

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมั่งก็คลับ ผับแอนด์เรสทัวรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านมั่งก็คลับ ผับแอนด์เรสทัวรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่โดยใช้วิธีเก็บกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จากกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านมั่งก็คลับ ผับแอนด์เรสทัวรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและหญิงจำนวนเท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านมั่งก็คลับ ผับแอนด์เรสทัวรองท์ ดนตรีไพเราะและทันสมัย ความถี่ในการใช้บริการเดือนละครั้ง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการร้านมั่งก็คลับ ผับแอนด์เรสทัวรองท์ (ที่หารกันแล้วต่อคน) 301-500 บาท วันที่ใช้บริการบ่อยที่สุด วันเสาร์ จำนวนผู้ที่มาเที่ยวร้านมั่งก็คลับ ผับแอนด์เรสทัวรองท์ ในแต่ละครั้ง 3-4 คน บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ เพื่อนสนิท โอกาสในการใช้บริการร้านมั่งก็คลับ ผับแอนด์เรสทัวรองท์ การพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง วิธีการสั่งอาหาร เลือกจากเมนู / รายการอาหาร ประเภทอาหารที่สั่งมารับประทาน อาหารประเภทกับแกล้ม/ของว่าง เครื่องดื่มที่สั่งเป็นประจำ เหล้า/วิสกี้ ประเภทดนตรีที่ชอบฟัง เพลงป๊อป / ป๊อปแดนซ์ พื้นที่บริเวณในร้านมั่งก็คลับ ผับแอนด์เรสทัวรองท์ ที่ชอบนั่ง บริเวณในห้องแอร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมังก็คลับ ผับ แอนด์เรสทัวรอนท์

ส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และความพึงพอใจระดับปานกลางคือปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.27) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.24) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ แนวเพลงที่เล่น รองลงมา ความสนุกสนานและทันสมัยของคนตรี และคุณภาพและความสามารถของวงดนตรี

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปานกลาง 3 ลำดับแรกคือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมาความเหมาะสมของราคาอาหาร และความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อย เรียง 3 ลำดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง รองลงมา อยู่ใกล้แหล่งชุมชน และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อย เรียง 3 ลำดับแรกคือ การจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ รองลงมา การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ การจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน/สังคม เช่น การร่วมกันทำความสะอาดถนนนิมมานเหมินท์

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อย เรียง 3 ลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง รองลงมา พนักงานบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อย เรียง 3 ลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย และการตกแต่งภายนอกร้านสวยงาม ทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อย เรียง 3 ลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมา การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน และการบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทอรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทอรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แนวเพลงที่เล่น รองลงมา คุณภาพและความสามารถของวงดนตรี และความสนุกสนานและทันสมัยของดนตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความสนุกสนานและทันสมัยของดนตรี รองลงมา แนวเพลงที่เล่น และคุณภาพและความสามารถของวงดนตรี

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา ราคาความเหมาะสมของราคาอาหาร และมีหลายระดับราคาให้เลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา ความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความเหมาะสมของราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม)

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party รองลงมา การจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ และการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก การจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ รองลงมา การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party และการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน/สังคม เช่น การร่วมกันทำความสะอาดถนนนิมมานเหมินท์

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม รองลงมา พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง รองลงมา พนักงานบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม เท่ากัน และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย และการตกแต่งภายนอกร้านสวยงาม ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย และการตกแต่งภายนอกร้านสวยงาม ทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมา การบริการรับจอง โต๊ะล่วงหน้า และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม และการบริการรับจอง โต๊ะล่วงหน้า

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทอรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพและความสามารถของวงดนตรี รองลงมา แนวเพลงที่เล่น และคุณภาพและความสามารถของนักร้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แนวเพลงที่เล่น รองลงมา คุณภาพและความสามารถของนักร้อง และคุณภาพและความสามารถของวงดนตรี

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา มีหลายระดับราคาให้เลือก และความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา ความเหมาะสมของราคาอาหาร และความเหมาะสมของราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม)

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ รองลงมา การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party และการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน/สังคม เช่น การร่วมกันทำความสะอาดถนนนิมมานเหมินท์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ รองลงมา การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party และการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานบริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม รองลงมา พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง รองลงมา พนักงานบริการพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การตกแต่งภายนอกร้านสวยงาม ทันสมัย และการตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย และการจัดพื้นที่บริการ เป็นสัดส่วน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้า รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน และการบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้า

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทอรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนทำงาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพและความสามารถของวงดนตรี รองลงมา ความสนุกสนานและทันสมัยของดนตรี และแนวเพลงที่เล่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนทำงาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แนวเพลงที่เล่น รองลงมา ความสนุกสนานและทันสมัยของดนตรี และคุณภาพและความสามารถของวงดนตรี และคุณภาพและความสามารถของนักร้อง เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ แนวเพลงที่เล่น รองลงมา ความสนุกสนานและทันสมัยของคนตรี และคุณภาพและความสามารถของนักร้อง

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา มีหลายระดับราคาให้เลือก และความเหมาะสมของราคาอาหาร, ความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการคิดป้ายราคาชัดเจน เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนทำงาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา ความเหมาะสมของราคาอาหาร และความเหมาะสมของราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา ความเหมาะสมของราคาอาหาร และความเหมาะสมของราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม)

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนทำงาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คือ การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party และการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เท่ากัน รองลงมา การจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน/สังคม เช่น การร่วมกันทำความสะอาดถนนนิมมานเหมินท์ และการจัดแพคเกจเหล้าและมิกเซอร์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนทำงาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ รองลงมา การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party และการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party และการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เท่ากัน รองลงมา มีส่วนลดให้ลูกค้าที่เป็นสมาชิกหรือลูกค้า VIP และการมีพนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่ม (P.G.)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม รองลงมา พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนทำงาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม รองลงมา พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง รองลงมา พนักงานบริการด้วยความกระตือรือร้นเอาใจใส่ และพนักงานบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย และการตกแต่งภายนอกร้านสวยงาม ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนทำงาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การตกแต่งภายนอกร้านสวยงาม ทันสมัย รองลงมา การตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย และการจัดพื้นที่บริการเป็นสัดส่วน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การจัดพื้นที่บริการเป็นสัดส่วน และความสะอาดของสถานที่

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้า รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนทำงาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม และการให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของธุรกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมา การบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้า และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน

3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทอรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ปัจจัยด้านสถานที่/ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ปัจจัยด้านสถานที่/ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากัน และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่/ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แนวเพลงที่เล่น รองลงมา คุณภาพและความสามารถของวงดนตรี และความสนุกสนานและทันสมัยของดนตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แนวเพลงที่เล่น รองลงมา ความสนุกสนานและทันสมัยของดนตรี และคุณภาพและความสามารถของวงดนตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ มากกว่า 15,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แนวเพลงที่เล่น และความสนุกสนานและทันสมัยของดนตรี รองลงมา คุณภาพและความสามารถของนักร้อง และคุณภาพและความสามารถของวงดนตรี

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา มีหลายระดับราคาให้เลือก และการคิดป้ายราคาชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา ความเหมาะสมของราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) และความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ มากกว่า 15,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมา ความเหมาะสมของราคาอาหาร และความเหมาะสมของราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม)

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ มากกว่า 15,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมา ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้เอทีเอ็ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ รองลงมา การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party และการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน/สังคม เช่น การร่วมกันทำความสะอาดถนนนิมมานเหมินท์

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ รองลงมา การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party และการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน/สังคม เช่น การร่วมกันทำความสะอาดถนนนิมมานเหมินท์

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ มากกว่า 15,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ รองลงมา การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น มินิคอนเสิร์ต, Party และมีส่วนลดให้ลูกค้าที่เป็นสมาชิกหรือลูกค้า VIP

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม รองลงมา พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และพนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง รองลงมา พนักงานบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ มากกว่า 15,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานบริการพุดจาสุภาพ อ่อนน้อม รองลงมา พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง และพนักงานบริการด้วยความกระตือรือร้นเอาใจใส่และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ เท่ากัน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย และการตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การตกแต่งภายนอกร้านสวยงาม ทันสมัย และการตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ มากกว่า 15,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของร้าน รองลงมา การตกแต่งภายในร้านสวยงาม ทันสมัย และการตกแต่งภายนอกร้านสวยงาม ทันสมัย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมา การบริการรับรอง โต๊ะล่วงหน้า และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การบริการรับจองโต๊ะล่วงหน้า รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม และการทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ มากกว่า 15,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน รองลงมา ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม และบริการจัดหาโต๊ะให้ลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการใช้บริการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด ด้านอาหารและเครื่องดื่ม คือ ไม่มีเครื่องดื่มพิเศษ / แนะนำ รองลงมา ไม่มีอาหารพิเศษ / แนะนำ อาหารไม่มีความหลากหลายและแนวเพลงที่เล่นไม่ทันสมัยและหลากหลาย

ด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี) ได้แก่ แนวเพลงที่เล่นไม่ทันสมัยและหลากหลาย รองลงมา แนวดนตรีล้ำสมัย ไม่สนุกสนาน และ นักร้องไม่มีคุณภาพและความสามารถ

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ ราคา میکเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง รองลงมา ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แพง และ ราคาอาหารแพง

ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ รองลงมา ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีตู้เอทีเอ็ม และทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป รองลงมาไม่มีการลดราคาอาหารและเครื่องดื่ม และ ไม่มีแพ็คเกจเหมาและ میکเซอร์

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้า รองลงมาพนักงานให้บริการไม่ถูกต้องและช้า และพนักงานไม่ดูแลเอาใจใส่ ขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ สถานที่คับแคบและที่นั่งไม่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้า และจำนวนห้องน้ำไม่เพียงพอ

ต่อจำนวนลูกค้า เท่ากัน รองลงมา ไม่มีระบบถ่ายเทอากาศภายในที่ดี และ อุปกรณ์/สิ่งอำนวยความสะดวกบนโต๊ะอาหาร (เช่น ไม้จิ้มฟัน กระดาษ ทิชชู เครื่องปรุงรส) ไม่ครบถ้วน ไม่เพียงพอ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด คือ การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มล่าช้า รองลงมา การบริการจัดหาโต๊ะให้ลูกค้าล่าช้า และ ไม่มีความสะดวกในการเรียกใช้บริการจากพนักงาน

อภิปรายผล

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทอรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Products) ราคา (Price) สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการให้บริการ (Process) และทบทวนวรรณกรรมดังนี้

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริระสุริยะศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านวอร์มอัฟคาเฟ่ อำเภอเมือง เชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ แนวเพลงที่เล่น ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริระสุริยะศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านวอร์มอัฟคาเฟ่ อำเภอเมือง เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสนุกสนานของคนตรี

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริระสุริยะศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านวอร์มอัฟคาเฟ่ อำเภอเมือง เชียงใหม่ คือ มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านวอร์มอัฟคาเฟ่ อำเภอเมือง เชียงใหม่ คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดกิจกรรมพิเศษช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านวอร์มอัฟคาเฟ่ อำเภอเมือง เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดคอนเสิร์ต

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสอดคล้องกับ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านวอร์มอัฟคาเฟ่ อำเภอเมือง เชียงใหม่ คือ พนักงานต้อนรับสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความมีชื่อเสียงของร้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านวอร์มอัฟคาเฟ่ อำเภอเมือง เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ชื่อร้านและสัญลักษณ์ของร้านจำง่าย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิระ สุริยะศักดิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านวอร์มอัฟคาเฟ่ อำเภอเมือง เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทักทายและต้อนรับเมื่อท่านเดินเข้ามาในร้าน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทอรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ มีข้อค้นพบคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี สถานภาพเป็นโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ คนตรีไพเราะและทันสมัย เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการน้อยที่สุด คือ การจัด โปรโมชันพิเศษและการลดราคา วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุด คือ วันเสาร์ วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการน้อยที่สุด คือ วันจันทร์ วิธีการสั่งอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มากที่สุด คือ เลือกจากเมนู / รายการอาหาร วิธีการสั่งอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้อยที่สุด คือ เลือกอาหารที่ราคาถูก ประเภทของอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามสั่งมารับประทานมากที่สุด คืออาหารประเภทกับแก้ม/ของว่าง ประเภทของอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามสั่งมารับประทานน้อยที่สุด คือ อาหารประเภทผัดและอาหารจานเดียว ประเภทเครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามสั่งมาดื่มมากที่สุด คือ เหล้า/วิสกี้ ประเภทเครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามสั่งมาดื่มน้อยที่สุด คือ ชา/กาแฟ ประเภทดนตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด คือ เพลงป๊อป / ป๊อปแดนซ์ ประเภทดนตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบน้อยที่สุด คือ เพลงอิเล็กทรอนิกส์แดนซ์ พื้นที่บริเวณที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุด คือ บริเวณในห้องแอร์ พื้นที่บริเวณที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบน้อยที่สุด คือ บริเวณบาร์ติดโต๊ะพูล

ตารางที่ 66 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดและปัญหาที่พบจากการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด บริการ	ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจากการใช้ บริการ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มีอาหารพิเศษ/แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.24)	การ ตกแต่งอาหาร ไม่ สวยงาม ไม่น่ารับประทาน
ปัจจัยด้านราคา	การคิดป้ายราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.18)	ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง
ปัจจัยด้านสถานที่/ช่อง ทางการจัดจำหน่าย	มีสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.06)	ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การลดราคาอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.91)	ไม่มีแพคเกจลัษณะราคาถูก
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.08)	พนักงานไม่ดูแลเอาใจใส่ ขาดความกระตือรือร้นใน การให้บริการ
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	จำนวนห้องน้ำเพียงพอต่อจำนวน ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.08)	มีที่นั่งไม่เพียงพอ
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ความสะดวกในการเรียกใช้บริการ จากพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.08)	การให้บริการเสมอไม่เสมอ ภาค

ตารางที่ 67 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดและปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ	ชาย		หญิง	
	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจาก การใช้บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจาก การใช้บริการ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหารและ เครื่องดื่ม)	มีอาหารพิเศษ/แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.26)	ไม่มีเครื่องดื่ม พิเศษ / แนะนำ	มีอาหารพิเศษ/ แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.23)	ไม่มีเครื่องดื่ม พิเศษ / แนะนำ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี)	คุณภาพและ ความสามารถของ นักร้อง (ค่าเฉลี่ย 3.66)	นักร้อง ไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ	คุณภาพและ ความสามารถของ นักร้อง (ค่าเฉลี่ย 3.67)	นักร้อง ไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ
ปัจจัยด้านราคา	การคิดป้ายราคา ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.19)	ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง	การคิดป้ายราคา ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.16)	ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง
ปัจจัยด้านสถานที่/ช่อง ทางการจัดจำหน่าย	มีสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.02)	สถานที่จอดรถ ไม่เพียงพอ	มีสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.09)	สถานที่จอดรถ ไม่เพียงพอ
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การโฆษณาในสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุ ไบปลิว หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.95)	การลงโฆษณา ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ไบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป	การลดราคาอาหาร และเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.86)	การลงโฆษณา ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ไบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีความ พร้อมที่จะให้บริการ ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.11)	พนักงาน ให้บริการไม่ ถูกต้องและ ล่าช้า	พนักงานที่ ให้บริการมีจำนวน เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.04)	พนักงาน ให้บริการไม่ ถูกต้องและ ล่าช้า
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	จำนวนห้องน้ำ เพียงพอต่อจำนวน ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.08)	จำนวนห้องน้ำ ไม่เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า	จำนวนห้องน้ำ เพียงพอต่อจำนวน ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.07)	จำนวนห้องน้ำ ไม่เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า

ตารางที่ 67 (ต่อ)

ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ	ชาย		หญิง	
	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจาก การใช้บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจาก การใช้บริการ
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ความสะดวกในการ เรียกใช้บริการจาก พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.03)	การเสิร์ฟอาหาร และเครื่องดื่ม ล่าช้า	การแนะนำส่วนลด และ โปร โมชันก่อน ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.11)	การเสิร์ฟอาหาร และเครื่องดื่ม ล่าช้า

ตารางที่ 68 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดและปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ
ส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ	อายุ 20-25 ปี		อายุ 26 ปีขึ้นไป	
	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจาก การใช้บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจาก การใช้บริการ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหารและ เครื่องดื่ม)	มีอาหารพิเศษ/แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.35)	ไม่มีเครื่องดื่ม พิเศษ / แนะนำ	มีอาหารพิเศษ/ แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.12)	ไม่มีเครื่องดื่ม พิเศษ / แนะนำ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี)	คุณภาพและ ความสามารถของ นักร้อง (ค่าเฉลี่ย 3.73)	นักร้อง ไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ	คุณภาพและ ความสามารถของ วงดนตรี (ค่าเฉลี่ย 3.59)	วงดนตรีไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ
ปัจจัยด้านราคา	ความเหมาะสมของ ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) (ค่าเฉลี่ย 3.19)	ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง	มีหลายระดับราคา ให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.13)	ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง
ปัจจัยด้านสถานที่/ช่อง ทางการจัดจำหน่าย	มีสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.10)	สถานที่จอดรถ ไม่เพียงพอ	มีสถานที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.01)	สถานที่จอดรถ ไม่เพียงพอ

ตารางที่ 68 (ต่อ)

ส่วนประสมทาง การตลาดบริการ	อายุ 20-25 ปี		อายุ 26 ปีขึ้นไป	
	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจาก การใช้บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจาก การใช้บริการ
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การลดราคาอาหาร และเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.98)	การลงโฆษณา ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป	การโฆษณาในสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุ โบปลิว หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.80)	การลงโฆษณา ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานที่ให้บริการ มีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.13)	พนักงาน ให้บริการไม่ ถูกต้องและ ล่าช้า	พนักงานที่ ให้บริการมีจำนวน เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.03)	พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวนน้อย ไม่ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	จำนวนห้องน้ำ เพียงพอต่อจำนวน ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16)	สถานที่คับแคบ และที่นั่งไม่ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า	จำนวนห้องน้ำ เพียงพอต่อจำนวน ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.98)	จำนวนห้องน้ำ ไม่เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ความสะดวกในการ เรียกใช้บริการจาก พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.13)	การเสิร์ฟอาหาร และเครื่องดื่ม ล่าช้า	การแนะนำส่วนลด และโปรโมชั่นก่อน ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00)	การเสิร์ฟอาหาร และเครื่องดื่ม ล่าช้า

ตารางที่ 69 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดและปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	นักศึกษา		คนทำงาน		เจ้าของธุรกิจ	
	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหาร และเครื่องดื่ม)	มีอาหาร พิเศษ/แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.37)	เครื่องดื่มไม่มี ความ หลากหลาย	มีอาหาร พิเศษ/แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.13)	อาหารไม่มี ความ หลากหลาย	มีอาหาร พิเศษ/แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.18)	ไม่มีเครื่องดื่ม พิเศษ / แนะนำ
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี)	คุณภาพและ ความสามารถ ของนักร้อง (ค่าเฉลี่ย 3.74)	นักร้องไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ	คุณภาพและ ความสามารถ ของวงดนตรี และคุณภาพ และ ความสามารถ ของนักร้อง (ค่าเฉลี่ย 3.68)	นักร้องไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ	คุณภาพและ ความสามารถ ของวงดนตรี (ค่าเฉลี่ย 3.53)	วงดนตรีไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ
ปัจจัยด้าน ราคา	ความ เหมาะสมของ ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) (ค่าเฉลี่ย 3.15)	ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง	การคิดป้าย ราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.18)	การคิดป้าย ราคาไม่ ชัดเจน	การคิดป้าย ราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.16)	การคิดป้าย ราคาไม่ ชัดเจน
ปัจจัยด้าน สถานที่/ช่อง ทางการจัด จำหน่าย	มีสถานที่จอด รถสะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.08)	สถานที่จอด รถไม่ เพียงพอ	มีสถานที่จอด รถสะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.99)	สถานที่จอด รถไม่ เพียงพอ	มีสถานที่จอด รถสะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.10)	สถานที่จอด รถไม่ เพียงพอ

ตารางที่ 69 (ต่อ)

ส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	นักศึกษา		คนทำงาน		เจ้าของธุรกิจ	
	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริม การตลาด	การลดราคา อาหารและ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.92)	การลง โฆษณาใน สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป	การโฆษณาใน สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โบปลิว หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.88)	การลง โฆษณาใน สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป	การลดราคา อาหารและ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.88)	การลงโฆษณา ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป
ปัจจัยด้าน บุคลากร	พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.09)	พนักงาน ให้บริการไม่ ถูกต้องและ ล่าช้า	พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.06)	พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวนน้อย ไม่เพียงพอ ต่อจำนวน ลูกค้า	พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวนเพียงพอ และพนักงานมี ความพร้อมที่ จะให้บริการ ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.10)	พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวนน้อย ไม่ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า
ปัจจัยด้านการ สร้างและ นำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	จำนวนห้องน้ำ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.09)	สถานที่คับ แคบและที่ นั่งไม่ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า	จำนวนห้องน้ำ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.04)	จำนวน ห้องน้ำไม่ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า	จำนวนห้องน้ำ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.10)	สถานที่คับ แคบและที่นั่ง ไม่เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ความสะดวกใน การเรียกใช้ บริการจาก พนักงาน และ ความรวดเร็วใน การเสิร์ฟอาหาร และเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.13)	การเสิร์ฟ อาหารและ เครื่องดื่ม ล่าช้า	การแนะนำ ส่วนลดและ โปรโมชั่นก่อน ให้บริการ และ ความสะดวกใน การเรียกใช้ บริการจาก พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.07)	การบริการ จัดหาโต๊ะให้ ลูกค้าล่าช้า	ความสะดวกใน การเรียกใช้ บริการจาก พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.02)	การเสิร์ฟ อาหารและ เครื่องดื่มล่าช้า

ตารางที่ 70 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดและปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้

ส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (ด้านอาหาร และเครื่องดื่ม)	มีอาหาร พิเศษ/แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.41)	เครื่องดื่มไม่มี ความ หลากหลาย	มีอาหาร พิเศษ/แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.19)	ไม่มีเครื่องดื่ม พิเศษ/ แนะนำ	มีอาหาร พิเศษ/แนะนำ และมี เครื่องดื่ม พิเศษ/แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.19)	ไม่มีเครื่องดื่ม พิเศษ/ แนะนำ
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี)	คุณภาพและ ความสามารถ ของนักร้อง (ค่าเฉลี่ย 3.69)	นักร้องไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ	คุณภาพและ ความสามารถ ของนักร้อง (ค่าเฉลี่ย 3.62)	นักร้องไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ	คุณภาพและ ความสามารถ ของวงดนตรี (ค่าเฉลี่ย 3.67)	วงดนตรีไม่มี คุณภาพและ ความสามารถ
ปัจจัยด้าน ราคา	ความ เหมาะสมของ ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) (ค่าเฉลี่ย 3.06)	ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง	การตีคปาย ราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.15)	ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง	การตีคปาย ราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.19)	ราคามิกเซอร์ (น้ำแข็ง น้ำ โซดา น้ำอัดลม) แพง
ปัจจัยด้าน สถานที่/ช่อง ทางการจัด จำหน่าย	มีสถานที่จอด รถสะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.03)	สถานที่จอด รถไม่ เพียงพอ	มีสถานที่จอด รถสะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.06)	สถานที่จอด รถไม่ เพียงพอ	มีสถานที่จอด รถสะดวก กว้างขวาง เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.09)	สถานที่จอด รถไม่ เพียงพอ

ตารางที่ 70 (ต่อ)

ส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่ มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่ มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ
ปัจจัยด้าน การส่งเสริม การตลาด	การลดราคา อาหารและ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.90)	การลง โฆษณาใน สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ไบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป	การโฆษณา ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ไบปลิว หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.88)	การลง โฆษณาใน สื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ไบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป	การโฆษณา ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ไบปลิว หนังสือพิมพ์ และการลด ราคาอาหาร และ เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 2.91)	การลงโฆษณา ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ไบปลิว หนังสือพิมพ์ น้อยเกินไป
ปัจจัยด้าน บุคลากร	พนักงานบริการ อย่างถูกต้องและ รวดเร็ว, พนักงานมีความ พร้อมที่จะ ให้บริการ ตลอดเวลาและ พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.12)	พนักงาน ให้บริการไม่ ถูกต้องและ ล่าช้า	พนักงานมี ความพร้อม ที่จะ ให้บริการ ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.04)	พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวนน้อย ไม่เพียงพอ ต่อจำนวน ลูกค้า	พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวน เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.08)	พนักงานที่ ให้บริการมี จำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า
ปัจจัยด้าน การสร้างและ นำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	จำนวนห้องน้ำ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.10)	สถานที่คับ แคบและที่ นั่งไม่ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า	จำนวน ห้องน้ำ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.14)	สถานที่คับ แคบและที่ นั่งไม่ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า	จำนวน ห้องน้ำ เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00)	จำนวนห้องน้ำ ไม่เพียงพอต่อ จำนวนลูกค้า

ตารางที่ 70 (ต่อ)

ส่วนประสม ทางการตลาด บริการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	ปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่ มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ	ปัจจัยย่อยที่ มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด	ปัญหาที่พบ จากการใช้ บริการ
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	บริการจัดหาโต๊ะ ให้ลูกค้าด้วย ความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.08)	การเสิร์ฟ อาหารและ เครื่องดื่ม ล่าช้า	การแนะนำ ส่วนลดและ โปรโมชั่น ก่อน ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.06)	การเสิร์ฟ อาหารและ เครื่องดื่ม ล่าช้า	ความสะดวก ในการ เรียกใช้ บริการจาก พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.05)	การเสิร์ฟ อาหารและ เครื่องดื่มล่าช้า

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทอรองท์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (อาหารและเครื่องดื่ม) ควรเพิ่มเมนูอาหารและเครื่องดื่มพิเศษ อาจเป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลต่าง ๆ หรืออาหารที่คิดค้นขึ้นใหม่ โดยให้พนักงานแนะนำอาหารและเครื่องดื่มพิเศษก่อนที่ลูกค้าจะสั่งอาหารหรือจัดทำเมนูแบบตั้งโต๊ะขนาดเล็กเพื่อดึงดูดใจลูกค้า

ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการตกแต่งอาหารให้สวยงามน่ารับประทาน โดยจัดอาหารในปริมาณที่เหมาะสมกับภาชนะภาชนะ หรืออาจทำการปรับเปลี่ยนขนาดภาชนะให้มีขนาดเพียงพอต่อปริมาณอาหาร

ด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านดนตรี) ควรเน้นในเรื่องคุณภาพและความสามารถวงดนตรี และนักร้อง ควรมีการคัดเลือกวงดนตรีและนักร้องที่มีทักษะและความสามารถมากกว่านี้ ควรปรับเปลี่ยนแนวเพลงทั้งของวงดนตรีและดีเจให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยลดปริมาณเพลงอิเล็กทรอนิกส์ให้น้อยลงเพราะได้รับความนิยมจากผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดและเพิ่มเพลงอินดี้เข้ามาเพราะได้รับความนิยมจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นอันดับสอง รองจากเพลงป๊อป / ป๊อปแดนซ์

วงดนตรีและดีเจควรรีบทเพลงใหม่ ๆ ที่อยู่ในความนิยมตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงแนวเพลงของร้านบ้าง เนื่องจากทางร้าน มีการอัปเดตเพลงและแนวเพลงใหม่ ๆ น้อยมาก จึงทำให้ลูกค้าประจำ เกิดอาการเบื่อและย้ายไปร้านอื่นในที่สุด

ด้านราคา ควรแสดงราคาอาหารและเครื่องดื่มในเมนูให้ชัดเจน อาจปรับขนาดตัวหนังสือและตัวเลขให้ชัดเจนมากกว่าเดิม ควรสร้างความชัดเจนและดึงดูดสายตาลูกค้าโดยการเพิ่มรูปภาพอาหารในเมนูรายการอาหารและควรมีหลายระดับราคาให้ลูกค้าได้เลือก

ควรมีการปรับลดราคามิกเซอร์โดยวิธีการต่าง ๆ ลงมาเพื่อจะเป็นการดึงดูดลูกค้า อาจจัดทำแพคเกจเหล้าและมิกเซอร์ หรือ โปร โมชันบุฟเฟต์มิกเซอร์ในช่วงเวลาที่กำหนด

ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดให้มีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอแก่จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ อาจเช่าพื้นที่ว่างเปล่าบริเวณใกล้ ๆ สำหรับให้ลูกค้าจอดรถเพิ่มเติม หรือเช่าที่จอดรถที่ไกลออกไปไม่มากแล้วมีบริการรถรับส่ง และควรมีพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมคอยอำนวยความสะดวกในการรับรถดูแลรถให้ลูกค้าเป็นอย่างดี

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรลดราคาอาหารและเครื่องดื่มโดยจัดทำบัตรลดราคาให้แก่ลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิกหรือลูกค้าที่จัดงานวันเกิด ควรจัดแพคเกจเหล้าราคาถูก ในช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อย เช่น ช่วงก่อนเวลา 21.00 น. ของวันจันทร์ - วันพฤหัสบดีและวันอาทิตย์

ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารข้อมูลและการจัด โปร โมชันกับลูกค้า โดยจัดให้มีฝ่ายสารสนเทศที่คอยติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ทางร้านจัดขึ้นทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ ทางเว็บไซต์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook

ด้านบุคลากร ควรเพิ่มจำนวนพนักงานบริการในวันศุกร์และวันเสาร์ซึ่งมีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยจ้างพนักงานชั่วคราวเพื่อลดปัญหาพนักงานบริการไม่เพียงพอและทำให้การบริการล่าช้า

ควรให้ความสำคัญในเรื่องของพนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการในทุกๆ ด้าน ควรมีการพัฒนาบุคลากร โดยจัด โปรแกรมการฝึกอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับเพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในงานบริการ โดยเน้นการต้อนรับและบริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส มีธรรมาศัยที่ดี มีกิริยาอาการอ่อนน้อม สุภาพอ่อน โยน รวมทั้งการพัฒนาความรู้และความชำนาญในการให้บริการอย่างมืออาชีพเพื่อให้บริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง ปลูกฝังความรับผิดชอบเมื่อเกิดความผิดพลาดใน

การให้บริการ มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่ไว้วางใจ ตลอดจนการแต่งกาย สะอาด สุภาพ และเรียบร้อย อาจใช้วิธีให้ incentive เพื่อกระตุ้นยอดขายหรือพนักงานที่ไม่เคยมาสายหรือลางาน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรจัดพื้นที่และบรรยากาศภายในร้านให้มีความรู้สึกโปร่งและไม่อึดอัด มีเก้าอี้ที่นั่งสบาย หรือปรับเปลี่ยนบรรยากาศและการตกแต่งร้านตามฤดูกาล

เพิ่มจำนวนห้องน้ำหากสามารถจัดสรรพื้นที่ได้ และเน้นการรักษาความสะอาดของห้องน้ำเป็นพิเศษ โดยจัดให้พนักงานประจำห้องน้ำคอยดูแลทำความสะอาดห้องน้ำในทุกช่วงเวลาแต่อาจเน้นความถี่ของการทำความสะอาดในช่วงเวลาที่มีลูกค้าใช้บริการมาก ควรจัดบริเวณพื้นที่สูบบุหรี่ไว้ให้ห่างจากบริเวณใกล้กับห้องน้ำ เพราะอาจทำให้มีกลิ่นเหม็น โดยกำหนดพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ไว้ได้อย่างชัดเจน ควรปรับปรุงระบบถ่ายเทอากาศทั้งบริเวณภายในห้องแอร์และบริเวณภายนอกทั้งหมด

ด้านกระบวนการให้บริการ ควรให้ความสำคัญในกระบวนการให้บริการทุกขั้นตอน ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะในเรื่องบุคลากรที่ควรจัดให้มีการพัฒนาบุคลากร โดยจัดโปรแกรมการฝึกอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับ ส่งผลให้พนักงานทุกแผนกทำงานด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นการรับรายการอาหารและเครื่องดื่ม และการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มของพนักงานบริการ ซึ่งควรมีการทวนคำสั่งรายการอาหารทุกครั้งเพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาด แผนกการเงินซึ่งให้บริการรับชำระเงินอย่างรวดเร็วและถูกต้อง เพื่อป้องกันการล่าช้าและผิดพลาดอาจเพิ่มพนักงานแคชเชียร์ชั่วคราวในวันศุกร์และวันเสาร์

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อเป็นการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า เจ้าของร้านควรเดินทักทายลูกค้าในร้านในบางช่วงเวลาเพื่อเป็นการให้เกียรติลูกค้าและทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณมีความสำคัญ เจ้าของร้านอาจสร้างพันธมิตรทางการค้ากับสถานบันเทิงในบริเวณเดียวกัน โดยใช้วิธี Bar Hopping Crawl คือจัดทำคูปองให้ลูกค้าใช้บริการในร้านที่ทำการตกลงไว้ตามราคาในคูปองภายในคืนเดียวกัน วิธีนี้จะเพิ่มจำนวนลูกค้าชาวต่างชาติซึ่งนิยมใช้วิธีการนี้ในต่างประเทศ