

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม
ในการใช้

บริการ ร้านฝ้าย เบเกอร์รี่ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่
ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้ามาใช้บริการ ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ ที่ตั้งอยู่ใน
อำเภอเมืองเชียงใหม่ ทั้ง 9 สาขา สาขาละ 30 ราย รวม 270 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล
การศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้าง
ฯ ร้าน เอกชน มีอายุ 20-30 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า
25,000 บาท ส่วนใหญ่สาขาที่ใช้บริการร้านฝ้าย เบเกอร์รี่ คือ สาขาประตูสวนดอก โดยจำนวนครั้ง
ที่ใช้บริการร้านฝ้าย เบเกอร์รี่ต่อเดือน มากกว่า 3 ครั้ง และจำนวนเงินที่ใช้จ่ายที่ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ต่อ
ครั้งโดยเฉลี่ย คือ 100-200 บาท และส่วนใหญ่ประเภทสินค้าที่บริโภค ประเภทเบเกอร์รี่ คือ แอคร
ประเภทอาหาร ส่วนใหญ่บริโภคคือ อาหารตามสั่ง ประเภทเครื่องดื่ม ส่วนใหญ่บริโภค คือ
กาแฟ ลักษณะการใช้บริการที่ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ คือ ดื่ม/รับประทานที่ร้านและซื้อกลับบ้าน โดย
เหตุผลที่มาใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ คือ สะดวก ส่วนใหญ่ประเภทสื่อที่รู้จักร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ คือ
ป้ายหน้าร้าน และเวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุดคือ เวลา 12.01 - 15.00 น. วันที่มาใช้บริการบ่อย
ที่สุด คือ วันจันทร์ สำหรับการส่งเสริมการตลาดที่ชอบ คือ การจัด โปรโมชันชุดขนมพร้อม
เครื่องดื่มในราคาพิเศษ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม
ในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้าน
ฝ้ายเบเกอร์รี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มี

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกว่าวันที่ผลิตและวันหมดอายุ รองลงมาคือ ความสะอาดของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม และรสชาติของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม และความสดของเบเกอรี่ เท่ากัน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาอาหาร และราคาเบเกอรี่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ และมีสินค้าเพียงพอต่อการเลือกซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ รองลงมาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า และทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ

ปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีความสุภาพ อิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานสามารถรับคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สถานที่สะอาด รองลงมาคือ มีที่นั่งเพียงพอและสะดวกสบาย และเปิดบริการมานานแล้ว

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง รองลงมาคือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ และขั้นตอนการส่งสินค้าสะดวกรวดเร็ว

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือรสชาติของอาหารไม่คงที่ รองลงมาคือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย และรสชาติเบเกอร์ไม่คงที่

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ ราคาเบเกอร์แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม รองลงมาคือ ราคาอาหารแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม และราคาเครื่องดื่มแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ ไม่สะดวกต่อการเดินทาง รองลงมาคือ การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม ทันสมัย และทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการซื้อ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ รองลงมาคือ ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล และไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ของทางร้าน

ปัญหาด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง และ พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็น ไม่ชัดเจน รองลงมาคือ ไม่มีบริการ internet และห้องน้ำไม่สะอาด

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน รองลงมาคือ มีความล่าช้าในการให้บริการ และในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ความสะอาดของเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดลดจากบอกรวันที่ผลิตและวันหมดอายุมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา เพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ราคาเบเกอร์รี่ และราคาอาหาร เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอร์รี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านพนักงาน เพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

เพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ สถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ เบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้องมากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 86 สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม (4.34) มาก	ผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดลacobอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (4.38) มาก
ด้านราคา	ราคาเบเกอรี่ และราคาอาหาร (3.93) มาก	มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (4.06)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.31) มาก	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.27) มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.80) มาก	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.62) มาก
ด้านพนักงาน	ความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (4.17) มาก	พนักงานให้บริการอย่างถูกต้อง และรวดเร็ว (4.18) มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	สถานที่สะอาด (4.17) มาก	สถานที่สะอาด (4.18) มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.24) มาก	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.10) มาก

4.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอรี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ รสชาติของอาหาร มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสะอาดของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดลacobอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดลacobอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ มากกว่าด้านอื่น

อายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสดของเบเกอรี่ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา อายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

อายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ราคาเบเกอรี่ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ ส่วน อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านพนักงาน อายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี และ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มากกว่าด้านอื่น

อายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานสามารถรับคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ สถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

อายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ ภายในกว้างขวางโล่ง ไม่อึดอัด และมีที่นั่งเพียงพอและสะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ ขั้นตอนการส่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

อายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 87 สรุปข้อค้นพบของแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำนวนตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
การตลาด	รสชาติของอาหาร (4.46) (มาก)	ความสะดวกสบายของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มและ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอก วันที่ผลิตและวันหมดอายุ (4.39) (มาก)	ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอก วันที่ผลิตและวันหมดอายุ (4.33) (มาก)	ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอก วันที่ผลิตและวันหมดอายุ (4.38) (มาก)	ความสะดวกสบายของเบเกอรี่ (4.25) (มาก)
ด้านราคา	มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (4.17) (มาก)	มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (3.96) (มาก)	มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (4.07) (มาก)	มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (3.96) (มาก)	ราคาเบเกอรี่ (3.81) (มาก)
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย/สถานที่	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.25) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.35) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.25) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.20) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.19) (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.88) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.80) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.59) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.56) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.44) (ปานกลาง)
ด้านพนักงาน	การทักทายและต้อนรับเมื่อ ท่านเดินเข้ามาในร้าน (4.13) (มาก)	พนักงานต้อนรับมีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี (4.21) (มาก)	พนักงานต้อนรับมีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี (4.02) (มาก)	พนักงานให้บริการท่านอย่าง ถูกต้องและรวดเร็ว (4.43) (มาก)	มีความสุภาพ ชิมแถมใส่มี ความเป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานสามารถค้า สั่งซื้อ ได้ถูกต้อง (4.00) (มาก)

4.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของเบเกอร์รี่อาหารและเครื่องดื่ม มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ รสชาติของเบเกอร์รี่อาหารและเครื่องดื่ม มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้านเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของเบเกอร์รี่อาหารและเครื่องดื่ม และ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสดของเบเกอร์รี่ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสดของเบเกอร์รี่ และ ความสะอาดของเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา อาชีพข้าราชการ อาชีพอิสระ อาชีพเจ้าของกิจการ และนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาเบเกอร์รี่ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้านเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาเบเกอร์รี่ ราคาอาหาร มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ราคาเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่มคงที่ เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน นักเรียนนักศึกษา และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อาชีพข้าราชการ อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน เจ้าของกิจการ และนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านพนักงาน อาชีพข้าราชการ เจ้าของกิจการ และอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้านเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มากกว่าด้านอื่น

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานสามารถรับคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อาชีพข้าราชการ อาชีพอิสระ เจ้าของกิจการ นักเรียนนักศึกษา และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ชื้อและสัญลักษณ์ของร้านจูงใจ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯ ร้านเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เปิดบริการมานานแล้ว มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ อาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ และ เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้านเอกชน และ
เจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับ
อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก
คือ ขั้นตอนการส่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 88 สรุปข้อค้นพบของผู้นตอบแบบสอบถามที่ให้ควมสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัท ห้างร้าน เอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะดวกสบายของเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่ม (4.31) (มาก)	ผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (4.53) (มากที่สุด)	รสชาติของเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่ม (4.15) (มาก)	ความสะดวกสบายของเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (4.41) (มาก)	ความสะดวกสบายของเบเกอรี่ (4.39) (มาก)	ผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ (4.49) (มาก)	ความสะดวกสบายของเบเกอรี่ และ ความสะดวกของเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่ม (4.43) (มาก)	
ด้านราคา	ป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (3.90) (มาก)	ราคาเบเกอรี่ (4.06) (มาก)	ป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (3.81) (มาก)	มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (4.06) (มาก)	ป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (4.17) (มาก)	ป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (4.00) (มาก)	ราคาเบเกอรี่ อาหาร มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ราคาเบเกอรี่อาหารและเครื่องดื่มคงที่ (3.86) (มาก)	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.34) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.24) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.15) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.28) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ (4.22) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.36) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.29) (มาก)	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.42) (ปานกลาง)	การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.65) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่ม ในวันศุกร์ (3.33) (ปานกลาง)	การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (4.00) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.61) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ (3.83) (มาก)	ทำบัตรลดแลกให้ลูกค้าประจำ (3.57) (มาก)	

ตารางที่ 88 (ต่อ) สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อาชีพ							
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัท ห้าง 4 ร้าน เอกชน	เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	
ด้านพนักงาน	พนักงานให้บริการ ทำอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (4.22) (มาก)	มีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานให้บริการ ทำอย่างถูกต้อง และรวดเร็ว (4.18) (มาก)	มีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า (4.22) (มาก)	พนักงานต้องรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.34) (มาก)	พนักงานให้บริการ ทำอย่างถูกต้อง และรวดเร็ว (4.00) (มาก)	พนักงานสามารถรับคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง (4.08) (มาก)	พนักงานให้บริการทำอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (4.36) (มาก)	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	สถานที่สะอาด (4.20) (มาก)	ชื่อและสัญลักษณ์ของร้านจำหน่าย (4.35) (มาก)	สถานที่สะอาด (4.26) (มาก)	มีบริการมานานแล้ว (4.20) (มาก)	สถานที่สะอาด (4.28) (มาก)	สถานที่สะอาด (4.15) (มาก)	สถานที่สะอาด (4.29) (มาก)	
ด้านกระบวนการให้บริการ	มีความรวดเร็วในการให้บริการ และแบบก่อสร้างอาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างถูกต้อง (4.17) (มาก)	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (3.94) (มาก)	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.19) (มาก)	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.22) (มาก)	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.11) (มาก)	ขั้นตอนการสั่งสินค้า สะดวก รวดเร็ว (4.11) (มาก)	ขั้นตอนการสั่งสินค้า สะดวก รวดเร็ว (4.29) (มาก)	

4.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและหมดอายุ มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ รสชาติของอาหาร และ ความสะอาดของเบเกอร์รี่อาหารและเครื่องคั้ม มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของเบเกอร์รี่อาหารและเครื่องคั้ม มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสดของเบเกอร์รี่มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรก คือ ราคาเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องคั้มคงที่ มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาอาหาร มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาเบเกอร์รี่ ราคาอาหาร และ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทุกรายได้ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,000-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอร์รี่ อาหาร และเครื่องคั้มในวันศุกร์ มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การลดราคาเบเกอร์รี่ อาหาร และเครื่องคั้มในวันศุกร์ มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,000-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านพนักงาน รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานสามารถแนะนำเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มเป็นอย่างดี มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย และเปิดบริการมานานแล้ว มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ สถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีที่นั่งเพียงพอและสะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,000-25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เปิดบริการมานานแล้ว และสถานที่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ขั้นตอนการสั่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 20,000-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ขั้นตอนการสั่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว และเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้องเท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 89 สรุปข้อค้นพบของผู้นอบบทแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม	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		
ด้านผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์มีการติดลาก บอกวันที่ผลิตและวัน หมดอายุ (4.51) (มากที่สุด)	ผลิตภัณฑ์มีการติดลาก บอกวันที่ผลิตและวัน หมดอายุ (4.51) (มากที่สุด)	รสชาติของอาหาร และ ความสะดวกสบายของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม (4.33) (มาก)	ความสะดวกสบายของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม (4.39) (มาก)	ความสะดวกสบายของเบเกอรี่ (4.33) (มาก)	ผลิตภัณฑ์มีการติดลาก บอกวันที่ผลิตและวัน หมดอายุ (4.51) (มากที่สุด)		
ด้านราคา	ราคาเบเกอรี่ อาหารและ เครื่องดื่มที่ (3.98) (มาก)	มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (4.17) (มาก)	มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (3.83) (มาก)	ราคาอาหาร (4.04) (มาก)	ราคาเบเกอรี่ ราคา อาหาร และมีป้ายบอก ราคาที่ชัดเจน (3.83) (มาก)	มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (4.05) (มาก)		
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย/สถานที่	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.37) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.23) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.23) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.31) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.39) (มาก)	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ เดินทาง (4.27) (มาก)		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มใน วันศุกร์ (4.05) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มใน วันศุกร์ (3.92) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มใน วันศุกร์ (3.48) (มาก)	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มใน วันศุกร์ (3.65) (มาก)	ไม่คิดค่าธรรมเนียมใน การใช้บัตรเครดิตชำระ สินค้า (3.42) (ปานกลาง)	การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มใน วันศุกร์ (3.52) (มาก)		
ด้านพนักงาน	การทักทายและต้อนรับ เมื่อทราบเดินเข้ามาใน ร้าน (4.05) (มาก)	พนักงานต้อนรับมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.23) (มาก)	พนักงานให้บริการทัน อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (4.20) (มาก)	พนักงานให้บริการทัน อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (4.20) (มาก)	ความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มี ความเป็นกันเองกับ ลูกค้า และพนักงาน สามารถแนะนำเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม เป็นอย่างดี (4.04) (มาก)	พนักงานให้บริการทัน อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (4.19) (มาก)		

ตารางที่ 89 (ต่อ) สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้คำตอบที่มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	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	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ร้านอาหารและสัญลักษณ์ของร้านจำหน่ายและบริการมานานแล้ว (4.19) (มาก)	สถานที่สะอาด (4.29) (มาก)	สถานที่สะอาด (4.20) (มาก)	มีที่นั่งเพียงพอและสะดวกสบาย (4.18) (มาก)	เปิดบริการมานานแล้ว และสถานที่สะอาด (4.04) (มาก)	สถานที่สะอาด (4.31) (มาก)	
ด้านกระบวนการให้บริการ	ขั้นตอนการส่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว (4.07) (มาก)	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มให้บริการ รวดเร็ว และถูกต้อง (4.06) (มาก)	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มให้บริการ รวดเร็ว และถูกต้อง (4.10) (มาก)	ขั้นตอนการส่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว และเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มให้บริการ รวดเร็ว และถูกต้อง (4.35) (มาก)	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มให้บริการ รวดเร็ว และถูกต้อง (4.00) (มาก)	เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มให้บริการ รวดเร็ว และถูกต้อง (4.24) (มาก)	

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

5.1 ข้อมูลปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ลำดับแรกคือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลายมากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านราคา ทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาเบเกอร์รี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทั้ง เพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด เพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ และ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านพนักงาน เพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใส และ ไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นไม่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ เพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีความล่าช้าในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

เพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน มากกว่าด้านอื่น

5.2 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ อายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุ 31-40 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของเบเกอร์รี่ไม่คงที่ มากกว่าด้านอื่น

20-30 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลายมากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านราคา ทุกช่วงอายุ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาเบเกอร์รี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทุกช่วงอายุ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มากกว่าด้านอื่น ส่วน อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการลดราคาเบเกอร์รี่/อาหาร/เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจากวันศุกร์ มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆและไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี และ อายุ 41-50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่น

อายุ มากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านพนักงาน อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี และ 41-50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี และ มากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 31-40 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นไม่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีบริการอินเทอร์เน็ต มากกว่าด้านอื่น

อายุ 41-50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ห้างน้ำไม่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

อายุ มากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สถานประกอบการไม่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ อายุต่ำกว่า 20 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดลำดับแรกคือ เสรีพินชม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน มากกว่าด้านอื่น

อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การเสรีพินชม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน มากกว่าด้านอื่น

อายุ 41-50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ความล่าช้าในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

อายุ มากกว่า 50 ปี พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า และการเสรีพินชม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

5.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ อาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ เบเกอรี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของเบเกอรี่ไม่คงที่ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ และรสชาติของเครื่องดื่มไม่คงที่ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ และอาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ นักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านราคา อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ห้างฯ ร้าน เอกชน นักเรียน/นักศึกษาและอาชีพอื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่คงที่ มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ทุกอาชีพพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ส่วน อาชีพพนักงานนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด อาชีพข้าราชการ และนักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจากวันศุกร์ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ ไม่มีโปรแกรมการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านพนักงาน อาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ลำดับแรกคือ พนักงานไม่มีความขี้มเข้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่มีความขี้มเข้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างฯร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่ทักทาย และต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ นักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถามให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ อาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ถามชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ และอาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ห้องน้ำไม่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ นักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ไม่มีบริการ Internet มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ ห้องน้ำไม่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ อาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ มีความล่าช้าในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอิสระ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มีความล่าช้าในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ นักเรียนนักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ อื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ระบบการทำงานไม่ดี มากกว่าด้านอื่น

5.4 ข้อมูลปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของเบเกอร์รี่ไม่คงที่ และ รสชาติของอาหารไม่คงที่ เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของเบเกอร์รี่ไม่เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อยลำดับแรก คือ อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ รสชาติของอาหารไม่คงที่ มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านราคา รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน ลำดับแรก คือ ราคาเบเกอร์รี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ คือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล มากกว่าด้านอื่น

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

ปัญหาด้านพนักงาน รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถามให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ คือพนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีบริการ Internet มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,000-10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-15,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ไม่มีที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 15,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อยลำดับแรก คือ ไม่มีบริการ Internet มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ห้องน้ำไม่สะอาด มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า 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/เครื่องดื่มไม่ถูกต้อง ครบถ้วน มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 25,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือมีความล่าช้าในการให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ

ร้านฝ้าย เบเกอร์รี่ ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Philip Kotler (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ กระบวนการให้บริการ (Process) ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ ซึ่งแตกต่างกับผลการสำรวจของกองพัฒนาศักยภาพผู้ตอบแบบสอบถาม (2549) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าไปใช้บริการร้านอาหารมากที่สุดคือการมีเครื่องหมายรับรองความสะอาด – ความปลอดภัยของอาหาร แต่ไม่สอดคล้องกับสมเกียรติ เป็งโต (2547) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านกาแฟวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือ รสชาติกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรกคือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนิศา โนรี และ เพ็ญจิตร กาพมณี (2540)

ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนแบบไทยและแบบตะวันตกของนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกบริโภค คือ การมีอาหารให้เลือกประเภท และคุณค่าของอาหาร

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรกคือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) แต่ไม่สอดคล้องกับสมเกียรติ เป็งโต (2547) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านกาแฟพาวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนิศา โนรี และ เพ็ญจิตร กาพนณี (2540) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนแบบไทยและแบบตะวันตกของนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกบริโภค คือ ราคาที่เหมาะสม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านใกล้กับคณะหรือสถานที่เรียน และสอดคล้องกับสมเกียรติ เป็งโต (2547) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านกาแฟพาวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือ ที่ตั้งร้านห่างๆ ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนิศา โนรี และ เพ็ญจิตร กาพนณี (2540) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนแบบไทยและแบบตะวันตกของนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกบริโภค คือ สถานที่ตั้งสะดวกแก่การเดินทางและการนัดพบ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอร์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มี

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาศรีสุนทร วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรกคือ การให้ส่วนลดแก่สมาชิก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านกาแฟวาวิ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือ การบริการของพนักงานขายโดยรวม คำแนะนำจากพนักงานที่เคยใช้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้าย เบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาศรีสุนทร วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรกคือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานและการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ และไม่สอดคล้องกับสมเกียรติ เป็งโต (2547) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านกาแฟ วาวิ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอันดับแรกคือ สถานที่สะอาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาศรีสุนทร วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรกคือ ความสะอาดของร้าน และไม่สอดคล้องกับสมเกียรติ เป็งโต (2547) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านกาแฟวาวิ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือ ความสะอาดของสถานประกอบการ การตกแต่งร้าน และบรรยากาศของร้านเป็นกันเอง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านฟ้ายเบเกอรี่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับมาก อันดับแรก คือ เบเกอร์ อาหารและเครื่องดื่มได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากอันดับแรกคือ ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมเกียรติ เบ็งโต (2547) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านกาแฟแพรวา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากอันดับแรกคือ การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้องครบถ้วน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษครั้งนี้ พบว่าสาขาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์น้อยกว่าสาขาอื่น คือ สาขาสันป่าเลียง ประเภทเบเกอร์ที่บริโภคน้อยกว่าเบเกอร์ชนิดอื่นคือ เคนนิส เครื่องดื่มที่บริโภคน้อยได้แก่ โกโก้ ส่วนใหญ่เหตุผลที่ใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์เพราะสะดวกวันที่ลูกค้ามาใช้บริการน้อยที่สุดคือ วันอังคาร ช่วงเวลาที่มาใช้บริการน้อย คือช่วงหลัง 17.00 น. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 100-200 บาท สิ่งที่ทำให้รู้จักร้านฝ้ายเบเกอร์น้อยที่สุดคือ ไปปลิ้ว และการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบน้อยกว่า คือ การจับคู่ปองรับส่วนลดเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ครบ 150 บาท

จากการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีข้อค้นดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการในระดับมากทุกปัจจัยย่อย

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบ สอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการในระดับมากทุกปัจจัยย่อย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการในระดับมากทุกปัจจัยย่อย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการในระดับมากทุกปัจจัยย่อย

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับสุดท้ายในระดับปานกลาง คือ มีบริการอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการในระดับมากทุกปัจจัยย่อย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 90 สรุประดับความสำคัญในการให้บริการจากมากไปหาน้อยและปัญหาจากมากไปหาน้อย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
ผลิตภัณฑ์มีการคิดราคอบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.36 (มาก)	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.58 (มาก)
ความสะอาดของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม	4.35 (มาก)	ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	2.91 (ปานกลาง)
รสชาติของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม	4.29 (มาก)	ราคาเบเกอรี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.91 (ปานกลาง)
ความสดของเบเกอรี่	4.29 (มาก)	ไม่มีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล	2.90 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.28 (มาก)	ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	2.90 (ปานกลาง)
รสชาติของอาหาร	4.23 (มาก)	รสชาติของอาหารไม่คงที่	2.89 (ปานกลาง)
ความสดของอาหาร	4.23 (มาก)	อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.87 (ปานกลาง)
สถานที่สะอาด	4.18 (มาก)	การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงามทันสมัย	2.87 (ปานกลาง)
ความสดของเครื่องดื่ม	4.16 (มาก)	ไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มในวันอื่นๆ นอกจากวันศุกร์	2.86 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการท่านอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.16 (มาก)	ไม่มีโปรแกรมการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	2.86 (ปานกลาง)
รสชาติของเครื่องดื่ม	4.15 (มาก)	รสชาติของเบเกอรี่ไม่คงที่	2.84 (ปานกลาง)
เบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม ได้รับอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	4.14 (มาก)	ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการซื้อ	2.82 (ปานกลาง)
พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.13 (มาก)	รสชาติของเครื่องดื่มไม่คงที่	2.80 (ปานกลาง)
มีความสุภาพ ยิ้มแย้มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	4.13 (มาก)	ไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	2.79 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของเบเกอรี่	4.11 (มาก)	ราคาอาหารแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.78 (ปานกลาง)

ตารางที่ 90 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญในการให้บริการจากมากไปหาน้อยและปัญหาจากมากไปหาน้อย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
สีส้มของเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม	4.09 (มาก)	ไม่มีบริการส่งถึงบ้าน	2.77 (ปานกลาง)
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.09 (มาก)	ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือมีการโฆษณาน้อย	2.74 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถคำสั่งซื้อได้ถูกต้อง	4.07 (มาก)	พนักงานไม่มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	2.74 (ปานกลาง)
มีที่นั่งเพียงพอ และสะดวกสบาย	4.07 (มาก)	เครื่องดื่มที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.73 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ	4.06 (มาก)	ราคาเครื่องดื่มแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.73 (ปานกลาง)
เปิดบริการมานานแล้ว	4.06 (มาก)	เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.73 (ปานกลาง)
ขั้นตอนการสั่งสินค้าสะดวก รวดเร็ว	4.06 (มาก)	ราคาชุดอาหารว่างแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.72 (ปานกลาง)
ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด	4.04 (มาก)	พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง	2.72 (ปานกลาง)
พนักงานคิดเงินได้ถูกต้อง รวดเร็ว	4.04 (มาก)	พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	2.70 (ปานกลาง)
ห้องน้ำสะอาด	4.02 (มาก)	ราคาเบเกอร์รี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่คงที่	2.69 (ปานกลาง)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4.01 (มาก)	ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นไม่ชัดเจน	2.69 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน	4.01 (มาก)	จำนวนพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ	2.67 (ปานกลาง)
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	4.00 (มาก)	พนักงานไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์	2.67 (ปานกลาง)
ภาพลักษณ์ของร้าน	3.99 (มาก)	เบเกอร์รี่ที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.66 (ปานกลาง)

ตารางที่ 90 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญในการให้บริการจากมากไปหาน้อยและปัญหาจากมากไปหาน้อย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการเปิดรับประทาน	3.99 (มาก)	สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2.66 (ปานกลาง)
ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย	3.99 (มาก)	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	2.65 (ปานกลาง)
มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค	3.97 (มาก)	พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ	2.64 (ปานกลาง)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.95 (มาก)	การเสิร์ฟขนม/อาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้องครบถ้วน	2.63 (ปานกลาง)
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.95 (มาก)	พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาได้	2.62 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถแนะนำเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มเป็นอย่างดี	3.95 (มาก)	ไม่มีบริการ internet	2.62 (ปานกลาง)
การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน	3.95 (มาก)	อาหารที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.61 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี	3.94 (มาก)	เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.60 (ปานกลาง)
ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	3.94 (มาก)	มีความล่าช้าในการให้บริการ	2.60 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของอาหาร	3.94 (มาก)	ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	2.58 (ปานกลาง)
พนักงานดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น	3.93 (มาก)	พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ	2.58 (ปานกลาง)
ราคาอาหาร	3.89 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านไม่สะอาด	2.57 (ปานกลาง)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย	3.89 (มาก)	ห้องน้ำไม่สะอาด	2.57 (ปานกลาง)
ราคาเบเกอรี่	3.87 (มาก)	ในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อมีความล่าช้า	2.57 (ปานกลาง)

ตารางที่ 90 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญในการให้บริการจากมากไปหาน้อยและปัญหาจากมากไปหาน้อย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	3.86 (มาก)	ขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.56 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้	3.85 (มาก)	เวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม	2.56 (ปานกลาง)
บรรยากาศของร้าน	3.85 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ไม่มีหลากหลายในวันที่ผลิตและวันที่หมดอายุ	2.56 (ปานกลาง)
การตกแต่งภายในสวยงาม	3.84 (มาก)	พนักงานไม่มีความรู้เรื่องเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม	2.56 (ปานกลาง)
มีสินค้าเพียงพอต่อการเลือกซื้อ	3.81 (มาก)	ไม่สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต	2.53 (ปานกลาง)
การนำเสนอผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	3.80 (มาก)	ไม่มีเบเกอรี่ออกใหม่ตามเทศกาลต่างๆ	2.53 (ปานกลาง)
ราคาเครื่องดื่ม	3.80 (มาก)	มีที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า	2.53 (ปานกลาง)
ราคาเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มคงที่	3.80 (มาก)	ราคาสินค้าไม่คงที่	2.50 (ปานกลาง)
การตกแต่งสถานที่	3.79 (มาก)	สีส้มของเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่สวยงาม	2.50 (ปานกลาง)
เวลาปิดเปิด	3.79 (มาก)	พนักงานมีบุคลิก/การแต่งกายไม่เหมาะสม	2.49 (น้อย)
การแต่งกายของพนักงาน	3.79 (มาก)	บรรจุภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเปิดรับประทาน	2.47 (น้อย)
การตกแต่งภายนอกสวยงาม	3.78 (มาก)	ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่สะอาด	2.47 (น้อย)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.71 (มาก)	สถานประกอบการไม่สะอาด	2.47 (น้อย)
การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์	3.67 (มาก)	บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.46 (น้อย)
ราคาชุดอาหารว่าง	3.66 (มาก)	การตกแต่งร้านภายนอกไม่สวยงาม	2.44 (น้อย)

ตารางที่ 90 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญในการให้บริการจากมากไปหาน้อยและปัญหาจากมากไปหาน้อย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
รับจัดชุดอาหารว่าง	3.56 (มาก)	ไม่มีความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ เครื่อง คิดเงินคอมพิวเตอร์	2.44 (น้อย)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ	3.51 (มาก)	ระบบการทำงานไม่ดี	2.44 (น้อย)
ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระ สินค้า	3.46 (ปานกลาง)	การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ไม่เป็น ระเบียบ	2.41 (น้อย)
ทำบัตรลดแลกให้ลูกค้าประจำ	3.43 (ปานกลาง)	การตกแต่งร้านภายในไม่ สวยงาม	2.40 (น้อย)
สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต	3.35 (ปานกลาง)	ในการสั่งสินค้าและชำระเงินมี ความล่าช้า	2.40 (น้อย)
มีบริการส่งถึงที่	3.34 (ปานกลาง)	ขั้นตอนการสั่งของยุ่งยาก ซับซ้อน	2.38 (น้อย)
สะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.24 (ปานกลาง)	ไม่มีการรับจัดชุดอาหารว่าง	2.38 (น้อย)
การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทาง ร้าน	3.21 (ปานกลาง)	ไม่มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้ บริการลูกค้า	2.37 (น้อย)
การสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ ต่างๆ	3.19 (ปานกลาง)	บรรยากาศในร้านไม่ดี อึดอัด คับแคบ	2.36 (น้อย)
การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว ป้ายคัทเอาท์กลางแจ้ง	3.07 (ปานกลาง)	พนักงานแต่งกายไม่สะอาด	2.34 (น้อย)
มีบริการอินเทอร์เน็ต	2.98 (ปานกลาง)	ชุดโต๊ะเก้าอี้นั่งไม่สบาย	2.34 (น้อย)
		ชื่อของร้านจำยาก	2.08 (น้อย)

ตารางที่ 91 สรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เปรียบเทียบกับปัญหาที่พบในการ
ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านผลิตภัณฑ์	
ผลิตภัณฑ์มีการติดฉลากบอกวันที่ผลิต และวันหมดอายุ	4.36 (มาก)	รสชาติของอาหาร ไม่คงที่	2.89 (ปานกลาง)
ความสะดวกของเบเกอรี่ อาหารและ เครื่องดื่ม	4.35 (มาก)	อาหารที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.87 (ปานกลาง)
ความสดของเบเกอรี่	4.29 (มาก)	รสชาติของเบเกอรี่ไม่คงที่	2.84 (ปานกลาง)
รสชาติของเบเกอรี่	4.29 (มาก)	รสชาติของเครื่องดื่ม ไม่คงที่	2.80 (ปานกลาง)
ความสดของอาหาร	4.23 (มาก)	เบเกอรี่ที่จำหน่ายไม่หลากหลาย	2.73 (ปานกลาง)
รสชาติของอาหาร	4.23 (มาก)	เบเกอรี่ที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.66 (ปานกลาง)
ความสดของเครื่องดื่ม	4.16 (มาก)	อาหารที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.61 (ปานกลาง)
รสชาติของเครื่องดื่ม	4.15 (มาก)	เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้านไม่สดใหม่	2.60 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของเบเกอรี่	4.11 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านไม่สะอาด	2.57 (ปานกลาง)

ตารางที่ 91 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เปรียบเทียบกับปัญหาที่พบในการใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านผลิตภัณฑ์	
สีส้มของเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่ม	4.09 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ไม่มีฉลากบอกวันที่ผลิตและวันที่หมดอายุ	2.56 (ปานกลาง)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4.01 (มาก)	ไม่มีเบเกอรี่ออกใหม่ตามเทศกาลต่างๆ	2.53 (ปานกลาง)
บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการเปิดรับประทาน	3.99 (มาก)	สีส้มของเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่สวยงาม	2.50 (ปานกลาง)
ภาชนะที่บรรจุเบเกอรี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	3.94 (มาก)	บรรจุภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเปิดรับประทาน	2.47 (น้อย)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย	3.89 (มาก)	บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.46 (น้อย)
ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	3.86 (มาก)	ไม่มีการรับจัดชุดอาหารว่าง	2.38 (น้อย)
การนำเสนอผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และเมนูอาหารเครื่องดื่มใหม่	3.80 (มาก)		
รับจัดชุดอาหารว่าง	3.56 (มาก)		

ตารางที่ 91(ต่อ) สรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และปัญหาที่พบในการใช้
บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านราคา	ด้านราคา		
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	4.00 (มาก)	ราคาเบเกอร์รี่แพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.91 (ปานกลาง)
ราคาอาหาร	3.89 (มาก)	ราคาอาหารแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.78 (ปานกลาง)
ราคาเบเกอร์รี่	3.87 (มาก)	ราคาเครื่องดื่มแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.73 (ปานกลาง)
ราคาเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่มคองที่	3.80 (มาก)	ราคาชุดอาหารว่างแพงเกินไป/ไม่เหมาะสม	2.72 (ปานกลาง)
ราคาเครื่องดื่ม	3.80 (มาก)	ราคาเบเกอร์รี่/อาหาร/เครื่องดื่มไม่คองที่	2.69 (ปานกลาง)
ราคาชุดอาหารว่าง	3.66 (มาก)	ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	2.58 (ปานกลาง)
สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต	3.35 (ปานกลาง)	ไม่สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต	2.53 (ปานกลาง)
		ราคาสินค้าไม่คองที่	2.50 (ปานกลาง)

ตารางที่ 91 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และปัญหาที่พบในการใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่		ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.28 (มาก)	ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	2.90 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการซื้อ	4.06 (มาก)	การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม ทันสมัย	2.87 (ปานกลาง)
มีสินค้าเพียงพอต่อการเลือกซื้อ	3.81 (มาก)	ทำเลที่ตั้ง ไม่สะดวกต่อการซื้อ	2.82 (ปานกลาง)
การตกแต่งสถานที่	3.79 (มาก)	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.58 (มาก)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.71 (มาก)	ไม่มีบริการส่งถึงบ้าน	2.77 (ปานกลาง)
มีบริการส่งถึงที่	3.34 (ปานกลาง)	สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2.66 (ปานกลาง)
เวลาเปิดปิด	3.79 (มาก)	เวลาเปิด-ปิดให้บริการ ไม่มีความเหมาะสม	2.56 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด		ด้านการส่งเสริมการตลาด	
การลดราคาเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มในวันศุกร์	3.67 (ปานกลาง)	ไม่มีการรับสมัครสมาชิก เพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	2.91 (ปานกลาง)
ไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	3.46 (ปานกลาง)	ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	2.90 (ปานกลาง)

ตารางที่ 91 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และปัญหาที่พบในการใช้
บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านบุคลากร		ด้านบุคลากร	
ทำบัตรลดแจกให้ลูกค้าประจำ	3.43 (ปานกลาง)	ไม่มีการแจ้งข่าวสาร/ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ของทางร้าน	2.79 (ปานกลาง)
สะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล	3.24 (ปานกลาง)	ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือมีการ โฆษณาน้อย	2.74 (ปานกลาง)
การแจ้งข่าวสาร-ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ของทางร้าน	3.21 (ปานกลาง)	ไม่มีโปรแกรมการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	2.86 (ปานกลาง)
การสมัครเป็นสมาชิก เพื่อให้ได้ สิทธิ พิเศษต่างๆ	3.19 (ปานกลาง)	ไม่มีการลดราคาเบเกอรี่/อาหาร/เครื่องดื่ม ในวันอื่นๆ นอกจากวันศุกร์	2.86 (ปานกลาง)
การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ไลน์ ป้ายคัทเอทกกลางแจ้ง	3.07 (ปานกลาง)	พนักงานไม่มีความขี้มเข้มแจ่มใสและไม่มี ความเป็นกันเองกับลูกค้า	2.74 (ปานกลาง)
พนักงานให้บริการทำอย่างถูกต้องและ รวดเร็ว	4.16 (มาก)	พนักงานรับคำสั่งซื้อไม่ถูกต้อง	2.72 (ปานกลาง)
พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.13 (มาก)	พนักงานไม่ทักทายและต้อนรับลูกค้าเมื่อ ลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน	2.70 (ปานกลาง)
มีความสุภาพ ขี้มเข้มแจ่มใส มีความเป็น กันเองกับลูกค้า	4.13 (มาก)	จำนวนพนักงาน ไม่เพียงพอในการ ให้บริการ	2.67 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถคำสั่งซื้อ ได้ถูกต้อง	4.07 (มาก)		

ตารางที่ 91 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และปัญหาที่พบในการใช้
บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ		ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	
พนักงานให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกัน	4.01 (มาก)	พนักงานไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์	2.67 (ปานกลาง)
มีการให้บริการแก่ท่านอย่างเสมอภาค	3.97 (มาก)	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	2.65 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถแนะนำเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่มเป็นอย่างดี	3.95 (มาก)	พนักงานไม่สามารถตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ	2.64 (ปานกลาง)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	3.95 (มาก)	พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาได้	2.62 (ปานกลาง)
การพักทอยและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน	3.95 (มาก)	พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ	2.58 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี	3.94 (มาก)	พนักงานไม่มีความรู้เรื่องเบเกอรี่ อาหาร และเครื่องดื่ม	2.56 (ปานกลาง)
พนักงานดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น	3.93 (มาก)	พนักงานมีบุคลิก/การแต่งกายไม่เหมาะสม	2.49 (น้อย)
พนักงานสามารถแก้ปัญหาได้	3.85 (มาก)		

ตารางที่ 91 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และปัญหาที่พบในการใช้
บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ		ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	
สถานที่สะอาด	4.18 (มาก)	ป้ายหน้าร้านไม่สามารถมองเห็นไม่ชัดเจน	2.69 (ปานกลาง)
มีที่นั่งเพียงพอ และสะดวกสบาย	4.07 (มาก)	ไม่มีบริการ internet	2.62 (ปานกลาง)
เปิดบริการมานานแล้ว	4.06 (มาก)	ห้องน้ำไม่สะอาด	2.57 (ปานกลาง)
ภายในกว้างขวาง โล่ง ไม่อึดอัด	4.04 (มาก)	มีที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า	2.53 (ปานกลาง)
ห้องน้ำสะอาด	4.02 (มาก)	สถานประกอบการไม่สะอาด	2.47 (น้อย)
ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย	3.99 (มาก)	ไม่มีความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่อง ทำกาแฟ เครื่องคิดเงินคอมพิวเตอร์	2.44 (น้อย)
ภาพลักษณ์ของร้าน	3.99 (มาก)	การตกแต่งร้านภายนอกไม่สวยงาม	2.44 (น้อย)
ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.95 (มาก)	การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ไม่เป็นระเบียบ	2.41 (น้อย)
การตกแต่งภายในสวยงาม	3.84 (มาก)	การตกแต่งร้านภายในไม่สวยงาม	2.40 (น้อย)

ตารางที่ 91 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และปัญหาที่พบในการใช้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ		ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	
บรรยากาศของร้าน	3.85 (มาก)	ไม่มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไร้บริการ ลูกค้า	2.37 (น้อย)
การแต่งกายของพนักงาน	3.79 (มาก)	บรรยากาศในร้านไม่ดี อึดอัด คับแคบ	2.36 (น้อย)
การตกแต่งภายนอกสวยงาม	3.78 (มาก)	พนักงานแต่งกายไม่สะอาด	2.34 (น้อย)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำ กาแฟ	3.51 (มาก)	ชุดโต๊ะเก้าอี้ที่นั่งไม่สบาย	2.34 (น้อย)
มีบริการอินเทอร์เน็ต	2.98 (มาก)	ชื่อของร้านจำยาก	2.08 (น้อย)

จากตารางที่ 91 พบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ถึงระดับมาก ส่วนปัญหาที่พบในทุกปัจจัยย่อยจะอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาคั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับมาเป็นข้อมูลที่จะพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนการตลาดของร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า และสร้างความพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ซึ่งจะส่งผลให้มีการซื้อซ้ำและมีการแนะนำให้กับเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ให้บริการต้องวางกลยุทธ์ในการให้บริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับพฤติกรรมและกระบวนการให้บริการต่อตัดสินใจของลูกค้า ตามข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปแยกตามส่วนประเภทการตลาดบริการได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ ควรเน้นความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านให้สะอาด ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีการติดฉลากบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุให้ชัดเจน จัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่และสดอยู่เสมอ โดยเฉพาะรสชาติของเบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่มต้องคงที่สม่ำเสมอ ตลอดจนดูแลให้เรื่องของภาชนะบรรจุให้สะอาด นอกจากนี้ควรเพิ่มความหลากหลายของ เบเกอร์รี่ อาหารและเครื่องดื่ม หรือมีสินค้าใหม่แนะนำเสนอสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ตามต้องการ ในแต่ละสาขาควรกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักและเป้าหมายรองเพื่อที่จะผลิตสินค้าให้ได้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายและตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอย่างแท้จริง

ด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่าราคากาแฟแพงเกินไปไม่เหมาะสมดังนั้นทางร้านจึงควรพิจารณาราคาในด้านจิตวิทยา โดยผู้บริโภคส่วนมากใช้ราคาเป็นเครื่องชี้คุณภาพ การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคากับการรับรู้คุณภาพของสินค้าทางร้านควรชี้ให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ของทางร้านนั้นมีคุณภาพคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป รวมทั้งการตั้งราคาให้เหมาะสมและไม่ปรับเปลี่ยนราคาบ่อย เพราะอาจมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าได้ นอกจากนั้นควรตั้งราคาโดยพิจารณาคู่แข่งกันที่มีอยู่ สำหรับราคาอาจตั้งราคาโดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักในแต่ละสาขาที่แตกต่างกันไป รวมทั้งการให้ลูกค้าได้เลือกตามภาชนะบรรจุ ซึ่งราคามีการตั้งไว้ที่แตกต่างกัน หรือราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า นอกจากนั้นควรมีป้ายบอกราคาให้ลูกค้าได้เห็นอย่างชัดเจน เพื่อให้ลูกค้ามีการตัดสินใจได้เร็วขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ควรจัดที่นั่งให้เพียงพอสำหรับลูกค้า ในแต่ละสาขาและในแต่ละวัน และสถานที่จอดรถให้สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้ามาใช้บริการ ตลอดจนบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและไม่ต้องรอนานเมื่อเข้ามาใช้บริการในร้าน จัดสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในแต่ละวัน โดยอาจมีการจัดทำ

กล่องแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า นอกจากนั้นควรตกแต่งสถานที่ให้สวยงามทันสมัย นอกจากนี้การกระจายสินค้าไปตามร้านค้าหรือร้านค้าแพ็คเกจที่ต้องการ เป็นอีกวิธีที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านให้ไปสู่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่งด้วย แต่ทางร้านต้องคำนึงถึงมาตรฐานของสินค้าด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นการส่งเสริมการขาย โดยมีการจัดทำบัตรสมาชิก เพื่อให้ลูกค้าได้รับส่วนลดเบเกอรี่ อาหารและเครื่องดื่มให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ โดยการรับสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ นอกจากนั้นควรให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ เช่น ช่วงเทศกาลสงกรานต์ปีใหม่เก่าต้อนรับปีใหม่ หรือในโอกาสสำคัญๆ เช่น วันรับปริญญา ช่วงการต้อนรับน้องใหม่ของสถานศึกษา รวมทั้งมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล เป็นต้น นอกจากนั้นควรทำโปรโมชัน โดยคว่าในแต่ละสาขาลูกค้าน้อยวันใดให้จัด โปรโมชันวันนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายอีกทางหนึ่ง เครื่องมือในการส่งเสริมการจำหน่ายอาจสร้างการเจรจาและการซื้อได้ เช่น การแจกตัวอย่างสินค้าใหม่ อาหารแนะนำในร้านให้ลูกค้า โปรแกรมลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบ่อย เครื่องมือเกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่าย ควรสนับสนุนและเสริมการวางตำแหน่งหรือภาพพจน์ของร้านด้วย

ด้านพนักงาน ควรให้ความสำคัญในเรื่องการคัดเลือก การอบรมมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน รวมทั้งความชำนาญของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งด้านคุณภาพทางเทคนิค เช่น ความชำนาญเกี่ยวกับอุปกรณ์เบเกอรี่ของทางร้าน พนักงานทำงานด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เอาใจใส่ลูกค้า ตลอดจนบุคลิกภาพที่ดีการแต่งกายเหมาะสมในการให้บริการ ปลุกฝังพนักงานให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจการใส่ใจในการทำงานเหมือนกับเป็นกิจการของตนเอง อาจจะมีการตอบแทนด้วยการให้เปอร์เซ็นต์จากยอดขายของพนักงานที่อยู่ในแต่ละสาขา เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและเพิ่มรายได้ให้แก่พนักงานรวมถึงทำให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงาน จากการศึกษาพบว่าช่วงวันและเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการบ่อยคือ วันจันทร์ เวลา 12.00 -15.00 น. ดังนั้นช่วงวันและเวลาดังกล่าวทางร้านควรมีการจัดเตรียมพนักงานไว้คอยบริการให้พร้อม นอกจากนั้นการทำระบบตรวจสอบการดำเนินการให้บริการของร้านเองทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นถึงคุณภาพของพนักงานทุกสาขาว่ามีมาตรฐานเดียวกัน

ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ สิ่งที่ร้านอาหารทุกร้าน ควรคำนึงมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน บรรยากาศในร้าน ตลอดจนการมีที่นั่งสะดวกสบาย มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ป้ายหน้าร้านให้มองเห็นชัดเจน จัดพื้นที่ให้มีความเหมาะสมกับบรรยากาศในร้าน

การตกแต่งให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าที่มุ่งหวัง คือ กลุ่มนักศึกษา คนทำงาน และจัดให้มีพื้นที่เฉพาะผู้สูบบุหรี่ จัดหาหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้าตลอดจนมีบริการ อินเทอร์เน็ตเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และมีความพอใจในบริการที่ได้รับ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการรักษาลูกค้าในการเลือกใช้บริการในครั้งต่อไป

ด้านกระบวนการให้บริการ ร้านฝ้ายเบเกอรี่ ควรมีการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของสินค้าก่อนส่งมอบให้ลูกค้าทุกครั้งโดยมีพนักงานคอยเช็คสินค้าก่อนส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า กระบวนการให้บริการให้บริการของร้าน จะต้องมีการปรับกระบวนการให้บริการให้มีมาตรฐานการให้บริการเดียวกันโดยกำหนดหน้าที่หลักของพนักงานแต่ละคน และเพิ่มลดพนักงานในแต่ละสาขาโดยดูจากปริมาณลูกค้าที่เข้ามา การจัดเฟอร์นิเจอร์เป็นสิ่งสำคัญอีกประการเพื่อให้พนักงานทำงานได้สะดวก โดยจัดวางผังร้านให้มีการไหลของกระบวนการให้บริการให้บริการลูกค้าได้อย่างคล่องตัว เพื่อให้พนักงานปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน

สำหรับปัญหาที่พบควรมีการแก้ปัญหาในทุกๆเรื่องไม่ว่าปัญหาจะมากหรือน้อย ควรเริ่มแก้ไขในส่วนที่เป็นปัญหาเร่งด่วนก่อน เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ร้านเอง โดยเฉพาะที่จอดรถ ควรมีเพียงพอและสะดวกสำหรับผู้มาใช้บริการ ถ้าหากจะเปิดสาขาใหม่ควรดำเนินการเรื่องนี้ด้วย ในส่วนของการพิจารณาการตัดสินใจเกี่ยวกับการขยายช่องทางทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าสนใจทำเลที่ตั้งที่ใกล้ที่สุด ควรตั้งร้านที่อยู่ในเขตธุรกิจการค้า และการประเมินความสัมฤทธิ์ผลในการขายของร้าน โดยดูปัจจัยต่อไปนี้เป็น จำนวนบุคคลที่ผ่าน โดยเฉลี่ยต่อวัน เปอร์เซ็นต์ของผู้เข้าร้าน เปอร์เซ็นต์ของผู้เข้าร้านและซื้อ รวมทั้งจำนวนเงิน โดยเฉลี่ยที่ลูกค้าใช้ในการซื้อแต่ละครั้ง