

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ โดยการใช้ข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และแปลผล โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกได้เป็น 5 ส่วนดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวัน ของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ใด และผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และปัจจัยด้านกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามอาชีพ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	145	36.25
หญิง	255	63.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.75 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.25

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
22 – 30 ปี	197	49.25
31 – 40 ปี	81	20.25
41 – 50 ปี	69	17.25
51 – 59 ปี	53	13.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอายุระหว่าง 22 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.25 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.25 และอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.25

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	214	53.50
สมรส	180	45.00
อื่นๆ	6	1.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: สถานภาพอื่นๆ ได้แก่หย่า และหม้าย

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 53.50 และมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 45.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	61	15.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวศ.	68	17.00
อนุปริญญา / ปวช.	34	8.50
ปริญญาตรี	194	48.50
ปริญญาโท	41	10.25
สูงกว่าปริญญาโท	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาได้แก่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวศ. คิดเป็นร้อยละ 17.00 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 15.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

อาชีพปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	100	25.00
พนักงานบริษัทเอกชน	100	25.00
เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ	100	25.00
ค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป	100	25.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพปัจจุบัน ได้แก่ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ และค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป โดยคิดเป็นร้อยละเท่าๆ กันคือ ร้อยละ 25.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	30	7.50
5,001 – 10,000 บาท	107	26.75
10,001 – 15,000 บาท	83	20.75
15,001 – 20,000 บาท	68	17.00
20,001 – 25,000 บาท	42	10.50
25,001 – 30,000 บาท	20	5.00
มากกว่า 30,000 บาท	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.75 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.75 และ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารกลางวัน

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน

วิธีการรับประทานอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ปรุงจากที่บ้านแล้วห่อไปรับประทาน	30	7.50
ออกไปรับประทานอาหารที่ร้าน	163	40.75
ออกไปซื้อกลับบ้านมารับประทานที่ทำงาน	102	25.50
รับประทานอาหารที่โรงอาหารของที่ทำงาน	81	20.25
โทรศัพท์สั่งทางร้านให้มาส่ง	16	4.00
อื่นๆ	8	2.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ทานที่บ้าน

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน โดยการออกไปรับประทานอาหารที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมาคือออกไปซื้อกลับบ้านมารับประทานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และรับประทานอาหารที่โรงอาหารของที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 20.25

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน

เหตุผลในการเลือกวิธีการรับประทานอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
อาหารมีรสชาติอร่อย	77	19.25
อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	50	12.50
ราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด	61	15.25
สะดวก รวดเร็ว	139	34.75
สะอาด ถูกสุขอนามัย	73	18.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานคือสะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 19.25 และสะอาด ถูกสุขอนามัย คิดเป็นร้อยละ 18.25

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงาน

เหตุผลในการไปรับประทานอาหาร ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
อาหารมีรสชาติอร่อย	73	18.25
อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	79	19.75
ราคาถูก ค่ำค่า ประหยัด	25	6.25
สะดวก รวดเร็ว	49	12.25
สะอาด ถูกสุขอนามัย	19	4.75
อยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน	137	34.25
มีบุคคลอื่นชักชวนให้ไป	18	4.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงานคืออยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 19.75 และอาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 18.25

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทาน

วิธีหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไป	จำนวน	ร้อยละ
จากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	20	3.25
จากแผ่นพับ ใบปลิว โบรชัวร์	54	8.78
จากโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์	18	2.93
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป	266	43.25
ทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์แนะนำร้านอาหาร	21	3.41
หนังสือแจกฟรี (Free Copy) ที่แนะนำร้านอาหาร	56	9.11
ไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคยผ่าน เลยลองไป	180	29.27
รวม	615	100.00

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400)

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทาน โดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคือไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคยผ่าน เลยลองไป คิดเป็นร้อยละ 29.27 และหนังสือแจกฟรี (Free Copy) ที่แนะนำร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 9.11

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
11.00 น. – 12.00 น.	65	16.25
12.00 น. – 13.00 น.	253	63.25
13.00 น. – 14.00 น.	79	19.75
อื่นๆ	3	0.75
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ 14.00 น. – 15.00 น.

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานอาหารกลางวันในช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 63.25 รองลงมาคือช่วง 13.00 น. – 14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 19.75 และช่วง 11.00 น. – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 16.25

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงาน

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	243	60.75
เพื่อน	91	22.75
แฟน / ภรรยา	31	7.75
หัวหน้างาน	13	3.25
ครอบครัว	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.75 และแฟน / ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน

ผู้ที่เป็นที่นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน	จำนวน	ร้อยละ
ไปคนเดียว	105	26.25
เพื่อน	215	53.75
แฟน / ภรรยา	43	10.75
หัวหน้างาน	10	2.50
ครอบครัว	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมาคือไปรับประทานอาหารคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 26.25 และแฟน / ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 10.75

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคนที่ไปรับประทานอาหารร่วมกัน

จำนวนคนที่ไปรับประทานอาหารร่วมกัน	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	99	24.75
2 คน	137	34.25
3 – 5 คน	140	35.00
6 คนขึ้นไป	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน 3 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ 2 คน (รวมตัวผู้ตอบ) คิดเป็นร้อยละ 34.25 และไปคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 24.75

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอาหารที่ชอบไปรับประทานอาหารในวันทำงาน

ประเภทอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
อาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง	186	46.50
อาหารพื้นเมือง อีสาน ปักษ์ใต้	33	8.25
ก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ	160	40.00
อาหารฟาสต์ฟู้ดส์	3	0.75
อาหารญี่ปุ่น	4	1.00
อาหารจีน	6	1.50
อาหารฝรั่ง	0	0.00
สุกี้ / หมูกระทะ	3	0.75
อื่นๆ	5	1.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ อาหารเจ

จากตารางที่ 15 พบว่า ในวันทำงานผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดชอบไปรับประทานอาหารกลางวันประเภทอาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ ก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ คิดเป็นร้อยละ 40.00 และอาหารพื้นเมือง อีสาน ปักษ์ใต้ คิดเป็นร้อยละ 8.25

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทร้านอาหารที่ชอบไปใช้บริการในวันทำงาน

ประเภทร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป	243	60.75
บ้านของตนเอง	57	14.25
โรงอาหาร ณ ที่ทำงาน	63	15.75
ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดส์ตามถนน	9	2.25
ภัตตาคาร / ร้านอาหารขนาดใหญ่	3	0.75
ศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้า	16	4.00
สวนอาหาร	5	1.25
อื่นๆ	4	1.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ สถานที่ทำงาน

จากตารางที่ 16 พบว่า ในวันทำงานผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือโรงอาหาร ณ ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 15.75 และบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 14.25

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 บาท	69	17.25
31 – 50 บาท	193	48.25
51 – 70 บาท	76	19.00
71 – 90 บาท	20	5.00
91 – 110 บาท	26	6.50
มากกว่า 110 บาท	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 – 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือ 51 – 70 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.00 และไม่เกิน 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.25

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานเป็นประจำ

จำนวนร้านประจำ	จำนวน	ร้อยละ
1 ร้าน	31	7.75
2 – 3 ร้าน	247	61.75
4 – 5 ร้าน	91	22.75
ไม่มีร้านประจำ	31	7.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานเป็นประจำ 2 – 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 61.75 รองลงมาคือร้านประจำ 4 – 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 22.75 และมี 1 ร้านกับไม่มีร้านประจำมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกร้านประจำร้านเดิมหรือร้านใหม่ในการทานครั้งต่อไป

การเลือกร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ไปร้านประจำร้านเดิม	236	59.00
เปลี่ยนร้านใหม่	164	41.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่า ในการรับประทานครั้งต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไปร้านประจำร้านเดิม คิดเป็นร้อยละ 59.00 ส่วนที่เหลือจะเปลี่ยนร้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 41.00

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดเปรียบเทียบกับวันทำงาน

การเลือกรับประทานในวันหยุด	จำนวน	ร้อยละ
เหมือนวันทำงาน	122	30.50
ไม่เหมือนวันทำงาน	278	69.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดไม่เหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 69.50 ส่วนที่เหลือมีการเลือกรับประทานเหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 30.50

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุด

วิธีการรับประทานอาหารในวันหยุด	จำนวน	ร้อยละ
ปรุงจากที่บ้านแล้วออกไปรับประทานข้างนอก	2	0.72
ออกไปรับประทานที่ร้านข้างนอกบ้าน	101	36.33
ออกไปซื้อกลับบ้านมารับประทานที่บ้าน	64	23.02
ทำรับประทานเองที่บ้าน	106	38.13
โทรศัพท์สั่งทางร้านให้มาส่ง	5	1.80
รวม	278	100.00

หมายเหตุ: เก็บตัวอย่างเฉพาะกรณีผู้ตอบ “ไม่เหมือน” คือมีวิธีการทานอาหารในวันหยุดต่างไปจากวันทำงาน (n = 278)

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดโดยการทำรับประทานเองที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 38.13 รองลงมาคือออกไปรับประทานที่ร้านข้างนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 36.33 และออกไปซื้อกลับบ้านมารับประทานที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 23.02

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุด

เหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานในวันหยุด	จำนวน	ร้อยละ
อาหารมีรสชาติอร่อย	103	37.05
อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	55	19.78
ราคาถูก ค่ำค่า ประหยัด	31	11.15
สะดวก รวดเร็ว	25	10.07
สะอาด ถูกสุขอนามัย	50	17.99
อื่นๆ	11	3.96
รวม	278	100.00

หมายเหตุ: เก็บตัวอย่างเฉพาะกรณีผู้ตอบ “ไม่เหมือน” คือมีวิธีการทานอาหารในวันหยุดต่างไปจากวันทำงาน (n = 278)
: อื่นๆ ได้แก่ ออกไปพบปะเพื่อนๆ และ ไปรับประทานอาหารกันทั้งครอบครัว

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 37.05 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 19.78 และสะอาด ถูกสุขอนามัย คิดเป็นร้อยละ 17.99

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวัน

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
1. รสชาติของอาหาร	194 (48.50)	156 (39.00)	48 (12.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.36 (มาก)
2. คุณภาพของอาหาร	203 (50.75)	167 (41.75)	27 (6.75)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.43 (มาก)
3. ความสะอาดของอาหาร	231 (57.75)	137 (34.25)	25 (6.25)	7 (1.75)	0 (0.00)	4.48 (มาก)
4. ความหลากหลายของอาหาร	98 (24.50)	178 (44.50)	113 (28.25)	9 (2.25)	2 (0.50)	3.90 (มาก)
5. ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	29 (7.25)	97 (24.25)	166 (41.50)	85 (21.25)	23 (5.75)	3.06 (ปานกลาง)
6. การออกแบบ ความสวยงามของอาหาร	16 (4.00)	83 (20.75)	217 (54.25)	65 (16.25)	19 (4.75)	3.03 (ปานกลาง)
7. การมีอาหารเจหรือมังสวิรัติให้เลือกได้	40 (10.00)	54 (13.50)	112 (28.00)	95 (24.00)	98 (24.50)	2.61 (ปานกลาง)
8. งาน ชาม ช้อน ส้อม มีความสะอาด	198 (49.50)	157 (39.25)	37 (9.25)	8 (2.00)	0 (0.00)	4.36 (มาก)
9. ชื่อเสียงของร้านที่เป็นร้านท้องถิ่น มีมานาน	63 (15.75)	149 (37.25)	162 (40.50)	25 (6.25)	1 (0.25)	3.62 (มาก)
10. ชื่อเสียงของร้านที่เป็นสาขามาจากที่อื่น	18 (4.50)	86 (21.50)	197 (49.25)	84 (21.00)	15 (3.75)	3.02 (ปานกลาง)
11. ภาพลักษณ์ของร้านคูหุหุรา มีรสนิยม	22 (5.50)	64 (16.00)	204 (51.00)	92 (23.00)	18 (4.50)	2.95 (ปานกลาง)
12. ภาพลักษณ์ของร้านเป็นแบบพื้นเมือง	22 (5.50)	67 (16.75)	198 (49.50)	89 (22.25)	24 (6.00)	2.94 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.56 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันในระดับมาก (3.56)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (4.48) คุณภาพของอาหาร (4.43) รสชาติของอาหาร (4.36) งาน ชาม ช้อน ส้อม มีความสะอาด (4.36) ความหลากหลายของอาหาร (3.90) และชื่อเสียงของร้านที่เป็นร้านท้องถิ่นมีมานาน (3.62)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ ความหลากหลายของเครื่องดื่ม (3.06) การออกแบบ ความสวยงามของอาหาร (3.03) ชื่อเสียงของร้านที่เป็นสาขามาจากที่อื่น (3.02) ภาพลักษณ์ของร้านคูหุหุรา มีรสนิยม (2.95) ภาพลักษณ์ของร้านเป็นแบบพื้นเมือง (2.94) และการมีอาหารเจหรือมังสวิรัตให้เลือกได้ (2.61)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
1. ราคาถูก	98 (24.50)	128 (32.00)	164 (41.00)	10 (2.50)	0 (0.00)	3.79 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	169 (42.25)	185 (46.25)	42 (10.50)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.30 (มาก)
3. มีระดับราคาให้เลือกสั่งได้	87 (21.75)	173 (43.25)	118 (29.50)	21 (5.25)	1 (0.25)	3.81 (มาก)
4. สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต	52 (13.00)	76 (19.00)	143 (35.75)	85 (21.25)	44 (11.00)	3.02 (ปานกลาง)
5. มีห้องพิเศษบริการ แต่ต้องชำระเงินเพิ่ม	24 (6.00)	48 (12.00)	148 (37.00)	105 (26.25)	75 (18.75)	2.60 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.50 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันในระดับมาก (3.50)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.30) มีระดับราคาให้เลือกสั่งได้ (3.81) และราคาถูก (3.79)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต (3.02) และมีห้องพิเศษบริการ แต่ต้องชำระเงินเพิ่ม (2.60)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
1. ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน	175 (43.75)	175 (43.75)	41 (10.25)	9 (2.25)	0 (0.00)	4.29 (มาก)
2. สะดวกต่อการเดินทาง	174 (43.50)	200 (50.00)	25 (6.25)	1 (0.25)	0 (0.00)	4.37 (มาก)
3. ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	80 (20.00)	178 (44.50)	123 (30.75)	12 (3.00)	7 (1.75)	3.78 (มาก)
4. มีบริการส่งถึงบ้าน / ที่ทำงาน	35 (8.75)	116 (29.00)	153 (38.25)	65 (16.25)	31 (7.75)	3.15 (ปานกลาง)
5. ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	27 (6.75)	74 (18.50)	184 (46.00)	79 (19.75)	36 (9.00)	2.94 (ปานกลาง)
6. มีห้องปรับอากาศให้เลือกใช้ บริการได้	31 (7.75)	75 (18.75)	149 (37.25)	96 (24.00)	49 (12.25)	2.86 (ปานกลาง)
7. บรรยากาศในร้านไม่แออัดเกินไป	112 (28.00)	187 (46.75)	86 (21.50)	12 (3.00)	3 (0.75)	3.98 (มาก)
8. มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	135 (33.75)	168 (42.00)	77 (19.25)	15 (3.75)	5 (1.25)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.68 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันในระดับมาก (3.68)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ สะดวกต่อการเดินทาง (4.37) ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน (4.29) มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (4.03) บรรยากาศในร้านไม่แออัดเกินไป (3.98) และร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน (3.78)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ มีบริการส่งถึงบ้าน / ที่ทำงาน (3.15) ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า (2.94) และมีห้องปรับอากาศให้เลือกใช้บริการได้ (2.86)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
1. ทางร้านมีการโฆษณาผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	13 (3.25)	50 (12.50)	183 (45.75)	116 (29.00)	38 (9.50)	2.71 (ปานกลาง)
2. ทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อหนังสือแจกฟรี (Free Copy)	7 (1.75)	66 (16.50)	174 (43.50)	113 (28.25)	40 (10.00)	2.72 (ปานกลาง)
3. ทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ	14 (3.50)	40 (10.00)	186 (46.50)	106 (26.50)	54 (13.50)	2.64 (ปานกลาง)
4. ทางร้านมีการแจกแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำร้าน	11 (2.75)	58 (14.50)	171 (42.75)	114 (28.50)	46 (11.50)	2.69 (ปานกลาง)
5. มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ	52 (13.00)	141 (35.25)	134 (33.50)	47 (11.75)	26 (6.50)	3.37 (ปานกลาง)
6. มีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ	51 (12.75)	102 (25.50)	141 (35.25)	75 (18.75)	31 (7.75)	3.17 (ปานกลาง)
7. ทางร้านมีการจัดกิจกรรม และสนับสนุนช่วยเหลือสังคม	38 (9.50)	69 (17.25)	168 (42.00)	80 (20.00)	45 (11.25)	2.94 (ปานกลาง)
8. มีผู้อื่นแนะนำมาให้รับประทาน	85 (21.25)	162 (40.50)	119 (29.75)	19 (4.75)	15 (3.75)	3.71 (มาก)
9. มีนิตยสารสัมภรณ์ หรือแนะนำร้านในนิตยสารต่างๆ	17 (4.25)	100 (25.00)	176 (44.00)	74 (18.50)	33 (8.25)	2.99 (ปานกลาง)
10. มีการแนะนำร้าน หรือกล่าวถึงในเว็บไซต์ต่างๆ	12 (3.00)	78 (19.50)	180 (45.00)	80 (20.00)	50 (12.50)	2.81 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.98 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันในระดับปานกลาง (2.98)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีผู้อื่นแนะนำมาให้รับประทาน (3.71)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ มีการให้ส่วนลดค่าอาหารและบริการ (3.37) มีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ (3.17) มีนิตยสารสัมภาษณ์ หรือแนะนำร้านในนิตยสารต่างๆ (2.99) ทางร้านมีการจัดกิจกรรม และสนับสนุนช่วยเหลือสังคม (2.94) มีการแนะนำร้าน หรือกล่าวถึง ในเว็บไซต์ต่างๆ (2.81) ทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อหนังสือแจกฟรี (Free Copy) (2.72) ทางร้านมีการโฆษณาผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (2.71) ทางร้านมีการแจกแผ่นพับ ไปปลิวนแนะนำร้าน (2.69) และทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ (2.64)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
1. มีพนักงานต้อนรับหน้าร้าน	40 (10.00)	94 (23.50)	143 (35.75)	86 (21.50)	37 (9.25)	3.04 (ปานกลาง)
2. การให้บริการมีความเป็นมาตรฐาน เหมือนกันและสม่ำเสมอ	130 (32.50)	172 (43.00)	82 (20.50)	16 (4.00)	0 (0.00)	4.04 (มาก)
3. มีวิธีการรับรายการอาหารที่รวดเร็ว และถูกต้อง	149 (37.25)	184 (46.00)	60 (15.00)	5 (1.25)	2 (0.50)	4.18 (มาก)
4. มีการจัดคิวการลงอาหารของโต๊ะ ต่างๆ อย่างยุติธรรมและถูกต้อง	150 (37.50)	174 (43.50)	68 (17.00)	6 (1.50)	2 (0.50)	4.16 (มาก)
5. มีการออกแบบกระบวนการ ให้บริการที่เหมาะสม ไม่ติดขัดหรือ วุ่นวาย	127 (31.75)	183 (45.75)	79 (19.75)	9 (2.25)	2 (0.50)	4.06 (มาก)
6. ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	180 (45.00)	167 (41.75)	48 (12.00)	4 (1.00)	1 (0.25)	4.30 (มาก)
7. สามารถควบคุมรสชาติอาหารได้ คงที่ทุกครั้ง	186 (46.50)	148 (37.00)	62 (15.50)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.29 (มาก)
8. การคิดเงินรวดเร็ว	109 (27.25)	189 (47.25)	98 (24.50)	2 (0.50)	2 (0.50)	4.00 (มาก)
9. การคิดเงินถูกต้อง	178 (44.50)	160 (40.00)	59 (14.75)	1 (0.25)	0 (0.00)	4.28 (มาก)
10. สามารถโทรศัพท์ไปจองโต๊ะ ล่วงหน้าได้	61 (15.25)	136 (34.00)	152 (38.00)	29 (7.25)	22 (5.50)	3.46 (ปานกลาง)
11. มีพนักงานเพียงพอต่อการ ให้บริการ	121 (30.25)	171 (42.75)	87 (21.75)	16 (4.00)	5 (1.25)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.98 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันในระดับมาก (3.98)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.30) สามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง (4.29) การคิดเงินถูกต้อง (4.28) มีวิธีการรับรายการอาหารที่รวดเร็ว และถูกต้อง (4.18) มีการจัดคิวการลงอาหารของโต๊ะต่างๆ อย่างยุติธรรม และถูกต้อง (4.16) มีการออกแบบกระบวนการให้บริการที่เหมาะสม ไม่ติดขัดหรือวุ่นวาย (4.06) การให้บริการมีความเป็นมาตรฐาน เหมือนกันและสม่ำเสมอ (4.04) การคิดเงินรวดเร็ว (4.00) และมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.97)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ สามารถโทรศัพท์ไปจองโต๊ะล่วงหน้าได้ (3.46) และมีพนักงานต้อนรับหน้าร้าน (3.04)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
1. พนักงานมีบุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อย สะอาด	111 (27.75)	195 (48.75)	84 (21.00)	10 (2.50)	0 (0.00)	4.02 (มาก)
2. พนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย	163 (40.75)	188 (47.00)	46 (11.50)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.28 (มาก)
3. พนักงานมีความชำนาญ ปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่วว่องไว	148 (37.00)	175 (43.75)	73 (18.25)	4 (1.00)	0 (0.00)	4.17 (มาก)
4. พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในตัวอย่างดี สามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้	134 (33.50)	176 (44.00)	80 (20.00)	7 (1.75)	3 (0.75)	4.08 (มาก)
5. พนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า	152 (38.00)	184 (46.00)	61 (15.25)	2 (0.50)	1 (0.25)	4.21 (มาก)
6. พนักงานมีเครื่องแบบ (Uniform)	30 (7.50)	93 (23.25)	175 (43.75)	76 (19.00)	26 (6.50)	3.06 (ปานกลาง)
7. พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม	178 (44.50)	152 (38.00)	58 (14.50)	9 (2.25)	3 (0.75)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.01 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันในระดับมาก (4.01)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ พนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย (4.28) พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.23) พนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า (4.21) พนักงานมีความชำนาญ ปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่วว่องไว (4.17) พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในตัวอย่างดี สามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้ (4.08) และพนักงานมีบุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อย สะอาด (4.02)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ พนักงานมีเครื่องแบบ (3.06)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน
กายภาพ

ปัจจัยด้านกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
1. มีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	97 (24.25)	191 (47.25)	98 (24.50)	14 (3.50)	0 (0.00)	3.93 (มาก)
2. การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย	72 (18.00)	159 (39.75)	139 (34.75)	27 (6.75)	3 (0.75)	3.68 (มาก)
3. การตกแต่งร้านแบบท้องถิ่นล้านนา	38 (9.50)	101 (25.25)	180 (45.00)	62 (15.50)	19 (4.75)	3.19 (ปานกลาง)
4. บริเวณร้านกว้างขวาง	88 (22.00)	169 (42.25)	113 (28.25)	26 (6.50)	4 (1.00)	3.78 (มาก)
5. บริเวณร้านมีความสะอาด	210 (52.50)	141 (35.25)	46 (11.50)	3 (0.75)	0 (0.00)	4.40 (มาก)
6. ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง	141 (35.25)	161 (40.25)	86 (21.50)	7 (1.75)	5 (1.25)	4.07 (มาก)
7. มีการนำคอมพิวเตอร์หรือ PDA มา ใช้ในการให้บริการ ทำให้ดูทันสมัย	20 (5.00)	67 (16.75)	143 (35.75)	115 (28.75)	55 (13.75)	2.71 (ปานกลาง)
8. งาน ชาม ช้อน แก้วน้ำ ดูแล้ว สวยงามมีสีสัน	67 (16.75)	145 (36.25)	146 (36.50)	34 (8.50)	8 (2.00)	3.57 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.67 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพมีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหาร
กลางวันในระดับมาก (3.67)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ บริเวณร้านมีความสะอาด (4.40) ทางร้านมีการ
จัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (4.07) มีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี (3.93) บริเวณ
ร้านกว้างขวาง (3.78) การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย (3.68) และงาน ชาม ช้อน แก้วน้ำ ดูแล้ว
สวยงามมีสีสัน (3.57)

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ การตกแต่งร้านแบบท้องถิ่นล้านนา
(3.19) และมีการนำคอมพิวเตอร์หรือ PDA มาใช้ในการให้บริการ ทำให้ดูทันสมัย (2.71)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงาน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.56	มีความสำคัญมาก	5
2. ด้านราคา	3.50	มีความสำคัญมาก	6
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.68	มีความสำคัญมาก	3
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.98	มีความสำคัญปานกลาง	7
5. ด้านกระบวนการ	3.98	มีความสำคัญมาก	2
6. ด้านบุคลากร	4.01	มีความสำคัญมาก	1
7. ด้านกายภาพ	3.67	มีความสำคัญมาก	4

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยทุกปัจจัย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยมากที่สุดถึงน้อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันของประชากรวัยทำงาน

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ความสะอาดของอาหาร	ผลิตภัณฑ์	4.48	มาก
2. คุณภาพของอาหาร	ผลิตภัณฑ์	4.43	มาก
3. บริเวณร้านมีความสะอาด	กายภาพ	4.40	มาก
4. สะดวกต่อการเดินทาง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.37	มาก
5. รสชาติของอาหาร	ผลิตภัณฑ์	4.36	มาก
6. งาน ชาม ซ้อม ส้อม มีความสะอาด	ผลิตภัณฑ์	4.36	มาก
7. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคา	4.30	มาก
8. ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	กระบวนการ	4.30	มาก
9. ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.29	มาก
10. สามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง	กระบวนการ	4.29	มาก
11. การคิดเงินถูกต้อง	กระบวนการ	4.28	มาก
12. พนักงานมีมารยาท สุภาพ พูดยาเรียบร้อย	บุคลากร	4.28	มาก
13. พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม	บุคลากร	4.23	มาก
14. พนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า	บุคลากร	4.21	มาก
15. มีวิธีการรับรายการอาหารที่รวดเร็ว และถูกต้อง	กระบวนการ	4.18	มาก
16. พนักงานมีความชำนาญ ปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่วว่องไว	บุคลากร	4.17	มาก
17. มีการจัดคิวการลงอาหารของโต๊ะต่างๆ อย่างยุติธรรม และถูกต้อง	กระบวนการ	4.16	มาก
18. พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในตัวอาหารเป็นอย่างดี สามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้	บุคลากร	4.08	มาก
19. ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	กายภาพ	4.07	มาก
20. มีการออกแบบกระบวนการให้บริการที่เหมาะสม ไม่ติดขัดหรืออู่นวาย	กระบวนการ	4.06	มาก
21. การให้บริการมีความเป็นมาตรฐาน เหมือนกันและสม่ำเสมอ	กระบวนการ	4.04	มาก
22. มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.03	มาก
23. พนักงานมีบุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อย สะอาด	บุคลากร	4.02	มาก
24. การคิดเงินรวดเร็ว	กระบวนการ	4.00	มาก
25. บรรยากาศในร้านไม่แออัดเกินไป	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.98	มาก

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
26. มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	กระบวนการ	3.97	มาก
27. มีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	กายภาพ	3.93	มาก
28. ความหลากหลายของอาหาร	ผลิตภัณฑ์	3.90	มาก
29. มีระดับราคาให้เลือกสั่งได้	ราคา	3.81	มาก
30. ราคาถูก	ราคา	3.79	มาก
31. ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.78	มาก
32. บริเวณร้านกว้างขวาง	กายภาพ	3.78	มาก
33. มีผู้อื่นแนะนำมาให้กับประทาน	การส่งเสริมการตลาด	3.71	มาก
34. การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย	กายภาพ	3.68	มาก
35. ชื่อเสียงของร้านที่เป็นร้านท้องถิ่นมีมานาน	ผลิตภัณฑ์	3.62	มาก
36. งาน ชาม ซ้อน แก้วน้ำ ดูแล้วสวยงามมีรสนิยม	กายภาพ	3.57	มาก
37. สามารถโทรศัพท์ไปจองโต๊ะล่วงหน้าได้	กระบวนการ	3.46	ปานกลาง
38. มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ	การส่งเสริมการตลาด	3.37	ปานกลาง
39. การตกแต่งร้านแบบท้องถิ่นล้านนา	กายภาพ	3.19	ปานกลาง
40. มีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ	การส่งเสริมการตลาด	3.17	ปานกลาง
41. มีบริการส่งถึงบ้าน / ที่ทำงาน	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.15	ปานกลาง
42. ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	ผลิตภัณฑ์	3.06	ปานกลาง
43. พนักงานมีเครื่องแบบ (Uniform)	บุคลากร	3.06	ปานกลาง
44. มีพนักงานต้อนรับหน้าร้าน	กระบวนการ	3.04	ปานกลาง
45. การออกแบบ ความสวยงามของอาหาร	ผลิตภัณฑ์	3.03	ปานกลาง
46. ชื่อเสียงของร้านที่เป็นสาขามาจากที่อื่น	ผลิตภัณฑ์	3.02	ปานกลาง
47. สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต	ราคา	3.02	ปานกลาง
48. มีนิตยสารสัมภรณ์ หรือแนะนำร้านในนิตยสารต่างๆ	การส่งเสริมการตลาด	2.99	ปานกลาง
49. ภาพลักษณ์ของร้านดูหรูหรา มีรสนิยม	ผลิตภัณฑ์	2.95	ปานกลาง
50. ภาพลักษณ์ของร้านเป็นแบบพื้นเมือง	ผลิตภัณฑ์	2.94	ปานกลาง
51. ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.94	ปานกลาง
52. ทางร้านมีการจัดกิจกรรม และสนับสนุนช่วยเหลือสังคม	การส่งเสริมการตลาด	2.94	ปานกลาง
53. มีห้องปรับอากาศให้เลือกใช้บริการได้	ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.86	ปานกลาง
54. มีการแนะนำร้าน หรือกล่าวถึงในเว็บไซต์ต่างๆ	การส่งเสริมการตลาด	2.81	ปานกลาง
55. ทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อหนังสือแจกฟรี (Free Copy)	การส่งเสริมการตลาด	2.72	ปานกลาง
56. ทางร้านมีการโฆษณาผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	การส่งเสริมการตลาด	2.71	ปานกลาง

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
57. มีการนำคอมพิวเตอร์หรือ PDA มาใช้ในการให้บริการ ทำให้คู่กันสมัย	กายภาพ	2.71	ปานกลาง
58. ทางร้านมีการแจกแผ่นพับ ใบปลิวแนะนำร้าน	การส่งเสริมการตลาด	2.69	ปานกลาง
59. ทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ	การส่งเสริมการตลาด	2.64	ปานกลาง
60. การมีอาหารเจหรือมังสวิรัตให้เลือกได้	ผลิตภัณฑ์	2.61	ปานกลาง
61. มีห้องพิเศษบริการ แต่ต้องชำระเงินเพิ่ม	ราคา	2.60	ปานกลาง

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีระดับค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 5 ปัจจัยแรกได้แก่ ความสะอาดของอาหาร คุณภาพของอาหาร บริเวณร้านมีความสะอาด สะดวกต่อการเดินทาง และรสชาติของอาหาร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารกลางวัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันจำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานจำแนกตามอาชีพ

วิธีการรับประทานอาหาร	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
ปรุงจากที่บ้านแล้วห่อไปรับประทาน	8 (8.00)	4 (4.00)	7 (4.00)	11 (11.0)
ออกไปรับประทานอาหารที่ร้าน	49 (49.00)	46 (46.00)	45 (45.00)	23 (23.00)
ออกไปซื้อกลับมารับประทานที่ทำงาน	8 (8.00)	20 (20.00)	33 (33.00)	41 (41.00)
รับประทานอาหารที่โรงอาหารของที่ทำงาน	27 (27.00)	29 (29.00)	5 (5.00)	20 (20.00)
โทรศัพท์สั่งทางร้านให้มาส่ง	7 (7.00)	0 (0.00)	6 (6.00)	3 (3.00)
อื่นๆ	1 (1.00)	1 (1.00)	4 (4.00)	2 (2.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน โดยการออกไปรับประทานอาหารที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือรับประทานที่โรงอาหารของที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 27.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน โดยการออกไปรับประทานอาหารที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือรับประทานที่โรงอาหารของที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 29.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน โดยการออกไปรับประทานอาหารที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือออกไปซื้อกลับบ้านรับประทานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 33.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน โดยการออกไปซื้อกลับบ้านรับประทานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือออกไปรับประทานอาหารที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 23.00

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานจำแนกตามอาชีพ

เหตุผลในการเลือกวิธีรับประทาน	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
อาหารมีรสชาติอร่อย	26 (26.00)	17 (17.00)	18 (18.00)	16 (16.00)
อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	11 (11.00)	14 (14.00)	16 (16.00)	9 (9.00)
ราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด	14 (14.00)	18 (18.00)	7 (7.00)	22 (22.00)
สะดวก รวดเร็ว	31 (31.00)	45 (45.00)	37 (37.00)	26 (26.00)
สะอาด ถูกสุขอนามัย	18 (18.00)	6 (6.00)	22 (22.00)	27 (27.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานคือสะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 26.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานคือสะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด คิดเป็นร้อยละ 18.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานคือสะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือสะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 26.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานคือสะอาด ถูกสุขอนามัย คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 26.00

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารนอกสถานที่ทำงานจำแนกตามอาชีพ

เหตุผลในการไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารนอกสถานที่ทำงาน	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
อาหารมีรสชาติอร่อย	25 (25.00)	13 (13.00)	23 (23.00)	11 (11.00)
อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	15 (15.00)	23 (23.00)	24 (24.00)	17 (17.00)
ราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด	2 (2.00)	3 (3.00)	5 (5.00)	15 (15.00)
สะดวก รวดเร็ว	9 (9.00)	10 (10.00)	18 (18.00)	12 (12.00)
สะอาด ถูกสุขอนามัย	3 (3.00)	0 (0.00)	5 (5.00)	11 (11.00)
อยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน	38 (38.00)	45 (45.00)	22 (22.00)	32 (32.00)
มีบุคคลอื่นชักชวนให้ไป	7 (7.00)	6 (6.00)	3 (3.00)	2 (2.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารนอกสถานที่ทำงานคืออยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารนอกสถานที่ทำงานคืออยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลายคิดเป็นร้อยละ 23.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารนอกสถานที่ทำงานคืออาหารมีให้เลือกหลากหลายคิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 23.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงานคืออยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลายคิดเป็นร้อยละ 17.00

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทานจำแนกตามอาชีพ

วิธีหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไป	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
จากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	5 (3.18)	6 (3.70)	5 (3.38)	4 (2.70)
จากแผ่นพับ ใบปลิว โบรชัวร์	14 (8.92)	15 (9.26)	9 (6.08)	16 (10.81)
จากโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์	4 (2.55)	4 (2.47)	5 (3.38)	5 (3.38)
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป	72 (45.86)	74 (45.68)	58 (39.19)	62 (41.89)
ทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์แนะนำ ร้านอาหาร	4 (2.55)	8 (4.94)	7 (4.73)	2 (1.35)
หนังสือแจกฟรี (Free Copy) ที่แนะนำ ร้านอาหาร	23 (14.65)	12 (7.41)	12 (8.11)	9 (6.08)
ไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือ เคยผ่าน เลยลองไป	35 (22.29)	43 (26.54)	52 (35.13)	50 (33.79)
รวม	157 (100.00)	162 (100.00)	148 (100.00)	148 (100.00)

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนมากที่สุดหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทาน โดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป คิดเป็นร้อยละ 45.86 รองลงมาคือไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคยผ่าน เลยลองไป คิดเป็นร้อยละ 22.29

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดมีหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทาน โดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป คิดเป็นร้อยละ 45.68 รองลงมาคือไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคยผ่าน เลยลองไป คิดเป็นร้อยละ 26.54

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ จำนวนมากที่สุดหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทาน โดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป คิดเป็นร้อยละ 39.19 รองลงมาคือไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคยผ่าน เลยลองไป คิดเป็นร้อยละ 35.13

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทาน โดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป คิดเป็นร้อยละ 41.89 รองลงมาคือไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคยผ่าน เลยลองไป คิดเป็นร้อยละ 33.79

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน
จำแนกตามอาชีพ

ช่วงเวลา	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
11.00 น. – 12.00 น.	9 (9.00)	20 (20.00)	16 (16.00)	20 (20.00)
12.00 น. – 13.00 น.	78 (78.00)	67 (67.00)	59 (59.00)	49 (49.00)
13.00 น. – 14.00 น.	10 (10.00)	13 (13.00)	25 (25.00)	31 (31.00)
อื่นๆ	3 (3.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารกลางวันในช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาคือ ช่วง 13.00 น. – 14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 10.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่รับประทานอาหารกลางวันในช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาคือช่วง 11.00 น. – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารกลางวันในช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือช่วง 13.00 น. – 14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดรับประทานอาหารเช้ากลางวันในช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือช่วง 13.00 น. – 14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.00

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานจำแนกตามอาชีพ

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
ตัวเอง	46 (46.00)	56 (56.00)	63 (63.00)	78 (78.00)
เพื่อน	35 (35.00)	30 (30.00)	20 (20.00)	6 (6.00)
แฟน / ภรรยา	14 (14.00)	6 (6.00)	7 (7.00)	4 (4.00)
หัวหน้างาน	4 (4.00)	4 (4.00)	0 (0.00)	5 (5.00)
ครอบครัว	1 (1.00)	4 (4.00)	10 (10.00)	7 (7.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนมากที่สุดคือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 35.00

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่คือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.00

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่คือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่คือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาคือครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน จำแนกตามอาชีพ

ผู้ที่ไปรับประทานอาหารร่วมกัน	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
ไปคนเดียว	11 (11.00)	21 (21.00)	39 (39.00)	34 (34.00)
เพื่อน	74 (74.00)	70 (70.00)	30 (30.00)	41 (41.00)
แฟน / ภรรยา	10 (10.00)	5 (5.00)	19 (19.00)	9 (9.00)
หัวหน้างาน	3 (3.00)	3 (3.00)	3 (3.00)	3 (3.00)
ครอบครัว	2 (2.00)	1 (1.00)	1 (1.00)	13 (13.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือไปรับประทานอาหารคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 11.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือไปรับประทานอาหารคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 21.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุดนิยมไปรับประทานอาหารกลางวันคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาคือไปรับประทานอาหารกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดนิยมไปรับประทานอาหารกลางวันกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือไปรับประทานอาหารคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 34.00

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนคนที่ไปรับประทานอาหารร่วมกันจำแนกตามอาชีพ

จำนวนคนที่ไปรับประทานอาหารร่วมกัน	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
คนเดียว	13 (13.00)	17 (17.00)	39 (39.00)	30 (30.00)
2 คน	23 (23.00)	37 (37.00)	41 (41.00)	36 (36.00)
3 – 5 คน	56 (56.00)	40 (40.00)	18 (18.00)	26 (26.00)
6 คนขึ้นไป	8 (8.00)	6 (6.00)	2 (2.00)	8 (8.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน 3 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ 2 คน (รวมตัวผู้ตอบ) คิดเป็นร้อยละ 23.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน 3 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ 2 คน (รวมตัวผู้ตอบ) คิดเป็นร้อยละ 37.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุดไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน 2 คน (รวมตัวผู้ตอบ) คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือรับประทานอาหารคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 39.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน 2 คน (รวมตัวผู้ตอบ) คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือรับประทานอาหารคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 30.00

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทอาหารที่ชอบไปรับประทานในวันทำงานจำแนกตามอาชีพ

ประเภทอาหาร	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
อาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง	46 (46.00)	51 (51.00)	45 (45.00)	44 (44.00)
อาหารพื้นเมือง อีสาน ปักษ์ใต้	3 (3.00)	7 (7.00)	10 (10.00)	13 (13.00)
ก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ	47 (47.00)	36 (36.00)	38 (38.00)	39 (39.00)
อาหารฟาสต์ฟู้ดส์	0 (0.00)	1 (1.00)	0 (0.00)	2 (2.00)
อาหารญี่ปุ่น	2 (2.00)	0 (0.00)	1 (1.00)	1 (2.00)
อาหารจีน	1 (1.00)	0 (0.00)	5 (5.00)	0 (0.00)
อาหารฝรั่ง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
สุกี้ / หมูกระทะ	1 (1.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่นๆ	0 (0.00)	3 (3.00)	1 (1.00)	1 (1.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ อาหารเจ

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนมากที่สุดชอบรับประทานอาหารกลางวันประเภทก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคืออาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 46.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารกลางวัน ประเภทอาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ ก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ คิดเป็นร้อยละ 36.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ จำนวนมากที่สุดชอบ รับประทานอาหารกลางวันประเภทอาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ ก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ คิดเป็นร้อยละ 38.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดชอบ รับประทานอาหารกลางวันประเภทอาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา คือ ก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ คิดเป็นร้อยละ 39.00

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทร้านอาหารที่ชอบไปใช้บริการในวันทำงานจำแนกตามอาชีพ

ประเภทร้านอาหาร	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
ร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป	53 (53.00)	68 (68.00)	68 (68.00)	54 (54.00)
บ้านของตนเอง	7 (7.00)	5 (5.00)	21 (21.00)	24 (24.00)
โรงอาหาร ณ ที่ทำงาน	26 (26.00)	20 (20.00)	4 (4.00)	13 (13.00)
ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตามถนน	4 (4.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	3 (3.00)
ภัตตาคาร / ร้านอาหารขนาดใหญ่	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (2.00)	1 (1.00)
ศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้า	6 (6.00)	0 (0.00)	5 (5.00)	5 (5.00)
สวนอาหาร	2 (2.00)	3 (3.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่นๆ	2 (2.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ สถานที่ทำงาน

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือโรงอาหาร ณ ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 26.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือโรงอาหาร ณ ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 21.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 24.00

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้ง
จำแนกตามอาชีพ

ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
ไม่เกิน 30 บาท	5 (5.00)	15 (15.00)	12 (12.00)	37 (37.00)
31 – 50 บาท	54 (54.00)	52 (52.00)	47 (47.00)	40 (40.00)
51 – 70 บาท	27 (27.00)	24 (24.00)	17 (17.00)	8 (8.00)
71 – 90 บาท	8 (8.00)	0 (0.00)	4 (4.00)	8 (8.00)
91 – 110 บาท	2 (2.00)	6 (6.00)	15 (15.00)	3 (3.00)
มากกว่า 110 บาท	4 (4.00)	3 (3.00)	5 (5.00)	4 (4.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 – 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ 51 – 70 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 – 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ 51 – 70 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุดมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 – 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือ 51 – 70 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 – 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ไม่เกิน 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.00

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานเป็นประจำจำแนกตามอาชีพ

จำนวนร้านประจำ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
1 ร้าน	4 (4.00)	4 (4.00)	8 (8.00)	15 (15.00)
2 – 3 ร้าน	61 (61.00)	63 (63.00)	61 (61.00)	62 (62.00)
4 – 5 ร้าน	22 (22.00)	27 (27.00)	28 (28.00)	14 (14.00)
ไม่มีร้านประจำ	13 (13.00)	6 (6.00)	3 (3.00)	9 (9.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานเป็นประจำ 2 – 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา มีร้านประจำ 4 – 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 22.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานเป็นประจำ 2 – 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมา มีร้านประจำ 4 – 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 27.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่มีจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานเป็นประจำ 2 – 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา มีร้านประจำ 4 – 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 28.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานเป็นประจำ 2 – 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา มีร้านประจำ 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกร้านประจำร้านเดิมหรือร้านใหม่ในการทานครั้งต่อไปจำแนกตามอาชีพ

การเลือกร้าน	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
ไปร้านประจำร้านเดิม	50 (50.00)	67 (67.00)	59 (59.00)	60 (60.00)
เปลี่ยนร้านใหม่	50 (50.00)	33 (33.00)	41 (41.00)	40 (40.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 44 พบว่า ในการรับประทานครั้งต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกไปร้านประจำร้านเดิม และเลือกที่จะเปลี่ยนร้านใหม่ ในอัตราส่วนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และ 50.00 ตามลำดับ

ในการรับประทานครั้งต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่จะไปร้านประจำร้านเดิม คิดเป็นร้อยละ 67.00 ส่วนที่เหลือจะเปลี่ยนร้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 33.00

ในการรับประทานครั้งต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ส่วนใหญ่จะไปร้านประจำร้านเดิม คิดเป็นร้อยละ 59.00 ส่วนที่เหลือจะเปลี่ยนร้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 41.00

ในการรับประทานครั้งต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่จะไปร้านประจำร้านเดิม คิดเป็นร้อยละ 60.00 ส่วนที่เหลือจะเปลี่ยนร้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดเปรียบเทียบกับวันทำงานจำแนกตามอาชีพ

การเลือกรับประทานในวันหยุด	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
เหมือนวันทำงาน	31 (31.00)	20 (20.00)	39 (39.00)	32 (32.00)
ไม่เหมือนวันทำงาน	69 (69.00)	80 (80.00)	61 (61.00)	68 (68.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดไม่เหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 69.00 ส่วนที่เหลือมีการเลือกรับประทานเหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 31.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดไม่เหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ส่วนที่เหลือมีการเลือกรับประทานเหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่มีการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดไม่เหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 61.00 ส่วนที่เหลือมีการเลือกรับประทานเหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 39.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดไม่เหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 68.00 ส่วนที่เหลือมีการเลือกรับประทานเหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32.00

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดจำแนกตามอาชีพ

วิธีการรับประทานอาหารในวันหยุด	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
ปรุงจากที่บ้านแล้วห่อไปรับประทานข้างนอก	1 (1.45)	1 (1.25)	0 (0.00)	0 (0.00)
ออกไปรับประทานอาหารที่ร้านข้างนอกบ้าน	28 (40.58)	32 (40.00)	23 (37.70)	18 (26.47)
ออกไปซื้อกลับบ้านมารับประทานที่บ้าน	14 (20.29)	20 (25.00)	14 (22.95)	16 (23.53)
ทำรับประทานเองที่บ้าน	24 (34.78)	27 (33.75)	23 (37.70)	32 (47.06)
โทรศัพท์สั่งทางร้านให้มาส่ง	2 (2.90)	0 (0.00)	1 (1.65)	2 (2.94)
รวม	69 (100.00)	80 (100.00)	61 (100.00)	68 (100.00)

หมายเหตุ: เก็บตัวอย่างเฉพาะกรณีผู้ที่ตอบ “ไม่เหมือน” คือมีวิธีการทานอาหารในวันหยุดต่างไปจากวันทำงาน (n = 278)

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดโดยการออกไปรับประทานอาหารที่ร้านข้างนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 40.58 รองลงมาคือทำรับประทานเองที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 34.78

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดโดยการออกไปรับประทานอาหารที่ร้านข้างนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือทำรับประทานเองที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 33.75

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ มีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดโดยการออกไปรับประทานอาหารที่ร้านข้างนอกบ้าน และทำรับประทานเองที่บ้าน ในอัตราส่วนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 37.70 และ 37.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดโดยการทำรับประทานเองที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 47.06 รองลงมาคือออกไปรับประทานอาหารที่ร้านข้างนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 26.47

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดจำแนกตามอาชีพ

เหตุผลในการเลือกวิธีรับประทาน ในวันหยุด	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (ร้อยละ)	พนักงาน บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ (ร้อยละ)	ค้าขายรายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ)
อาหารมีรสชาติอร่อย	33 (47.83)	28 (35.00)	22 (36.07)	20 (29.41)
อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	12 (17.39)	19 (23.75)	14 (22.95)	10 (14.71)
ราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด	3 (4.35)	9 (11.25)	7 (11.48)	12 (17.65)
สะดวก รวดเร็ว	8 (11.59)	7 (8.75)	5 (8.20)	8 (11.76)
สะอาด ถูกสุขอนามัย	11 (15.94)	14 (17.50)	10 (16.39)	15 (22.06)
อื่นๆ	2 (2.90)	3 (3.75)	3 (4.91)	3 (4.41)
รวม	69 (100.00)	80 (100.00)	61 (100.00)	68 (100.00)

หมายเหตุ: เก็บตัวอย่างเฉพาะกรณีผู้ที่ตอบ “ไม่เหมือน” คือมีวิธีการทานอาหารในวันหยุดต่างไปจากวันทำงาน (n = 278)
: อื่นๆ ได้แก่ อยากรู้อาหารไปพบปะเพื่อนๆ และ ไปรับประทานกันทั้งครอบครัว

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 17.39

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 23.75

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 36.07 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 22.95

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 29.41 รองลงมาคือสะอาด ถูกสุขอนามัย คิดเป็นร้อยละ 22.06

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พ.นง.รัฐฯ (n = 100)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 100)	เจ้าของกิจการ /อาชีพอิสระ (n = 100)	ค้าขายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (n = 100)
1. รสชาติของอาหาร	4.61 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.35 (มาก)	4.19 (มาก)
2. คุณภาพของอาหาร	4.62 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.46 (มาก)	4.33 (มาก)
3. ความสะอาดของอาหาร	4.63 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.47 (มาก)	4.38 (มาก)
4. ความหลากหลายของอาหาร	4.15 (มาก)	3.71 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)
5. ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	3.26 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
6. การออกแบบ ความสวยงามของอาหาร	3.14 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
7. การมีอาหารเจหรือมังสวิรัติให้เลือกได้	2.52 (ปานกลาง)	2.13 (น้อย)	2.85 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
8. งาน ชาม ช้อน ส้อม มีความสะอาด	4.49 (มาก)	4.30 (มาก)	4.34 (มาก)	4.32 (มาก)
9. ชื่อเสียงของร้านที่เป็นร้านท้องถิ่นมีมานาน	3.71 (มาก)	3.42 (มาก)	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)
10. ชื่อเสียงของร้านที่เป็นสาขามาจากที่อื่น	3.23 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
11. ภาพลักษณ์ของร้านคูหุหุรา มีรสนิยม	3.08 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
12. ภาพลักษณ์ของร้านเป็นแบบพื้นเมือง	2.78 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (4.63) คุณภาพของอาหาร (4.62) และรสชาติของอาหาร (4.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (4.45) งาน ชาม ซ้อน ส้อม มีความสะอาด (4.30) และคุณภาพของอาหาร (4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (4.47) คุณภาพของอาหาร (4.46) และรสชาติของอาหาร (4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (4.38) คุณภาพของอาหาร (4.33) และงาน ชาม ซ้อน ส้อม มีความสะอาด (4.32)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (n = 100)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 100)	เจ้าของกิจการ /อาชีพอิสระ (n = 100)	ค้าขายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (n = 100)
1. ราคาถูก	3.83 (มาก)	3.68 (มาก)	3.72 (มาก)	3.92 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.55 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)	4.10 (มาก)
3. มีระดับราคาให้เลือกสั่งได้	4.02 (มาก)	3.61 (มาก)	3.70 (มาก)	3.91 (มาก)
4. สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต	3.19 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
5. มีห้องพิเศษบริการ แต่ต้องชำระเงินเพิ่ม	2.71 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.55) มีระดับราคาให้เลือกสั่งได้ (4.02) และราคาถูก (3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.33) ราคาถูก (3.68) และมีระดับราคาให้เลือกสั่งได้ (3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.21) ราคาถูก (3.72) และมีระดับราคาให้เลือกสั่งได้ (3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.10) ราคาถูก (3.92) และมีระดับราคาให้เลือกสั่งได้ (3.91)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (n = 100)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 100)	เจ้าของกิจการ /อาชีพอิสระ (n = 100)	ค้าขายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (n = 100)
1. ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน	4.43 (มาก)	4.26 (มาก)	4.19 (มาก)	4.28 (มาก)
2. สะดวกต่อการเดินทาง	4.55 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.30 (มาก)	4.35 (มาก)
3. ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	3.84 (มาก)	3.64 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)
4. มีบริการส่งถึงบ้าน / ที่ทำงาน	3.35 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
5. ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	3.04 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
6. มีห้องปรับอากาศให้เลือกใช้บริการได้	2.93 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
7. บรรยากาศในร้านไม่แออัดเกินไป	4.29 (มาก)	3.94 (มาก)	4.01 (มาก)	3.69 (มาก)
8. มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	4.30 (มาก)	3.88 (มาก)	4.08 (มาก)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 (มาก)	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ สะดวกต่อการเดินทาง (4.55) ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน (4.43) และมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ สะดวกต่อการเดินทาง (4.27) ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน (4.26) และบรรยากาศในร้านไม่แออัดเกินไป (3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่

สะดวกต่อการเดินทาง (4.30) ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน (4.19) และมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ สะดวกต่อการเดินทาง (4.35) ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน (4.28) และมีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (3.87)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (n = 100)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 100)	เจ้าของกิจการ /อาชีพอิสระ (n = 100)	ค้าขายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (n = 100)
1. ทางร้านมีการโฆษณาผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.61 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
2. ทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อหนังสือแจกฟรี (Free Copy)	2.74 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
3. ทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.54 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
4. ทางร้านมีการแจกแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำร้าน	2.77 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
5. มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ	3.53 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
6. มีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ	3.50 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
7. ทางร้านมีการจัดกิจกรรม และสนับสนุนช่วยเหลือสังคม	2.86 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
8. มีผู้อื่นแนะนำมาให้รับประทาน	4.10 (มาก)	3.62 (มาก)	3.68 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
9. มีนิตยสารสัมภาษณ์ หรือแนะนำร้านในนิตยสารต่างๆ	3.23 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
10. มีการแนะนำร้าน หรือกล่าวถึงในเว็บไซต์ต่างๆ	3.00 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.09 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ มีผู้อื่นแนะนำมาให้บริการ (4.10) มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ (3.53) และมีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ (3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ มีผู้อื่นแนะนำมาให้บริการ (3.62) มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ (3.33) และมีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ (3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ มีผู้อื่นแนะนำมาให้บริการ (3.68) มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ (3.21) และมีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ (3.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ มีผู้อื่นแนะนำมาให้บริการ (3.43) มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ (3.39) และมีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ (3.08)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการจําแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (n = 100)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 100)	เจ้าของกิจการ /อาชีพอิสระ (n = 100)	ค้าขายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (n = 100)
1. มีพนักงานต้อนรับหน้าร้าน	2.87 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
2. การให้บริการมีความเป็นมาตรฐาน เหมือนกันและสม่ำเสมอ	4.20 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
3. มีวิธีการรับรายการอาหารที่รวดเร็ว และถูกต้อง	4.32 (มาก)	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)	4.10 (มาก)
4. มีการจัดคิวการลงอาหารของโต๊ะต่างๆ อย่างยุติธรรมและถูกต้อง	4.36 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)
5. มีการออกแบบกระบวนการให้บริการ ที่เหมาะสม ไม่ติดขัดหรืออู่นวาย	4.13 (มาก)	3.96 (มาก)	4.20 (มาก)	3.95 (มาก)
6. ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และ ถูกต้อง	4.48 (มาก)	4.32 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)
7. สามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ ทุกครั้ง	4.58 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)
8. การคิดเงินรวดเร็ว	4.13 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	4.01 (มาก)
9. การคิดเงินถูกต้อง	4.39 (มาก)	4.27 (มาก)	4.31 (มาก)	4.14 (มาก)
10. สามารถโทรศัพท์ไปจองโต๊ะล่วงหน้า ได้	3.60 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
11. มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	4.14 (มาก)	3.84 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11 (มาก)	3.91 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง (4.58) ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และ ถูกต้อง (4.48) และการคิดเงินถูกต้อง (4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.32) การคิดเงินถูกต้อง (4.27) และสามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง (4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การคิดเงินถูกต้อง (4.31) สามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง (4.27) และได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.16) การคิดเงินถูกต้อง (4.14) และสามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง (4.13)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พจน.รัฐฯ (n = 100)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 100)	เจ้าของกิจการ /อาชีพอิสระ (n = 100)	ค้าขายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (n = 100)
1. พนักงานมีบุคลิกภาพดี แต่งกาย เรียบร้อย สะอาด	4.06 (มาก)	3.94 (มาก)	4.01 (มาก)	4.06 (มาก)
2. พนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจา เรียบร้อย	4.38 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)
3. พนักงานมีความชำนาญ ปฏิบัติงาน ด้วยความคล่องแคล่วว่องไว	4.30 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	4.21 (มาก)
4. พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในตัว อาหารเป็นอย่างดี สามารถอธิบายให้ ลูกค้าเข้าใจได้	4.21 (มาก)	3.91 (มาก)	4.05 (มาก)	4.14 (มาก)
5. พนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของ ตนและเอาใจใส่ลูกค้า	4.39 (มาก)	4.09 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)
6. พนักงานมีเครื่องแบบ (Uniform)	2.99 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
7. พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่าง เท่าเทียม	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)	4.22 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า (4.39) พนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย (4.38) และพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.25) พนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย (4.24) และพนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า (4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานมี

มารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย (4.25) พนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า (4.17) และพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย (4.24) พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.22) และพนักงานมีความชำนาญ ปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่วว่องไว (4.21)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกายภาพ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พวง.รัฐฯ (n = 100)	พนักงาน บริษัทเอกชน (n = 100)	เจ้าของกิจการ /อาชีพอิสระ (n = 100)	ค้าขายย่อย/ รับจ้างทั่วไป (n = 100)
1. มีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	4.18 (มาก)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)
2. การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย	3.93 (มาก)	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)
3. การตกแต่งร้านแบบท้องถิ่นล้านนา	3.15 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
4. บริเวณร้านกว้างขวาง	3.91 (มาก)	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)
5. บริเวณร้านมีความสะอาด	4.61 (มาก)	4.25 (มาก)	4.46 (มาก)	4.26 (มาก)
6. ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	4.35 (มาก)	3.88 (มาก)	4.09 (มาก)	3.94 (มาก)
7. มีการนำคอมพิวเตอร์หรือ PDA มาใช้ ในการให้บริการ ทำให้ดูทันสมัย	2.63 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
8. งาน ชาม ซ้อน แก้วน้ำ ดูแล้วสวยงามมี สีสัน	3.52 (มาก)	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	3.58 (มาก)	3.64 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ บริเวณร้านมีความสะอาด (4.61) ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (4.35) และมีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี (4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ บริเวณร้านมีความสะอาด (4.25) ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (3.88) และมีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี (3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ บริเวณร้านมีความสะอาด (4.46) ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (4.09) และมีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี (3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายรายย่อยหรือรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ บริเวณร้านมีความสะอาด (4.26) ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (3.94) และมีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี (3.88)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารกลางวัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารกลางวันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีการรับประทาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
ปรุงจากที่บ้านแล้วห่อไปรับประทาน	12 (8.76)	13 (8.61)	5 (4.46)
ออกไปรับประทานที่ร้าน	43 (31.39)	70 (46.36)	50 (44.64)
ออกไปซื้อกลับมารับประทานที่ทำงาน	45 (32.85)	26 (17.22)	31 (27.68)
รับประทานที่โรงอาหารของที่ทำงาน	33 (24.09)	31 (20.53)	17 (15.18)
โทรศัพท์สั่งทางร้านให้มาส่ง	2 (1.46)	8 (5.30)	6 (5.36)
อื่นๆ	2 (1.46)	3 (1.99)	3 (2.68)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานโดยการออกไปซื้อกลับมารับประทานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32.85 รองลงมาคือออกไปรับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 31.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานโดยการออกไปรับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 46.36 รองลงมาคือรับประทานที่โรงอาหารของที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 20.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานโดยการออกไปรับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 44.64 รองลงมาคือออกไปซื้อกลับมารับประทานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 27.68

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลในการรับประทาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
อาหารมีรสชาติอร่อย	21 (15.33)	34 (22.52)	22 (19.64)
อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	16 (11.68)	19 (12.58)	15 (13.39)
ราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด	34 (24.82)	18 (11.92)	9 (8.04)
สะดวก รวดเร็ว	41 (29.93)	52 (34.44)	46 (41.07)
สะอาด ถูกสุขอนามัย	25 (18.24)	28 (18.54)	20 (17.86)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานคือสะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 29.93 รองลงมาคือราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด คิดเป็นร้อยละ 24.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานคือสะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 34.44 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 22.52

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานคือสะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 41.07 รองลงมาคือสะอาด ถูกสุขอนามัยคิดเป็นร้อยละ 19.64

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลในการไปรับประทานอาหาร ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
อาหารมีรสชาติอร่อย	13 (9.49)	33 (21.85)	27 (24.11)
อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	34 (24.82)	27 (17.88)	18 (16.07)
ราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด	13 (9.49)	6 (3.97)	6 (5.36)
สะดวก รวดเร็ว	18 (13.14)	21 (13.91)	10 (8.93)
สะอาด ถูกสุขอนามัย	9 (6.57)	4 (2.65)	6 (5.36)
อยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน	45 (32.85)	52 (34.44)	40 (35.71)
มีบุคคลอื่นชักชวนให้ไป	5 (3.65)	8 (5.30)	5 (4.46)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงานคืออยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32.85 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 24.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงานคืออยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 34.44 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 21.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านข้างนอกสถานที่ทำงานคืออยากไปเปลี่ยนบรรยากาศนอกที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32.71 รองลงมาคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 24.11

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
จากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	8 (3.92)	5 (2.17)	7 (3.87)
จากแผ่นพับ ใบปลิว โบรชัวร์	19 (9.31)	17 (7.39)	18 (9.94)
จากโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์	5 (2.45)	6 (2.61)	7 (3.87)
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป	84 (41.18)	108 (46.96)	74 (40.88)
ทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์แนะนำร้านอาหาร	4 (1.96)	10 (4.35)	7 (3.87)
หนังสือแจกฟรี (Free Copy) ที่แนะนำ ร้านอาหาร	15 (7.35)	19 (8.26)	22 (12.15)
ไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคย ผ่าน เลขลองไป	69 (33.83)	65 (28.26)	46 (25.42)
รวม	204 (100.00)	230 (100.00)	181 (100.00)

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400)

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวนมากที่สุดหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทานโดยเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมาคือไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคยผ่าน เลขลองไป คิดเป็นร้อยละ 33.83

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทานโดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป คิดเป็นร้อยละ 46.96 รองลงมาคือไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคยผ่าน เลขลองไป คิดเป็นร้อยละ 28.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านที่จะไปรับประทานโดยมีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ไป คิดเป็นร้อยละ 40.88 รองลงมาคือไม่ได้หาข้อมูลอะไรเลย แต่เคยเห็นหรือเคยผ่าน เลขลองไป คิดเป็นร้อยละ 25.42

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงาน
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
11.00 น. – 12.00 น.	25 (18.25)	24 (15.89)	16 (14.29)
12.00 น. – 13.00 น.	77 (56.20)	103 (68.21)	73 (65.18)
13.00 น. – 14.00 น.	35 (25.55)	21 (13.91)	23 (20.54)
อื่นๆ	0 (0.00)	3 (1.99)	0 (0.00)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ 14.00 น. – 15.00 น.

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารกลางวันในช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 56.20 รองลงมาคือช่วง 13.00 น. – 14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 25.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารกลางวันในช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 68.21 รองลงมาคือช่วง 11.00 น. – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 15.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทานอาหารกลางวันในช่วงเวลา 12.00 น. – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 65.18 รองลงมาคือช่วง 13.00 น. – 14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 20.54

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
ตัวเอง	89 (64.96)	86 (56.95)	68 (60.71)
เพื่อน	21 (15.33)	43 (28.48)	27 (24.11)
แฟน / ภรรยา	8 (5.84)	13 (8.61)	10 (8.93)
หัวหน้างาน	9 (6.57)	4 (2.65)	0 (0.00)
ครอบครัว	10 (7.30)	5 (3.31)	7 (6.25)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่คือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 64.96 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15.33

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่คือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 56.95 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.48

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารกลางวันในวันทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่คือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 60.71 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 24.11

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ที่ไปรับประทานอาหารร่วมกัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
ไปคนเดียว	42 (30.66)	36 (23.84)	27 (24.11)
เพื่อน	67 (48.91)	93 (61.59)	55 (49.11)
แฟน / ภรรยา	9 (6.57)	12 (7.95)	22 (19.64)
หัวหน้างาน	5 (3.65)	4 (2.65)	1 (0.89)
ครอบครัว	14 (10.22)	6 (3.97)	7 (6.25)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 จำนวนมากที่สุดนิยมไปรับประทานอาหารกลางวันกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 48.91 รองลงมาคือไปรับประทานอาหารคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 30.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมไปรับประทานอาหารกลางวันกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 61.59 รองลงมาคือไปรับประทานอาหารคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 23.84

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดนิยมไปรับประทานอาหารกลางวันกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 49.11 รองลงมาคือไปรับประทานอาหารคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 24.11

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนคนที่ไปรับประทานอาหารร่วมกันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนคนที่ไปรับประทานอาหารร่วมกัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
คนเดียว	39 (28.47)	33 (21.85)	27 (24.11)
2 คน	54 (39.42)	44 (29.14)	39 (34.82)
3 – 5 คน	33 (24.09)	71 (47.02)	36 (32.14)
6 คนขึ้นไป	11 (8.03)	3 (1.99)	10 (8.93)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 จำนวนมากที่สุดไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน 2 คน (รวมตัวผู้ตอบ) คิดเป็นร้อยละ 39.42 รองลงมาคือไปคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 28.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดไปรับประทานอาหารกลางวันในวันทำงานร่วมกัน 3 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 47.02 รองลงมาคือไป 2 คน (รวมตัวผู้ตอบ) คิดเป็นร้อยละ 29.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดนิยมไปรับประทานอาหารกลางวัน 2 คน (รวมตัวผู้ตอบ) คิดเป็นร้อยละ 34.82 รองลงมาคือไป 3 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 32.14

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทอาหารที่ชอบไปรับประทานอาหารในวันทำงานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทอาหาร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
อาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง	62 (45.26)	77 (50.99)	47 (41.96)
อาหารพื้นเมือง อีสาน ปักษ์ใต้	14 (10.22)	12 (7.95)	7 (6.25)
ก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ	52 (37.96)	58 (38.41)	50 (44.64)
อาหารฟาสต์ฟู้ดส์	3 (2.19)	0 (0.00)	0 (0.00)
อาหารญี่ปุ่น	1 (0.73)	1 (0.66)	2 (1.79)
อาหารจีน	0 (0.00)	1 (0.66)	5 (4.46)
อาหารฝรั่ง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
สุกี้ / หมูกระทะ	1 (0.73)	1 (0.66)	1 (0.89)
อื่นๆ	4 (2.92)	1 (0.66)	0 (0.00)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ อาหารเจ

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวนมากที่สุดชอบรับประทานอาหารกลางวันประเภทอาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 45.26 รองลงมาคือ ก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ คิดเป็นร้อยละ 37.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารกลางวันประเภทอาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 50.99 รองลงมาคือ ก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ คิดเป็นร้อยละ 38.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดชอบรับประทานอาหารกลางวันประเภทก๋วยเตี๋ยว / เย็นตาโฟ คิดเป็นร้อยละ 44.64 รองลงมาคือ อาหารไทย ตามสั่ง / ข้าวราดแกง คิดเป็นร้อยละ 41.96

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทร้านอาหารที่ชอบไปใช้บริการในวันทำงานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทร้านอาหาร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
ร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป	80 (58.39)	94 (62.25)	69 (61.61)
บ้านของตนเอง	23 (16.79)	18 (11.92)	16 (14.29)
โรงอาหาร ณ ที่ทำงาน	26 (18.98)	25 (16.56)	12 (10.71)
ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดส์ตามถนน	2 (1.46)	6 (3.97)	1 (0.89)
ภัตตาคาร / ร้านอาหารขนาดใหญ่	0 (0.00)	1 (0.66)	2 (1.79)
ศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้า	5 (3.65)	5 (3.31)	6 (5.36)
สวนอาหาร	0 (0.00)	1 (0.66)	4 (3.57)
อื่นๆ	1 (0.73)	1 (0.66)	2 (1.79)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ สถานที่ทำงาน

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 58.39 รองลงมาคือโรงอาหาร ณ ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 18.98

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 62.25 รองลงมาคือโรงอาหาร ณ ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 16.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านอาหารประเภทร้านอาหารตามสั่ง / ร้านทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 61.61 รองลงมาคือบ้านของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 14.29

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้ง
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
ไม่เกิน 30 บาท	45 (32.85)	21 (13.91)	3 (2.68)
31 – 50 บาท	63 (45.99)	81 (53.64)	49 (43.75)
51 – 70 บาท	18 (13.14)	37 (24.50)	21 (18.75)
71 – 90 บาท	7 (5.11)	1 (0.66)	12 (10.71)
91 – 110 บาท	4 (2.92)	8 (5.30)	14 (12.50)
มากกว่า 110 บาท	0 (0.00)	3 (1.99)	13 (11.61)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท
จำนวนมากที่สุดมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 – 50 บาท
คิดเป็นร้อยละ 45.99 รองลงมาคือไม่เกิน 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายใน
การรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 – 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.64 รองลงมา
คือ 51 – 70 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมี
ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารกลางวันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 31 – 50 บาท คิดเป็นร้อยละ
43.75 รองลงมาคือ 51 – 70 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.75

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานอาหารเป็นประจำจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนร้านประจำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
1 ร้าน	16 (11.68)	14 (9.27)	1 (0.89)
2 – 3 ร้าน	95 (69.34)	94 (62.25)	58 (51.79)
4 – 5 ร้าน	16 (11.68)	30 (19.87)	45 (40.18)
ไม่มีร้านประจำ	10 (7.30)	13 (8.61)	8 (7.14)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานอาหารเป็นประจำ 2 – 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 69.34 รองลงมามีร้านประจำ 1 ร้าน และ 4 – 5 ร้าน ในจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.68 และ 11.68 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานอาหารเป็นประจำ 2 – 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 62.25 รองลงมามีร้านประจำ 4 – 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 19.87

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนร้านที่ชอบไปรับประทานอาหารเป็นประจำ 2 – 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 51.79 รองลงมามีร้านประจำ 4 – 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40.18

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกร้านประจำร้านเดิมหรือร้านใหม่ในการทานครั้งต่อไปจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเลือกร้าน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
ไปร้านประจำร้านเดิม	82 (59.85)	93 (61.59)	61 (54.46)
เปลี่ยนร้านใหม่	55 (40.15)	58 (38.41)	51 (45.54)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 67 พบว่า ในการรับประทานครั้งต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะไปร้านประจำร้านเดิม คิดเป็นร้อยละ 59.85 ส่วนที่เหลือจะเปลี่ยนร้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 40.15

ในการรับประทานครั้งต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่จะไปร้านประจำร้านเดิม คิดเป็นร้อยละ 61.59 ส่วนที่เหลือจะเปลี่ยนร้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 38.41

ในการรับประทานครั้งต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่จะไปร้านประจำร้านเดิม คิดเป็นร้อยละ 54.46 ส่วนที่เหลือจะเปลี่ยนร้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 45.54

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดเปรียบเทียบกับวันทำงานจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเลือกรับประทานในวันหยุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
เหมือนวันทำงาน	37 (27.01)	50 (33.11)	35 (31.25)
ไม่เหมือนวันทำงาน	100 (72.99)	101 (66.89)	77 (68.75)
รวม	137 (100.00)	151 (100.00)	112 (100.00)

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดไม่เหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 72.99 ส่วนที่เหลือมีการเลือกรับประทานเหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 27.01

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดไม่เหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 66.89 ส่วนที่เหลือมีการเลือกรับประทานเหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 33.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีการเลือกรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดไม่เหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 68.75 ส่วนที่เหลือมีการเลือกรับประทานเหมือนวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 31.25

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีการรับประทานอาหารในวันหยุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
ปรุงจากที่บ้านแล้วห่อไปรับประทานข้างนอก	1 (1.00)	0 (0.00)	1 (1.30)
ออกไปรับประทานที่ร้านข้างนอกบ้าน	27 (27.00)	40 (39.60)	34 (44.16)
ออกไปซื้อกลับบ้านรับประทานที่บ้าน	25 (25.00)	25 (24.75)	14 (18.18)
ทำรับประทานเองที่บ้าน	46 (46.00)	33 (32.67)	27 (35.06)
โทรศัพท์สั่งทางร้านให้มาส่ง	1 (1.00)	3 (2.97)	1 (1.30)
รวม	100 (100.00)	101 (100.00)	77 (100.00)

หมายเหตุ: เก็บตัวอย่างเฉพาะกรณีผู้ที่ตอบ “ไม่เหมือน” คือมีวิธีการทานอาหารในวันหยุดต่างไปจากวันทำงาน (n = 278)

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดโดยการทำรับประทานเองที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือออกไปรับประทานที่ร้านข้างนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 27.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดโดยการออกไปรับประทานที่ร้านข้างนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 39.60 รองลงมาคือทำรับประทานเองที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีวิธีการรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดโดยการออกไปรับประทานที่ร้านข้างนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 44.16 รองลงมาคือทำรับประทานเองที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 35.06

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานในวันหยุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (ร้อยละ)	10,001 – 20,000 (ร้อยละ)	มากกว่า 20,000 (ร้อยละ)
อาหารมีรสชาติอร่อย	33 (33.00)	41 (40.59)	29 (37.66)
อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	22 (22.00)	15 (14.85)	18 (23.38)
ราคาถูก คุ่มค่า ประหยัด	14 (14.00)	10 (9.90)	7 (9.09)
สะดวก รวดเร็ว	8 (8.00)	14 (13.86)	6 (7.79)
สะอาด ถูกสุขอนามัย	19 (19.00)	18 (17.82)	13 (16.88)
อื่นๆ	4 (4.00)	3 (2.97)	4 (5.19)
รวม	100 (100.00)	101 (100.00)	77 (100.00)

หมายเหตุ: เก็บตัวอย่างเฉพาะกรณีผู้ที่ตอบ “ไม่เหมือน” คือมีวิธีการทานอาหารในวันหยุดต่างไปจากวันทำงาน (n = 278)

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 22.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 40.59 รองลงมาคือสะอาด ถูกสุขอนามัย คิดเป็นร้อยละ 17.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีเหตุผลในการเลือกวิธีรับประทานอาหารกลางวันในวันหยุดคืออาหารมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 37.66 รองลงมาคืออาหารมีให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 23.38

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (n = 137)	10,001 – 20,000 (n = 151)	มากกว่า 20,000 (n = 112)
1. รสชาติของอาหาร	4.19 (มาก)	4.42 (มาก)	4.46 (มาก)
2. คุณภาพของอาหาร	4.26 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
3. ความสะอาดของอาหาร	4.39 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
4. ความหลากหลายของอาหาร	3.88 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)
5. ความหลากหลายของเครื่องดื่ม	3.06 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
6. การออกแบบ ความสวยงามของอาหาร	2.94 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
7. การมีอาหารเจหรือมังสวิรัติให้เลือกได้	2.65 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
8. งาน ชาม ช้อน ส้อม มีความสะอาด	4.25 (มาก)	4.43 (มาก)	4.43 (มาก)
9. ชื่อเสียงของร้านที่เป็นร้านท้องถิ่นมีมานาน	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)	3.71 (มาก)
10. ชื่อเสียงของร้านที่เป็นสาขามาจากที่อื่น	2.85 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
11. ภาพลักษณ์ของร้านคูหุหระ มีรสนิยม	2.96 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
12. ภาพลักษณ์ของร้านเป็นแบบพื้นเมือง	3.14 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 (มาก)	3.60 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (4.39) คุณภาพของอาหาร (4.26) และงาน ซาม ซ้อน ส้อม มีความสะอาด (4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (4.55) คุณภาพของอาหาร (4.52) และงาน ซาม ซ้อน ส้อม มีความสะอาด (4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ความสะอาดของอาหาร (4.50) คุณภาพของอาหาร (4.49) และรสชาติของอาหาร (4.46)

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (n = 137)	10,001 – 20,000 (n = 151)	มากกว่า 20,000 (n = 112)
1. ราคาถูก	4.04 (มาก)	3.72 (มาก)	3.56 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.24 (มาก)	4.35 (มาก)	4.29 (มาก)
3. มีระดับราคาให้เลือกสั่งได้	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)
4. สามารถชำระได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต	2.95 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
5. มีห้องพิเศษบริการ แต่ต้องชำระเงินเพิ่ม	2.53 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.24) ราคาถูก (4.04) และมีระดับราคาให้เลือกสั่งได้ (3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.35) มีระดับราคาให้เลือกสั่งได้ (3.75) และราคาถูก (3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.29) มีระดับราคาให้เลือกสั่งได้ (3.80) และราคาถูก (3.56)

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (n = 137)	10,001 – 20,000 (n = 151)	มากกว่า 20,000 (n = 112)
1. ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน	4.31 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)
2. สะดวกต่อการเดินทาง	4.39 (มาก)	4.36 (มาก)	4.34 (มาก)
3. ร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)
4. มีบริการส่งถึงบ้าน / ที่ทำงาน	3.01 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
5. ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	2.74 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
6. มีห้องปรับอากาศให้เลือกใช้บริการได้	2.66 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
7. บรรยากาศในร้านไม่แออัดเกินไป	3.81 (มาก)	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)
8. มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	3.91 (มาก)	4.15 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ สะดวกต่อการเดินทาง (4.39) ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน (4.31) และมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง (3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ สะดวกต่อการเดินทาง (4.36) ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน (4.33) และมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง (4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ สะดวกต่อการเดินทาง (4.34) ร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน (4.21) และบรรยากาศในร้านไม่แออัดเกินไป (4.05)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจําแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (n = 137)	10,001 – 20,000 (n = 151)	มากกว่า 20,000 (n = 112)
1. ทางร้านมีการโฆษณาผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2.72 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)
2. ทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อหนังสือแจกฟรี (Free Copy)	2.72 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
3. ทางร้านมีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.71 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)
4. ทางร้านมีการแจกแผ่นพับ ไปปลิวแนะนำร้าน	2.70 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)
5. มีการให้ส่วนลดค่าอาหารและบริการ	3.34 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)
6. มีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ	3.00 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
7. ทางร้านมีการจัดกิจกรรม และสนับสนุนช่วยเหลือสังคม	2.86 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
8. มีผู้อื่นแนะนำมาให้รับประทาน	3.47 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.71 (มาก)
9. มีนิตยสารสัมภรณ์ หรือแนะนำร้านในนิตยสารต่างๆ	2.74 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
10. มีการแนะนำร้าน หรือกล่าวถึงในเว็บไซต์ต่างๆ	2.60 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.89 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ มีผู้อื่นแนะนำมาให้รับประทาน (3.47) มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ (3.34) และมีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ (3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ มีผู้อื่นแนะนำมาให้รับประทาน (3.91) มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ (3.53) และมีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ (3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ มีผู้อื่นแนะนำมาให้รับประทาน (3.71) มีการให้ส่วนลดค่าอาหาร และบริการ (3.17) และมีการสมัครสมาชิก และได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษ (3.12)

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (n = 137)	10,001 – 20,000 (n = 151)	มากกว่า 20,000 (n = 112)
1. มีพนักงานต้อนรับหน้าร้าน	3.23 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
2. การให้บริการมีความเป็นมาตรฐาน เหมือนกันและสม่ำเสมอ	3.98 (มาก)	4.11 (มาก)	4.02 (มาก)
3. มีวิธีการรับรายการอาหารที่รวดเร็ว และ ถูกต้อง	4.08 (มาก)	4.22 (มาก)	4.26 (มาก)
4. มีการจัดคิวการลงอาหารของโต๊ะต่างๆอย่าง ยุติธรรมและถูกต้อง	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)	4.26 (มาก)
5. มีการออกแบบกระบวนการให้บริการที่ เหมาะสม ไม่ติดขัดหรือวุ่นวาย	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)
6. ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และ ถูกต้อง	4.20 (มาก)	4.36 (มาก)	4.36 (มาก)
7. สามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง	4.18 (มาก)	4.35 (มาก)	4.35 (มาก)
8. การคิดเงินรวดเร็ว	3.93 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)
9. การคิดเงินถูกต้อง	4.19 (มาก)	4.37 (มาก)	4.28 (มาก)
10. สามารถโทรศัพท์ไปจองโต๊ะล่วงหน้าได้	3.31 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
11. มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.84 (มาก)	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.20) การคิดเงินถูกต้อง (4.19) และสามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง (4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ การคิดเงินถูกต้อง (4.37) ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.36) และสามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง (4.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ ได้รับอาหารที่ส่งไปอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง (4.36) สามารถควบคุมรสชาติอาหารได้คงที่ทุกครั้ง (4.35) และการคิดเงินถูกต้อง (4.28)

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (n = 137)	10,001 – 20,000 (n = 151)	มากกว่า 20,000 (n = 112)
1. พนักงานมีบุคลิกภาพดี แต่งกายเรียบร้อย สะอาด	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)
2. พนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย	4.25 (มาก)	4.36 (มาก)	4.20 (มาก)
3. พนักงานมีความชำนาญ ปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่วว่องไว	4.07 (มาก)	4.23 (มาก)	4.19 (มาก)
4. พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในตัวอาหารเป็นอย่างดี สามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้	4.03 (มาก)	4.13 (มาก)	4.07 (มาก)
5. พนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า	4.08 (มาก)	4.30 (มาก)	4.25 (มาก)
6. พนักงานมีเครื่องแบบ (Uniform)	3.02 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
7. พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม	4.13 (มาก)	4.28 (มาก)	4.29 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 (มาก)	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย (4.25) พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.13) และพนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า (4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย (4.36) พนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า (4.30) และพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (4.29) พนักงานมีความตั้งใจทำหน้าที่งานของตนและเอาใจใส่ลูกค้า (4.25) และพนักงานมีมารยาท สุภาพ พุดจาเรียบร้อย (4.20)

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	ไม่เกิน 10,000 (n = 137)	10,001 – 20,000 (n = 151)	มากกว่า 20,000 (n = 112)
1. มีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	3.85 (มาก)	4.05 (มาก)	3.86 (มาก)
2. การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย	3.66 (มาก)	3.77 (มาก)	3.56 (มาก)
3. การตกแต่งร้านแบบท้องถิ่นล้านนา	3.28 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
4. บริเวณร้านกว้างขวาง	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)
5. บริเวณร้านมีความสะอาด	4.23 (มาก)	4.48 (มาก)	4.47 (มาก)
6. ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	3.88 (มาก)	4.21 (มาก)	4.09 (มาก)
7. มีการนำคอมพิวเตอร์หรือ PDA มาใช้ในการ ให้บริการ ทำให้ดูทันสมัย	2.62 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
8. งาน ชาม ช้อน แก้วน้ำ คู่แล้วสวยงามมี รสนิยม	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.57 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)	3.74 (มาก)	3.62 (มาก)

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ บริเวณร้านมีความสะอาด (4.23) ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (3.88) และมีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี (3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ บริเวณร้านมีความสะอาด (4.48) ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (4.21) และมีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี (4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรกได้แก่ บริเวณร้านมีความสะอาด (4.47) ทางร้านมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (4.09) และมีการตกแต่งจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี (3.86)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved