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	2.92 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
สะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
การลดราคาแบบเกอร์รี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์	3.42 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.14 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.14, 3.14, 3.05, 3.49, 3.32, 3.35) ยกเว้นอาชีพนักเรียนนักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 3.42, 3.33) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน เจ้าของกิจการ และนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 3.65, 4.00, 3.61, 3.83) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.57) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านพนักงาน	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)	4.34 (มาก)	3.86 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)
มีความสุภาพ ยิ้ม แจ่มใส มีความเป็น กันเองกับลูกค้า	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานให้บริการ ทำนองอย่างถูกต้องและ รวดเร็ว	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)	4.04 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.36 (มาก)	4.16 (มาก)
พนักงานสามารถ แนะนำเบอร์อาหาร และเครื่องดื่มเป็นอย่างดี	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)	3.78 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการ ทำงานเป็นอย่างดี	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)	3.69 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)
พนักงานดูแลเอาใจใส่ ทำนองอย่างดี มีความ กระตือรือร้น	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	4.19 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
พนักงานสามารถ แก้ปัญหาได้	3.92 (มาก)	3.76 (มาก)	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)
พนักงานสามารถค่า สั่งซื้อได้ถูกต้อง	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)	3.86 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	4.07 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.95 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.64 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	3.95 (มาก)

ตารางที่ 48 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านพนักงาน	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	4.06 (มาก)	4.21 (มาก)	3.97 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.02 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)	4.01 (มาก)
การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	3.64 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	4.11 (มาก)	3.79 (มาก)	3.99 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่า ปัจจัยด้านพนักงาน ทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02, 3.98, 3.99, 4.11, 3.79, 3.99, 4.08)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ เจ้าของกิจการ และอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.22, 4.00, 4.36) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็วเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.18) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานต้องรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.34) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานสามารถรับคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.08) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.78 (มาก)	4.18 (มาก)	3.89 (มาก)	4.05 (มาก)	3.89 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย	3.75 (มาก)	4.35 (มาก)	3.89 (มาก)	4.16 (มาก)	3.86 (มาก)	4.11 (มาก)	3.79 (มาก)	3.99 (มาก)
เปิดบริการมานานแล้ว	3.78 (มาก)	4.24 (มาก)	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)	3.93 (มาก)	4.06 (มาก)
ภาพลักษณ์ของร้าน	3.92 (มาก)	4.18 (มาก)	3.93 (มาก)	4.16 (มาก)	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.99 (มาก)
การตกแต่งภายนอกสวยงาม	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)	3.72 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)
การตกแต่งภายในสวยงาม	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)	3.67 (มาก)	3.94 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)
สถานที่สะอาด	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)	4.26 (มาก)	4.09 (มาก)	4.28 (มาก)	4.15 (มาก)	4.29 (มาก)	4.18 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)	3.85 (มาก)	4.14 (มาก)	4.02 (มาก)
ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด	4.03 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
มีที่นั่งเพียงพอ และสะดวกสบาย	4.17 (มาก)	4.12 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	3.79 (มาก)	4.07 (มาก)



ตารางที่ 49 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีบริการอินเทอร์เน็ต	3.10 (ปาน กลาง)	2.82 (ปาน กลาง)	2.74 (ปาน กลาง)	3.08 (ปาน กลาง)	2.64 (ปาน กลาง)	3.15 (ปาน กลาง)	2.86 (ปาน กลาง)	2.98 (ปาน กลาง)
ความทันสมัยของ อุปกรณ์ เช่น เครื่องทำ กาแฟ	3.59 (มาก)	3.29 (ปาน กลาง)	3.37 (ปาน กลาง)	3.64 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)	3.47 (ปาน กลาง)	3.36 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)
บรรยากาศของร้าน	3.93 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)
การแต่งกายของพนักงาน	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.64 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ ทุกอาชีพให้ความสำคัญ  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82, 3.91, 3.80, 3.92, 3.81, 3.88, 3.83)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ อาชีพอิสระ เจ้าของกิจการ นักเรียนนักศึกษา และ  
อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สถานที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.20, 4.26, 4.28,  
4.15, 4.29) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ชื่อและ  
สัญลักษณ์ของร้านจำง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.35) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้านเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ  
เปิดบริการมานานแล้ว (ค่าเฉลี่ย 4.20) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.17 (มาก)	3.76 (มาก)	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)	4.03 (มาก)	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)
ขั้นตอนการตั้งสินค้าสะดวก รวดเร็ว	4.15 (มาก)	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)	4.14 (มาก)	3.83 (มาก)	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานคิดเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว	4.10 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)	4.14 (มาก)	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	4.04 (มาก)
เบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	4.17 (มาก)	3.94 (มาก)	4.19 (มาก)	4.22 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)	4.21 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 (มาก)	3.85 (มาก)	3.99 (มาก)	4.18 (มาก)	3.97 (มาก)	4.07 (มาก)	4.18 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.15, 3.85, 3.99, 4.18, 3.97, 4.07, 4.18)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ และ เบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน และเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.94, 4.19, 4.22, 4.11) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ขั้นตอนการตั้งสินค้าสะดวก รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.11, 4.29) มากกว่าด้านอื่น

4.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการ  
เลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รสชาติของเบเกอร์รี่	4.30 (มาก)	4.29 (มาก)	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)
รสชาติของอาหาร	4.23 (มาก)	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.13 (มาก)	4.26 (มาก)	4.23 (มาก)
รสชาติของเครื่องดื่ม	4.23 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)
ความสดของเบเกอร์รี่	4.42 (มาก)	4.35 (มาก)	4.18 (มาก)	4.22 (มาก)	4.33 (มาก)	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)
ความสดของอาหาร	4.35 (มาก)	4.23 (มาก)	4.20 (มาก)	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)
ความสดของเครื่องดื่ม	4.33 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)
ความสะอาดของเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม	4.35 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	4.39 (มาก)	4.29 (มาก)	4.32 (มาก)	4.35 (มาก)
ความหลากหลายของเบเกอร์รี่	4.21 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.11 (มาก)
ความหลากหลายของอาหาร	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.70 (มาก)	4.24 (มาก)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)
ความหลากหลายของ เครื่องดื่ม	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)	3.63 (มาก)	3.96 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,000 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดลดลาภออกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.51 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.23 (มาก)	4.35 (มาก)	4.21 (มาก)	4.34 (มาก)	4.36 (มาก)
สีสีนของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม	4.42 (มาก)	4.21 (มาก)	3.90 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4.12 (มาก)	4.17 (มาก)	3.80 (มาก)	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)	4.01 (มาก)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย	4.19 (มาก)	4.12 (มาก)	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)	3.89 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการเปิดรับประทาน	4.30 (มาก)	4.17 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.90 (มาก)	3.99 (มาก)
การนำเสนอผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)
รับจัดชุดอาหารว่าง	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	3.73 (มาก)	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22 (มาก)	4.16 (มาก)	3.95 (มาก)	4.06 (มาก)	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.22, 4.16, 3.95, 4.06, 3.95, 4.03)

ในปัจจัยย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.51) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.46, 4.34) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ รสชาติของอาหาร และ ความสะอาดของเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.33) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 4.39) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสดของเบเกอรี่ (ค่าเฉลี่ย 4.33) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเบเกอรี่	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)	3.92 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาอาหาร	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.73 (มาก)	4.04 (มาก)	3.83 (มาก)	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)
ราคาเครื่องคั้ม	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.58 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)
ราคาชุดอาหารว่าง	3.91 (มาก)	3.71 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.95 (มาก)	4.17 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถชำระสินค้าด้วยบัตร เครดิต	3.70 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)	3.10 (ปาน กลาง)	3.33 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	3.26 (ปาน กลาง)	3.35 (ปาน กลาง)
ราคาเบเกอรี่ อาหารและ เครื่องคั้มคงที่	3.98 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.58 (มาก)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)	3.58 (มาก)	3.80 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านราคา ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ย  
อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90, 3.80, 3.58, 3.80, 3.64, 3.79)

ในปัจจัยย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ  
ราคาเบเกอรี่ อาหารและเครื่องคั้มคงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มากกว่าด้านอื่น



รายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.17, 3.83, 4.05) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.04) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาเบเกอรี่ ราคาอาหาร และมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.83) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่จำหน่ายตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.37 (มาก)	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)
การตกแต่งสถานที่	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	3.90 (มาก)	4.10 (มาก)	3.83 (มาก)	4.11 (มาก)	4.06 (มาก)
เวลาเปิดปิด	3.95 (มาก)	3.75 (มาก)	3.58 (มาก)	3.98 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)
มีบริการส่งถึงที่	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)	2.95 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีสินค้าเพียงพอต่อการเลือกซื้อ	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	3.60 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)	3.62 (มาก)	3.92 (มาก)	3.70 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94, 3.87, 3.62, 3.92, 3.70, 3.82)

ในปัจจัยย่อย ทุกรายได้ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.37, 4.23, 4.23, 4.31, 4.29, 4.27) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว ป้ายคัทเอาท์ กลางแจ้ง	3.37 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	3.42 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.49 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
สะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.56 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ	3.63 (มาก)	3.58 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์	4.05 (มาก)	3.92 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.67 (มาก)
ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	4.00 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39, 3.06, 3.38, 3.15, 3.23) ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ในปีจ้ยย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,000-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 4.05, 3.92, 3.65, 3.52) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 3.4) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.42) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านพนักงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.02 (มาก)	4.23 (มาก)	4.10 (มาก)	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)
มีความสุภาพ ยิ้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.98 (มาก)	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)	4.33 (มาก)	3.96 (มาก)	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)
พนักงานสามารถแนะนำเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มเป็นอย่างดี	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	3.78 (มาก)	4.12 (มาก)	4.04 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี	3.86 (มาก)	4.02 (มาก)	3.85 (มาก)	4.12 (มาก)	3.92 (มาก)	3.87 (มาก)	3.94 (มาก)
พนักงานดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น	3.63 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	3.92 (มาก)	3.87 (มาก)	3.93 (มาก)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้	3.70 (มาก)	3.96 (มาก)	3.80 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)
พนักงานสามารถคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง	3.95 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	3.96 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)	3.83 (มาก)	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)
มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	3.90 (มาก)	4.14 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านพนักงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน	4.05 (มาก)	4.08 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	4.08 (มาก)	3.94 (มาก)	4.14 (มาก)	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยด้านพนักงาน ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90, 4.08, 3.94, 4.14, 3.94, 3.97)

ในปัจจัยย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.05) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.23) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.20, 4.33, 4.19) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานสามารถแนะนำ เบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มเป็นอย่างดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) มากกว่าด้านอื่น



ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.09 (มาก)	3.98 (มาก)	3.80 (มาก)	3.96 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย	4.19 (มาก)	4.25 (มาก)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)
เปิดบริการมานานแล้ว	4.19 (มาก)	4.27 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)
ภาพลักษณ์ของร้าน	3.95 (มาก)	4.13 (มาก)	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)	3.71 (มาก)	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)
การตกแต่งภายนอกสวยงาม	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)	3.60 (มาก)	3.90 (มาก)	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)
การตกแต่งภายในสวยงาม	3.77 (มาก)	3.98 (มาก)	3.70 (มาก)	4.04 (มาก)	3.58 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)
สถานที่สะอาด	3.93 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	4.31 (มาก)	4.18 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด	3.74 (มาก)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)
ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	4.04 (มาก)
มีที่นั่งเพียงพอ และ สะดวกสบาย	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.18 (มาก)	3.96 (มาก)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)
มีบริการอินเทอร์เน็ต	3.21 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ	3.42 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

ตารางที่ 56 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บรรยากาศของร้าน	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)	3.96 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)
การแต่งกายของพนักงาน	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	3.60 (มาก)	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)	3.97 (มาก)	3.76 (มาก)	3.94 (มาก)	3.68 (มาก)	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.97, 3.76, 3.94, 3.68, 3.84)

ในปัจจัยย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย และเปิดบริการมานานแล้ว (ค่าเฉลี่ย 4.19) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สถานที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.29, 4.20, 4.31) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีที่นั่งเพียงพอและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.18) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากอันดับแรก คือ เปิดบริการมานานแล้ว และสถานที่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.04) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	4.08 (มาก)	4.31 (มาก)	3.88 (มาก)	4.19 (มาก)	4.09 (มาก)
ขั้นตอนการสั่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	4.03 (มาก)	4.35 (มาก)	3.83 (มาก)	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานคิดเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	4.24 (มาก)	3.79 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)
เบเกอร์ อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็ว และ ถูกต้อง	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	4.35 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.31 (มาก)	3.88 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99, 4.00, 4.06, 4.31, 3.88, 4.13)

ในปัจจัยย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากอันดับแรก คือ ขั้นตอนการสั่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.07) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ เบเกอร์ อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.06, 4.10, 4.00, 4.24) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ขั้นตอนการสั่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว และเบเกอร์ อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35) มากกว่าด้านอื่น

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

5.1 ข้อมูลปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รสชาติของเบเกอร์รี่ไม่คงที่	2.94 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.84 (น้อย)
รสชาติของอาหารไม่คงที่	3.02 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.89 (น้อย)
รสชาติของเครื่องดื่มไม่คงที่	2.92 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.80 (น้อย)
ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านไม่สะอาด	2.50 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.57 (น้อย)
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.68 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.66 (น้อย)
อาหารที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.68 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.61 (น้อย)
เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.67 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.60 (น้อย)
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.68 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.73 (น้อย)
อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.88 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.87 (น้อย)
เครื่องดื่มที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.78 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.73 (น้อย)

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผลิตภัณฑ์ไม่มีฉลากบอกวันที่ผลิตและวันที่หมดอายุ	2.53 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.56 (น้อย)
สีฉลากของเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่สวยงาม	2.45 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.50 (น้อย)
บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.39 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.46 (น้อยที่สุด)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.60 (น้อย)	2.54 (น้อย)	2.56 (น้อย)
บรรจุภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเปิดรับประทาน	2.38 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)
ไม่มีเบเกอรี่ออกใหม่ตามเทศกาลต่างๆ	2.48 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ไม่มีการรับจัดชุดอาหารว่าง	2.27 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)
ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่สะอาด	2.40 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.63 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.62 (น้อย)

จากตารางที่ 58 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งเพศชายและ เพศหญิง พบปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.63, 2.62)

ในปัจจัยย่อย เพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ ลำดับแรกคือ รสชาติของอาหาร ไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.02) มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.86) มากกว่าด้านอื่น

All rights reserved

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.85 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.91 (น้อย)
ราคาอาหารแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.73 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.78 (น้อย)
ราคาเครื่องดื่มแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.67 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.73 (น้อย)
ราคาชุดอาหารว่างแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.68 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.72 (น้อย)
ราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่คงที่	2.60 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.69 (น้อย)
ไม่สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต	2.44 (น้อยที่สุด)	2.58 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ราคาสินค้าไม่คงที่	2.50 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.50 (น้อย)
ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	2.66 (น้อย)	2.54 (น้อย)	2.58 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.64 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.68 (น้อย)

จากตารางที่ 59 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.64, 2.70)

ในปีจ้อย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.85, 2.94) มากกว่าด้านอื่น



ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	2.98 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.90 (น้อย)
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.69 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม ทันสมัย	3.09 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.87 (น้อย)
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการซื้อ	2.91 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.82 (น้อย)
เวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม	2.68 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.56 (น้อย)
ไม่มีบริการส่งถึงบ้าน	2.85 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.77 (น้อย)
สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2.67 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.66 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.98 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.88 (น้อย)

จากตารางที่ 60 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.98, 2.83)

ในปัจจุบันย่อย ทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.69, 3.52) มากกว่าด้านอื่น

All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด  
จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือมีการโฆษณาน้อย	2.86 (น้อย)	2.68 (น้อย)	2.74 (น้อย)
ไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	2.90 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.79 (น้อย)
ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.01 (น้อย)	2.87 (น้อย)	2.91 (น้อย)
ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.01 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.90 (น้อย)
ไม่มีโปรแกรมการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	2.85 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.86 (น้อย)
ไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจากวันศุกร์	2.86 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.86 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.92 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.84 (น้อย)

จากตารางที่ 61 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งเพศชายและเพศหญิง  
พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.92, 2.81)

ในปัจจุบันย่อย เพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ไม่มีการรับสมัคร  
สมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ และ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ  
เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.01) มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้  
ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.87) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านพนักงาน	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)
พนักงานไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์	2.72 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.67 (น้อย)
พนักงานไม่มีความอึดเข้มแข็งใสและไม่มีความเป็น กันเองกับลูกค้า	2.88 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.74 (น้อย)
พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	2.70 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.65 (น้อย)
พนักงานไม่มีความรู้เรื่องเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม	2.57 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.56 (น้อย)
พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำหรือ ให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ	2.70 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.64 (น้อย)
พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาได้	2.72 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.62 (น้อย)
พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง	2.89 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.72 (น้อย)
จำนวนพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ	2.83 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.67 (น้อย)
พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ	2.67 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.58 (น้อย)
พนักงานมีบุคลิก/การแต่งกายไม่เหมาะสม	2.56 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามา ในร้าน	2.86 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.70 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.74 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.64 (น้อย)

จากตารางที่ 62 พบว่าปัญหาด้านพนักงาน ทั้งเพศชายและเพศหญิง พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.74, 2.59)

ในปัจจุบันย่อย เพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ พนักงานรับคำสั่งไม่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 2.89) มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีความขยันขันแข็งใจ และไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.67) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ  
จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)
ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นไม่ชัดเจน	2.90 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.69 (น้อย)
ชื่อของร้านจำยาก	2.13 (น้อยที่สุด)	2.05 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)
พนักงานแต่งกายไม่สะอาด	2.40 (น้อยที่สุด)	2.32 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)
การตกแต่งร้านภายนอกไม่สวยงาม	2.36 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)
การตกแต่งร้านภายในไม่สวยงาม	2.48 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)
สถานประกอบการไม่สะอาด	2.60 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)
ห้องน้ำไม่สะอาด	2.65 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.57 (น้อย)
ชุด โต๊ะเก้าอี้นั่งไม่สบาย	2.35 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)
การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ไม่เป็นระเบียบ	2.53 (น้อย)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.41 (น้อยที่สุด)
มีที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า	2.57 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ไม่มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า	2.39 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)
บรรยากาศในร้านไม่ดี อึดอัด คับแคบ	2.34 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)
ไม่มีบริการ internet	2.88 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)

ตารางที่ 63 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ เครื่องคิดเงินคอมพิวเตอร์	2.38 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.50 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 63 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ เพศชาย พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.50) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.40)

ในปัจจุบันย่อย ทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.90, 2.59) มากกว่าด้านอื่น



ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านกระบวนการให้บริการ  
จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)
มีความล่าช้าในการให้บริการ	2.85 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)
ขั้นตอนการส่งของยุ่งยากซับซ้อน	2.55 (น้อย)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)
ในการส่งสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า	2.45 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)
ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า	2.72 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)
ระบบการทำงานไม่ดี	2.63 (น้อย)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)
การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน	2.77 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.63 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.66 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)

จากตารางที่ 64 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ เพศชาย พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.66) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.43)

ในปัจจัยย่อย เพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีความล่าช้าในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.85) มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 2.56) มากกว่าด้านอื่น

## 5.2 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รสชาติของเบเกอร์รี่ไม่คงที่	2.96 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.91 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.84 (น้อย)
รสชาติของอาหารไม่คงที่	2.88 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.84 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.89 (น้อย)
รสชาติของเครื่องดื่มไม่คงที่	2.83 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.81 (น้อย)	3.09 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)
ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านไม่สะอาด	2.38 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.58 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.66 (น้อย)
อาหารที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.54 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.61 (น้อย)
เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.50 (น้อย)	2.54 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.87 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.38 (น้อยที่สุด)	2.78 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.73 (น้อย)
อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.42 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	2.79 (น้อย)	3.20 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.87 (น้อย)
เครื่องดื่มที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.50 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.53 (น้อย)	3.11 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.73 (น้อย)

ตารางที่ 65 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผลิตภัณฑ์ไม่มีฉลากบอกวันที่ผลิตและวันที่หมดอายุ	2.50 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.56 (น้อย)
สีทันของเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องคั้นไม่สวยงาม	2.38 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	2.19 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)
บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.21 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.06 (น้อยที่สุด)	2.46 (น้อยที่สุด)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.50 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.56 (น้อย)
บรรจุภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเปิดรับประทาน	2.33 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)
ไม่มีเบเกอรี่ออกใหม่ตามเทศกาลต่างๆ	2.04 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.82 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)
ไม่มีการรับจัดชุดอาหารว่าง	2.33 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)
ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องคั้นไม่สะอาด	2.25 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.47 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)

จากตารางที่ 65 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ อายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 50 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.47, 2.46) ส่วน อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.61, 2.63, 2.79)

ในปัจจุบันย่อยพบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุ 31-40 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาคงของเบเกอรี่ไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.96, 2.92) มากกว่าด้านอื่น

20-30 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.87, 3.20, 2.94) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านราคา	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.54 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.91 (น้อย)
ราคาอาหารแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.29 (น้อยที่สุด)	2.82 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.78 (น้อย)
ราคาเครื่องดื่มแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.33 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.91 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.73 (น้อย)
ราคาชุดอาหารว่างแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.33 (น้อยที่สุด)	2.68 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.72 (น้อย)
ราคเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่คงที่	2.17 (น้อยที่สุด)	2.70 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.69 (น้อย)
ไม่สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต	2.38 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ราคาสินค้าไม่คงที่	2.08 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.50 (น้อย)
ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	2.42 (น้อยที่สุด)	2.65 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.58 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.32 (น้อยที่สุด)	2.70 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.68 (น้อย)

จากตารางที่ 66 พบว่าปัญหาด้านราคา อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.32) ส่วน อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.70, 2.69, 2.80, 2.72)

ในปัจจุบันย่อยพบว่า ทุกช่วงอายุ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.54, 2.92, 2.92, 3.04, 3.00) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	2.33 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	3.04 (น้อย)	2.93 (น้อย)	3.13 (น้อย)	2.90 (น้อย)
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	2.96 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	4.06 (มาก)	3.58 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม ทันสมัย	2.54 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.84 (น้อย)	3.04 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.87 (น้อย)
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการซื้อ	2.42 (น้อยที่สุด)	2.75 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.82 (น้อย)
เวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม	2.13 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.56 (น้อย)
ไม่มีบริการส่งถึงบ้าน	2.42 (น้อยที่สุด)	2.78 (น้อย)	2.91 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.77 (น้อย)
สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2.08 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.66 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.41 (น้อยที่สุด)	2.88 (น้อย)	2.95 (น้อย)	2.95 (น้อย)	3.01 (น้อย)	2.88 (น้อย)

จากตารางที่ 67 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.41) ส่วน อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.88, 2.95, 2.95, 3.01)

ในปัจจุบันพบว่า ทุกช่วงอายุ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.53, 3.71, 3.64, 4.06) มากกว่าด้านอื่น ส่วน อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือมีการโฆษณาน้อย	2.33 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.74 (น้อย)
ไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	2.67 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.79 (น้อย)
ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	2.63 (น้อย)	2.95 (น้อย)	3.05 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.91 (น้อย)
ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	2.79 (น้อย)	2.95 (น้อย)	3.01 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.90 (น้อย)
ไม่มีโปรแกรมการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	2.83 (น้อย)	2.87 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.86 (น้อย)
ไม่มีการลดราคาแบบเกอริ์/อาหาร/เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจากวันศุกร์	2.96 (น้อย)	2.84 (น้อย)	3.03 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.86 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.70 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.84 (น้อย)



จากตารางที่ 68 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกช่วงอายุ พบปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.70, 2.88, 2.94, 2.74, 2.64)

ในปัจจุบันยังพบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจาก วันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 2.96) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆและไม่มีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.95) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี และ อายุ 41-50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.05, 2.84) มากกว่าด้านอื่น

อายุ มากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.75) มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน  
จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านพนักงาน	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (น้อย)
พนักงานไม่มีมารยาทและ มนุษยสัมพันธ์	2.46 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	2.76 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.67 (น้อย)
พนักงานไม่มีความยิ้มแย้ม แจ่มใสและไม่มีความเป็น กันเองกับลูกค้า	2.25 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.89 (น้อย)	3.31 (น้อย)	2.74 (น้อย)
พนักงานไม่มีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	2.25 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.84 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.65 (น้อย)
พนักงานไม่มีความรู้เรื่อง เบเกอรี่ อาหาร และ เครื่องดื่ม	2.33 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.56 (น้อย)
พนักงานไม่สามารถตอบข้อ ซักถาม ให้คำแนะนำหรือ ให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้า ต้องการทราบ	2.33 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.78 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.64 (น้อย)
พนักงานไม่สามารถ แก้ปัญหาได้	2.21 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.76 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.62 (น้อย)
พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ ถูกต้อง	2.38 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.91 (น้อย)	2.91 (น้อย)	3.19 (น้อย)	2.72 (น้อย)
จำนวนพนักงานไม่เพียงพอ ในการให้บริการ	2.33 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.89 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.67 (น้อย)
พนักงานไม่มีความเสมอ ภาคในการให้บริการ	2.50 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.58 (น้อย)
พนักงานมีบุคลิก/การแต่ง กายไม่เหมาะสม	2.33 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)

ตารางที่ 69 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านพนักงาน	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานไม่ทักทายและ ต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดิน เข้ามาในร้าน	2.33 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.91 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.70 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.34 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)	2.79 (น้อย)	3.01 (น้อย)	2.64 (น้อย)

จากตารางที่ 69 พบว่าปัญหาด้านพนักงาน อายุต่ำกว่า 20 ปีและ 20-30 ปี พบปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.34, 2.47) ส่วน อายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ มากกว่า 50 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.80, 2.79, 3.01)

ในปัจจัยย่อยพบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.50) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี และ 41-50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 2.52, 2.91) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี และ มากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่มีความขี้มเข้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.92, 3.31) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นไม่ชัดเจน	2.75 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.69 (น้อย)
ชื่อของร้านจางยาก	2.08 (น้อยที่สุด)	1.94 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.09 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)
พนักงานแต่งกายไม่สะอาด	2.04 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)
การตกแต่งร้านภายนอกไม่สวยงาม	2.33 (น้อยที่สุด)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.58 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)
การตกแต่งร้านภายในไม่สวยงาม	2.25 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.58 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)
สถานประกอบการไม่สะอาด	2.25 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)
ห้องน้ำไม่สะอาด	2.25 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.57 (น้อย)
ชุดโต๊ะเก้าอี้นั่งไม่สบาย	2.04 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ไม่เป็นระเบียบ	1.96 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)
มีที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า	2.08 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ไม่มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า	2.04 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	2.27 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)
บรรยากาศในร้านไม่ดี อึดอัด คับแคบ	2.00 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)
ไม่มีบริการ internet	2.29 (น้อยที่สุด)	2.77 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.56 (น้อย)	2.62 (น้อย)

ตารางที่ 70 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ เครื่องคิดเงินคอมพิวเตอร์	2.33 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.56 (น้อย)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.19 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 70 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ อายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี และ 31-40 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.19, 2.39, 2.49) ส่วน อายุ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.53, 2.52)

ในปัจจัยย่อยพบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 31-40 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.75, 2.75) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีบริการอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.77) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 41-50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ห้องน้ำไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 2.80) มากกว่าด้านอื่น

อายุ มากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สถานประกอบการไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 2.81) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีความล่าช้าในการให้บริการ	2.29 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.72 (น้อย)	2.87 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.60 (น้อย)
ขั้นตอนการส่งของยุ่งยากซับซ้อน	2.21 (น้อยที่สุด)	2.32 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)
ในการส่งสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า	2.17 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.81 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)
ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า	2.29 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.73 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.57 (น้อย)
ระบบการทำงานไม่ดี	2.17 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.76 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)
การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน	2.33 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.78 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.63 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.24 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.50 (น้อย)

จากตารางที่ 71 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ อายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.24, 2.40) ส่วน อายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.55, 2.69, 2.85)

ในปัจจัยย่อยพบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด ลำดับแรกคือ เสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 2.33) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 2.50, 2.75) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 41-50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ความล่าช้าในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.87) มากกว่าด้านอื่น



อายุ มากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า และการเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วนเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.00) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

5.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการ  
เลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รสชาติของเบเกอร์รี่ไม่ คงที่	2.88 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.84 (น้อย)
รสชาติของอาหารไม่คงที่	2.90 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.89 (น้อย)
รสชาติของเครื่องดื่มไม่ คงที่	2.81 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.68 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.80 (น้อย)
ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน ร้านไม่สะอาด	2.59 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.23 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.57 (น้อย)
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายในร้าน ไม่สดใหม่	2.66 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.66 (น้อย)
อาหารที่จำหน่ายในร้าน ไม่สดใหม่	2.63 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.61 (น้อย)
เครื่องดื่มที่จำหน่ายใน ร้านไม่สดใหม่	2.58 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.60 (น้อย)
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายไม่ หลากหลาย	2.92 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.73 (น้อย)
อาหารที่จำหน่ายไม่ หลากหลาย	3.02 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.91 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.87 (น้อย)
เครื่องดื่มที่จำหน่ายไม่ หลากหลาย	2.83 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.73 (น้อย)

ตารางที่ 72 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ผลิตภัณฑ์ไม่มีฉลากบอก วันที่ผลิตและวันที่ หมดอายุ	2.51 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.56 (น้อย)
สีทันของเบเกอรี่/อาหาร/ เครื่องคั้นไม้สวายนาม	2.41 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)
บรรจุภัณฑ์ไม้สวายนาม	2.44 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่ หลากหลาย	2.58 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.66 (น้อย)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.56 (น้อย)
บรรจุภัณฑ์ไม่สะดวกต่อ การเปิดรับประทาน	2.53 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.59 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.28 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)
ไม่มีเบเกอรี่ออกใหม่ตาม เทศกาลต่างๆ	2.54 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ไม่มีการรับจัดชุดอาหาร ว่าง	2.27 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)
ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่/ อาหาร/เครื่องคั้นไม้ สะอาด	2.56 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.65 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.66 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.62 (น้อย)

จากตารางที่ 72 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ทุกอาชีพ พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ย  
อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.65, 2.69, 2.66, 2.72, 2.58, 2.67 ) ยกเว้น อาชีพนักเรียนนักศึกษา  
พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.45)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ เบเกอรี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.92) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.06) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของเบเกอรี่ไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.96) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ และรสชาติของเครื่องดื่มไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.92) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ และอาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.92) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ นักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.79) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.86) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตาม อาชีพ

ปัญหาด้านราคา	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ ไม่เหมาะสม	3.12 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.11 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.14 (น้อย)	2.91 (น้อย)
ราคาอาหารแพงเกินไป/ ไม่เหมาะสม	2.95 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	2.78 (น้อย)
ราคาเครื่องดื่มแพง เกินไป/ไม่เหมาะสม	2.81 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	2.73 (น้อย)
ราคาชุดอาหารว่างแพง เกินไป/ไม่เหมาะสม	2.86 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.66 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.86 (น้อย)	2.72 (น้อย)
ราคาเบเกอรี่/อาหาร/ เครื่องดื่มไม่คงที่	2.80 (น้อย)	2.82 (น้อย)	3.15 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.86 (น้อย)	2.69 (น้อย)
ไม่สามารถชำระสินค้า ด้วยบัตรเครดิต	2.64 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.81 (น้อย)	2.66 (น้อย)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.86 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ราคาสินค้าไม่คงที่	2.61 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.50 (น้อย)
ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ ชัดเจน	2.58 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.58 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.80 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.91 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.90 (น้อย)	2.68 (น้อย)

จากตารางที่ 73 พบว่าปัญหาด้านราคา ทุกอาชีพ พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.80, 2.88, 2.91, 2.65, 2.53, 2.90 ) ยกเว้น อาชีพนักเรียนนักศึกษา พบว่าปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.45)

ในปัจจุบันย่อย อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.12, 3.12, 2.80, 2.67, 2.75, 3.14) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ ราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.15) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	3.02 (น้อย)	2.71 (น้อย)	3.33 (น้อย)	2.89 (น้อย)	3.03 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.90 (น้อย)
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.56 (มาก)	4.12 (มาก)	4.04 (มาก)	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.23 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม ทันสมัย	2.81 (น้อย)	2.82 (น้อย)	3.04 (น้อย)	2.97 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.66 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.87 (น้อย)
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการซื้อ	2.95 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.55 (น้อย)	3.29 (น้อยที่สุด)	2.82 (น้อย)
เวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม	2.54 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.66 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.32 (น้อยที่สุด)	2.86 (น้อย)	2.56 (น้อย)
ไม่มีบริการส่งถึงบ้าน	2.69 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.15 (น้อย)	2.95 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.77 (น้อย)
สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2.71 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.66 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.90 (น้อย)	3.01 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.57 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.88 (น้อย)



จากตารางที่ 74 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ อาชีพพบปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.90, 3.01, 3.16, 2.94, 2.88, 2.57, 3.00)

ในปัจจุบันย่อย ทุกอาชีพพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.56, 4.12, 4.04, 3.50, 3.67, 3.57) ส่วน อาชีพนักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.23) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการส่งเสริม  
การตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้าง ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีการโฆษณาในสื่อ ต่างๆ หรือมีการโฆษณา น้อย	2.71 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.74 (น้อย)
ไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของ ทางร้าน	2.66 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.79 (น้อย)
ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ ต่างๆ	2.83 (น้อย)	3.35 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.57 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.91 (น้อย)
ไม่มีการสะสมยอดเพื่อ แลกของรางวัล	2.88 (น้อย)	3.29 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.98 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.90 (น้อย)
ไม่มีโปรแกรมการ ส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แคม	2.81 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.07 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.66 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.86 (น้อย)
ไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/ อาหาร/เครื่องดื่มในวัน อื่นๆ นอกจากวันศุกร์	2.80 (น้อย)	3.47 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.86 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.78 (น้อย)	3.23 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.84 (น้อย)

จากตารางที่ 75 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกอาชีพพบว่าปัญหา  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.78, 3.23, 2.96, 2.92, 2.85, 2.62, 2.88)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ และนักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
ลำดับแรกคือ ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.88, 2.70) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ "ไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจากวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ "ไม่มีโปรแกรมการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.07) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ "ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.05) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ "ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.06) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ "ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.00) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านพนักงาน	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงาน ไม่มีมารยาท และมนุษยสัมพันธ์	2.80 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.67 (น้อย)
พนักงาน ไม่มีความซื่อ ซื่อแท้และไม่มีความ เป็นกันเองกับ ลูกค้า	2.90 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.74 (น้อย)
พนักงาน ไม่มีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	2.76 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.65 (น้อย)
พนักงาน ไม่มีความรู้ เรื่องเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม	2.68 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.86 (น้อย)	2.56 (น้อย)
พนักงาน ไม่สามารถ ตอบข้อซักถาม ให้ คำแนะนำหรือให้ ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้า ต้องการทราบ	2.80 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	2.64 (น้อย)
พนักงาน ไม่สามารถ แก้ปัญหาได้	2.68 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.32 (น้อยที่สุด)	2.86 (น้อย)	2.62 (น้อย)
พนักงาน รับคำสั่งซื้อ ไม่ถูกต้อง	2.88 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.97 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.72 (น้อย)
จำนวนพนักงาน ไม่ เพียงพอในการ ให้บริการ	2.83 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.32 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.67 (น้อย)

ตารางที่ 76 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน  
จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านพนักงาน	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานไม่มีความ เสมอภาคในการ ให้บริการ	2.63 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.58 (น้อย)
พนักงานมีบุคลิก/การ แต่งกายไม่เหมาะสม	2.53 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.56 (น้อย)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่ทักทาย และต้อนรับลูกค้าเมื่อ ลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	2.71 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.70 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.86 (น้อย)	2.70 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.74 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.68 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.76 (น้อย)	2.64 (น้อย)

จากตารางที่ 76 พบว่าปัญหาด้านพนักงาน ทุกอาชีพ พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ย  
อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.74, 2.88, 2.68, 2.60, 2.78, 2.76) ยกเว้น อาชีพนักเรียนนักศึกษา  
พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.34)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงาน  
ไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.90) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่  
ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.00) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้ม  
แจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดิน  
เข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.81) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ  
พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.70) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่ทักทาย และต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.00) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ นักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.49) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถามให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ (ค่าเฉลี่ย 2.93) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงานจำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็น ไม่ชัดเจน	2.59 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)
ชื่อของร้านจ๋ายาก	2.00 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.93 (น้อยที่สุด)	2.28 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	1.87 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)
พนักงานแต่งกายไม่สะอาด	2.39 (น้อยที่สุด)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)
การตกแต่งร้านภายนอกไม่สวยงาม	2.54 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.63 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.11 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)
การตกแต่งร้านภายในไม่สวยงาม	2.47 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.21 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)
สถานประกอบการไม่สะอาด	2.51 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)
ห้องน้ำไม่สะอาด	2.46 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.26 (น้อยที่สุด)	3.07 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)
ชุดโต๊ะเก้าอี้นั่งไม่สบาย	2.42 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ไม่เป็นระเบียบ	2.49 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)
มีที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า	2.63 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.63 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.08 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ไม่มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า	2.51 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.56 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)	2.86 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)

ตารางที่ 77 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน

จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
บรรยากาศในร้านไม่ดี อึดอัด คับแคบ	2.49 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	1.96 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)
ไม่มีบริการ internet	2.54 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.70 (น้อย)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)
ไม่มีความทันสมัยของ อุปกรณ์ เช่น เครื่องทำ กาแฟ เครื่องคิดเงิน คอมพิวเตอร์	2.32 (น้อยที่สุด)	2.76 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.29 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.32 (น้อยที่สุด)	2.01 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 77 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกอาชีพพบว่าปัญหาโดยรวม  
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.29, 2.35, 2.26, 2.35, 2.32, 2.01)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีที่นั่งไม่  
เพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.63) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้าน  
ไม่สามารถมองเห็น ได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.00) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ และอาชีพพนักงานบริษัทห้างฯร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
ลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็น ได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.74, 2.86) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ห้องน้ำไม่สะอาด  
(ค่าเฉลี่ย 2.75) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ นักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีบริการ Internet (ค่าเฉลี่ย 2.70) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือห้องน้ำไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.07) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านกระบวนการให้บริการ  
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	อาชีพ							รวม
	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	อาชีพ อิสระ	พนักงาน บริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน	เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีความล่าช้าในการ ให้บริการ	2.64 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.60 (น้อย)
ขั้นตอนการส่งของยุ่งยาก ซับซ้อน	2.36 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)
ในการตั้งสินค้าและชำระ เงินมีความล่าช้า	2.47 (น้อยที่สุด)	2.82 (น้อย)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.19 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)
ในการได้รับสินค้าหลัง การสั่งซื้อมีความล่าช้า	2.63 (น้อยที่สุด)	2.88 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.57 (น้อย)
ระบบการทำงานไม่ดี	2.44	2.71 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.19 (น้อยที่สุด)	2.86 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)
การเสิร์ฟขนม/อาหาร/ เครื่องดื่มไม่ถูกต้อง ครบถ้วน	2.80 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.79 (น้อย)	2.63 (น้อย)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.56</b> (น้อย)	<b>2.77</b> (น้อย)	<b>2.55</b> (น้อย)	<b>2.47</b> (น้อยที่สุด)	<b>2.62</b> (น้อย)	<b>2.26</b> (น้อยที่สุด)	<b>2.63</b> (น้อย)	<b>2.50</b> (น้อย)

จากตารางที่ 78 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ อาชีพข้าราชการ พนักงาน  
รัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ เจ้าของกิจการ และอาชีพอื่นๆ พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ  
น้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.56, 2.77, 2.55, 2.62, 2.63) ส่วน อาชีพพนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน และ  
อาชีพนักเรียนนักศึกษา พบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.47, 2.26)

ในปัจจัยย่อย อาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ การเสิร์ฟ  
ขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 2.80) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ มีความล่าช้าในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.94) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 2.85) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 2.53) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มีความล่าช้าในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.86) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ นักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ที่สุดลำดับแรก คือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 2.34) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ ระบบการทำงานไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 2.86) มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

5.4 ข้อมูลปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนก  
ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รสชาติของเบเกอร์รี่ไม่ คงที่	3.09 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.84 (น้อย)	3.13 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.84 (น้อย)
รสชาติของอาหารไม่ คงที่	3.09 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.04 (น้อย)	2.98 (น้อย)	2.89 (น้อย)
รสชาติของเครื่องคั้ม ไม่คงที่	2.95 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.80 (น้อย)
ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ในร้าน ไม่สะอาด	2.47 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.57 (น้อย)
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายใน ร้านไม่สดใหม่	2.60 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.58 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.66 (น้อย)
อาหารที่จำหน่ายใน ร้านไม่สดใหม่	2.65 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.61 (น้อย)
เครื่องคั้มที่จำหน่าย ในร้าน ไม่สดใหม่	2.63 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.63 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.60 (น้อย)
เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายไม่ หลากหลาย	2.74 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.04 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.73 (น้อย)
อาหารที่จำหน่ายไม่ หลากหลาย	2.81 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.17 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.87 (น้อย)
เครื่องคั้มที่จำหน่าย ไม่หลากหลาย	2.74 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)	2.71 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.73 (น้อย)



ตารางที่ 79 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผลิตภัณฑ์ไม่มีฉลาก บอกวันที่ผลิตและวันที่ หมดอายุ	2.44 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.58 (น้อย)	2.55 (น้อย)	3.08 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.56 (น้อย)
สีทันของเบเกอรี่/ อาหาร/เครื่องคั้นไม่ สวยงาม	2.56 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.50 (น้อย)
บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.47 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.46 (น้อยที่สุด)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์ ไม่หลากหลาย	2.65 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.92 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.56 (น้อย)
บรรจุภัณฑ์ไม่สะดวก ต่อการเปิดรับประทาน	2.44 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)
ไม่มีเบเกอรี่ออกใหม่ ตามเทศกาลต่างๆ	2.44 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.65 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ไม่มีการรับจัดชุด อาหารว่าง	2.42 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.20 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)
ภาชนะที่บรรจุ เบเกอรี่/อาหาร/ เครื่องคั้นไม่สะอาด	2.35 (น้อยที่สุด)	2.27 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.64 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.91 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.62 (น้อย)

จากตารางที่ 79 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าปัญหา  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.64, 2.53, 2.67, 2.91, 2.67) ยกเว้นรายได้ 5,000-  
10,000 บาท พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.44)

ในปีจัยย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ รสชาติของเบเกอรี่ไม่คงที่ และ รสชาติของอาหารไม่คงที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.09)มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือรสชาติของเบเกอรี่ไม่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.67) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.93) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เบเกอรี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.96) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.17) มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.98) มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ ไม่เหมาะสม	2.79 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.90 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.08 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.91 (น้อย)
ราคาอาหารแพงเกินไป/ ไม่เหมาะสม	2.53 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.78 (น้อย)
ราคาเครื่องดื่มแพง เกินไป/ไม่เหมาะสม	2.58 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.73 (น้อย)
ราคาชุดอาหารว่างแพง เกินไป/ไม่เหมาะสม	2.56 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.76 (น้อย)	3.04 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.72 (น้อย)
ราคาเบเกอรี่/อาหาร/ เครื่องดื่มไม่คงที่	2.51 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.78 (น้อย)	3.08 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.69 (น้อย)
ไม่สามารถชำระสินค้า ด้วยบัตรเครดิต	2.37 (น้อยที่สุด)	2.56 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.32 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)
ราคาสินค้าไม่คงที่	2.26 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)
ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ ชัดเจน	2.70 (น้อย)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.57 (น้อย)	3.17 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.58 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.54 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.99 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.68 (น้อย)

จากตารางที่ 80 พบว่าปัญหาด้านราคา ทั้งทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าปัญหา โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.54, 2.60, 2.69, 2.80, 2.99, 2.64)

ในปัจจัยย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.79, 2.79, 2.90, 3.08, 2.90) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีป้ายแสดง  
ราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.17) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย/สถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่สะดวกต่อการ เดินทาง	2.53 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.90 (น้อย)	3.02 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.90 (น้อย)
สถานที่จอดรถไม่ เพียงพอ	3.26 (น้อย)	3.52 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.73 (มาก)	3.92 (มาก)	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ไม่ สวยงาม ทันสมัย	2.81 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.86 (น้อย)	3.21 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.87 (น้อย)
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวก ต่อการซื้อ	2.60 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.29 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.82 (น้อย)
เวลาเปิด-ปิดให้บริการ ไม่มีความเหมาะสม	2.47 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.56 (น้อย)
ไม่มีบริการส่งถึงบ้าน	2.49 (น้อยที่สุด)	2.88 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.77 (น้อย)
สินค้าไม่เพียงพอต่อ ความต้องการ	2.42 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.61 (น้อย)	2.66 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.65 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.98 (น้อย)	3.20 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.88 (น้อย)

จากตารางที่ 81 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทุกช่วงรายได้เฉลี่ย  
ต่อเดือน พบว่าปัญหาด้วยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.65, 2.82, 2.82, 2.98, 3.20,  
2.92)

ในปัจจุบัน รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
ลำดับแรก คือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.26, 3.43) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ คือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.52, 3.73, 3.92, 3.69) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือมีการโฆษณาน้อย	2.70 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.58 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.74 (น้อย)
ไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	2.81 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.79 (น้อย)
ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	2.77 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.98 (น้อย)	2.91 (น้อย)
ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	2.88 (น้อย)	2.87 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.18 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.90 (น้อย)
ไม่มีโปรแกรมการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	2.77 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.70 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.86 (น้อย)
ไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจากวันศุกร์	2.81 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.65 (น้อย)	3.12 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.86 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.79 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.69 (น้อย)	3.09 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.84 (น้อย)

จากตารางที่ 82 พบว่าปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาด ทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม 2.79, 2.77, 2.69, 3.09, 2.84)

ในปัจจุบันย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือไม่มีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.88, 2.87, 3.18) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.80, 2.98) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.18) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน และไม่มีการรับสมัคร สมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.88) มากกว่าด้านอื่น



ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านพนักงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานไม่มีมารยาท และมนุษยสัมพันธ์	2.47 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	2.98 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.67 (น้อย)
พนักงานไม่มีความซื่อ ซื่อสัตย์และไม่มีความ เป็นกันเองกับ ลูกค้า	2.49 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.74 (น้อย)
พนักงานไม่มีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	2.37 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.65 (น้อย)
พนักงานไม่มีความรู้ เรื่องเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม	2.30 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.56 (น้อย)
พนักงานไม่สามารถ ตอบข้อซักถาม ให้ คำแนะนำหรือให้ ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้า ต้องการทราบ	2.37 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	3.08 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.64 (น้อย)
พนักงานไม่สามารถ แก้ปัญหาได้	2.37 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.62 (น้อย)
พนักงานรับคำสั่งซื้อ ไม่ถูกต้อง	2.47 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.65 (น้อย)	3.08 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.72 (น้อย)
จำนวนพนักงานไม่ เพียงพอในการ ให้บริการ	2.42 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	3.02 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.67 (น้อย)

ตารางที่ 83 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านพนักงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ	2.40 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.58 (น้อย)
พนักงานมีบุคลิก/การแต่งกายไม่เหมาะสม	2.30 (น้อยที่สุด)	2.23 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.65 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)
พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	2.40 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.65 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.70 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.40 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)	2.95 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.64 (น้อย)

จากตารางที่ 83 พบว่าปัญหาด้านพนักงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.40, 2.33) ส่วน รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.62, 2.95, 2.78, 2.77)

ในปัจจุบันย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.49) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 2.44) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.80) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถามให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ (ค่าเฉลี่ย 3.08) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.92) มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ คือพนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.00) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านลักษณะทาง กายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายหน้าร้านไม่สามารถ มองเห็น ไม่ชัดเจน	2.70 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.69 (น้อย)
ชื่อของร้านจำยาก	1.95 (น้อยที่สุด)	1.92 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)
พนักงานแต่งกายไม่ สะอาด	2.26 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)	2.20 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.34 (น้อยที่สุด)
การตกแต่งร้าน ภายนอกไม่สวยงาม	2.28 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)
การตกแต่งร้านภายใน ไม่สวยงาม	2.37 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)
สถานประกอบการไม่ สะอาด	2.30 (น้อยที่สุด)	2.23 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)
ห้องน้ำไม่สะอาด	2.33 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.57 (น้อย)
ชุดโต๊ะเก้าอี้นั่งไม่สบาย	2.02 (น้อยที่สุด)	2.15 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ไม่ เป็นระเบียบ	2.19 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.54 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)
มีที่นั่งไม่เพียงพอ สำหรับลูกค้า	2.09 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.53 (น้อย)
ไม่มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการ ลูกค้า	2.07 (น้อยที่สุด)	2.21 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.59 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)
บรรยากาศในร้านไม่ดี อึดอัด คับแคบ	2.07 (น้อยที่สุด)	2.23 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)

ตารางที่ 84 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีบริการ internet	2.74 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)
ไม่มีความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ เครื่องคิดเงิน คอมพิวเตอร์	2.35 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.27 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 84 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.40, 2.33, 2.45) ส่วน รายได้ 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.62, 2.50, 2.50)

ในปัจจัยย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีบริการ Internet (ค่าเฉลี่ย 2.74) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.71) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.73) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีบริการ Internet (ค่าเฉลี่ย 2.92) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.75) มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ห้างน้ำไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 2.69) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีความล่าช้าในการให้บริการ	2.35 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.60 (น้อย)
ขั้นตอนการตั้งของตู้ยากซับซ้อน	2.33 (น้อยที่สุด)	2.21 (น้อยที่สุด)	2.18 (น้อยที่สุด)	2.65 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)
ในการสั่งสินค้าและชำระเงินมีความล่าช้า	2.28 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)
ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า	2.40 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.57 (น้อย)
ระบบการทำงานไม่ดี	2.30 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.59 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)
การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน	2.33 (น้อยที่สุด)	2.54 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.63 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.33 (น้อยที่สุด)	2.28 (น้อยที่สุด)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.50 (น้อย)

จากตารางที่ 85 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 2.33, 2.28, 2.42) ส่วน รายได้ 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.69, 2.56, 2.69)



ในปัจจุบันย่อย รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 2.40) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 2.54, 2.58, 2.78, 2.83, ) มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มีความล่าช้าในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.92) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

## ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

- ที่สาขาเทคนิคการแพทย์ คนส่งของที่ใช้มอเตอร์ไซค์มักจอดเกะกะ การขนส่งบรรจุขนมบางครั้ง ชูด ชีด รถที่จอดอยู่จนได้รับความเสียหาย การขับขี่รถส่งของไม่ค่อยมีมารยาท (1 คน)
- ขนมอร่อยมาก มีหลากหลาย แต่หาที่จอดรถยากมาก (1 คน)
- ทำเลที่ตั้งสะดวกสบาย บรรยากาศในร้านนอกร้านดีมาก อาหารและ เบเกอรี่พอใช้ได้ ไม่แพงมาก มีความสบายใจ ในการพักผ่อนและการนัดหมายติดต่อ (2 คน)
- บางครั้งมีแมลงวันบินเข้ามาในร้าน ควรกำจัดหรือป้องกันไม่ให้เข้ามารบกวนการรับประทานอาหารของลูกค้า (1 คน)
- เครื่องปรับอากาศในร้านไม่ค่อยเย็น (1 คน)
- ที่จอดรถควรเจรจากับตำรวจ ต่อรองในการจอดรถหน้าร้านเพื่อแลกเปลี่ยนกับการจอดรถแบบขนาน ขอให้ต่อรองกับตำรวจดูเพื่อว่าลูกค้าจะได้มีที่จอดรถสะดวก ลูกค้าร้านนี้มีมากด้วย (1 คน)
- สถานที่จอดรถค่อนข้างคับแคบ สภาพอากาศของร้านและบริเวณรอบๆ ค่อนข้างจะร้อน ควรจะขยายพื้นที่ห้องปรับอากาศเพิ่มขึ้น (1 คน)
- ร้านฝ่ายแต่ละสาขามีข้อดี – ข้อเสียแตกต่างกัน แต่เท่าที่สังเกตมาแล้ว สาขาที่มีร้านขนาดใหญ่มักจะมีปัญหาเรื่องการให้บริการที่บางครั้งล่าช้าและไม่ค่อยยิ้มแย้มแจ่มใสเท่าที่ควร ส่วนสาขาเล็ก “อย่างเทคนิคการแพทย์” ให้บริการดีมากละ” (1 คน)
- อยากให้พนักงานทุกคนสวมผ้ากันเปื้อนและหมวกคลุมผม เพื่อความสะอาด (1 คน)
- มาตรฐานการบริการของแต่ละสาขายัง ไม่เป็นรูปแบบเดียวกัน โดยยังมีความแตกต่างของการบริการของพนักงาน (2 คน)
- การบริการที่ดีและความเป็นกันเองของพนักงานขาย เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ร้านฝ่ายมีความได้เปรียบจากร้านเบเกอรี่อื่นๆ การต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม และการที่พนักงานสามารถจำชื่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ร้านฝ่ายสามารถรักษาลูกค้าที่มีอยู่เดิมไว้ และสามารถเรียกลูกค้าใหม่เข้าร้านได้ไม่ยาก เช่น สาขา เทคนิคการแพทย์ (1 คน)
- มีการส่งเสริมการขายทางสื่อทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุท้องถิ่น (1 คน)
- มีการมอบบัตรสมาชิกฟรีให้แก่ลูกค้าประจำ และให้ส่วนลด 5 – 10 % หรือในช่วงเทศกาลต่างๆ (1 คน)
- อยากให้ลองทำโปรโมชัน ชื่อ 1 แกรม 1 ดู (1 คน)

- อยากรู้จักทำโปรโมชัน ลด แลก แจก แถม หรือสะสมแต้มในการซื้อของ เพื่อใช้เป็น ส่วนลดในครั้งต่อไป (1 คน)
- ควรมีการโฆษณาสินค้าให้มากขึ้น (2 คน)
- ควรมีการจัด โปรโมชัน ให้มากขึ้น เช่น ทำบัตรสมาชิก (2 คน)
- มีการสะสมแต้มสำหรับการซื้อขนม ครั้งต่อไป (1 คน)
- การจัด โปรโมชัน เพื่อเป็นตัวดึงดูดความสนใจในร้านและที่ตีควรมีระบบอินเทอร์เน็ต ภายในร้านทุกสาขา (1 คน)
- กาแฟหวานเกินไป (6 คน)
- ชาเย็นหวานเกินไป (2 คน)
- ใส่น้ำแข็งในเครื่องดื่มมากเกินไป (3 คน)
- น้ำแข็งในเครื่องดื่มมากเกินไป ทำให้ปริมาณเครื่องดื่มน้อยเกินไป (1 คน)
- กาแฟเย็นออกรสหวานมากเกินไป (1 คน)
- ควรมีการติดป้ายราคาสินค้าให้ครบทุกอย่าง (1 คน)