

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ เป็นการศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวิฬาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ผู้ศึกษาขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และนำเสนอรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของประชากรศาสตร์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของลักษณะของประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน) N = 400 คน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	175	43.75
หญิง	225	56.25
อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	16	4.00
18-22 ปี	65	16.25
23-27 ปี	88	22.00
28-32 ปี	98	24.50
33-37 ปี	85	21.25
มากกว่า 37 ปี	48	12.00

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของลักษณะของประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน) N= 400 คน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักศึกษา	64	16.00
ธุรกิจส่วนตัว	82	20.50
พนักงานบริษัทเอกชน	99	24.75
ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	129	32.25
อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน(3) นักเรียน(16) ว่างงาน(2) รับจ้าง(2) ผู้ฝึกสอนกีฬา (1) ข้าราชการบำนาญ (1) ดูแลผู้สูงอายุ(1)	26	6.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	102	25.50
10,000-15,000 บาท	79	19.75
15,001-20,000 บาท	82	20.50
20,001-25,000 บาท	59	14.75
25,001-30,000 บาท	32	8.00
มากกว่า 30,000 บาท	46	11.50

จากตารางที่ 4.1 เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน จำแนกตามเพศ พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุที่มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มอายุ 28-32 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 23-27 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 กลุ่มอายุ 33-37 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 กลุ่มอายุ 18-22 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 กลุ่มอายุที่มากกว่า 37 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และกลุ่มอายุที่ต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 นักศึกษา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และอื่น ๆ เช่น นักเรียน 16 คน แม่บ้าน 3 คน ว่างงาน 2 คน รับจ้าง 2 คน ผู้ฝึกสอนกีฬา 1 คน ข้าราชการบำนาญ 1 คน ผู้ดูแลผู้สูงอายุ 1 คน รวมทั้งหมด 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มรายได้ที่มีมากที่สุด คือ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงมา คือ กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน

82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 กลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 กลุ่มรายได้ที่มีมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 กลุ่มรายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในภาพรวม โดยใช้สถิติที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยภาพรวม

ลำดับ	ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	0.69	มาก
2	ด้านราคา	4.39	0.71	มาก
3	ด้านสถานที่ให้บริการ	4.26	0.77	มาก
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.31	0.73	มาก
5	ด้านบุคคล	4.58	0.56	มากที่สุด
6	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.56	0.57	มากที่สุด
7	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.46	0.64	มาก
ภาพรวม		4.40	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า เป็นการแสดงระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, $SD = 0.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มี 2 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.58$, $SD = 0.56$) และด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.57$) ส่วนด้านที่เหลืออยู่ในลำดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.57$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.46$, $SD = 0.64$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.71$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.73$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.69$) ด้านสถานที่ให้บริการ ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.77$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์

ลำดับ	ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การ แปลผล
1	มีรายการเครื่องดื่มให้เลือกอย่างความหลากหลาย	4.08	0.74	มาก
2	มีบริการเครื่องดื่มใหม่ช่วงเทศกาลอยู่เสมอ	4.25	0.68	มาก
3	มีการตกแต่งเครื่องดื่มเหมือนกับภาพถ่ายในป้ายโฆษณา	4.28	0.67	มาก
4	ลักษณะของบรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและป้องกันการหกเลอะเทอะ	4.28	0.69	มาก
5	ถูกกระดาศและฐานรองทำมาจากวัสดุที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม	4.32	0.65	มาก
6	รสชาติเครื่องดื่มมีความคงที่ทุกครั้งที่มาใช้บริการ	4.44	0.68	มาก
เฉลี่ย		4.28	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ รสชาติเครื่องดื่มมีความคงที่ทุกครั้งที่มาใช้บริการ ($\bar{X} = 4.44$, $SD = 0.68$) ถูกกระดาศและฐานรองทำมาจากวัสดุที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.32$, $SD = 0.65$) ลักษณะของบรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพาและป้องกันการหกเลอะเทอะ ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.69$) มีการตกแต่งเครื่องดื่มเหมือนกับภาพถ่ายในป้ายโฆษณา ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.67$) มีบริการเครื่องดื่มใหม่ช่วงเทศกาลอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.68$) มีรายการเครื่องดื่มให้เลือกอย่างความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.74$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา

ลำดับ	ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การ แปลผล
1	มีป้ายราคาเครื่องดื่มให้เห็นอย่างชัดเจน	4.45	0.64	มาก
2	มีราคาเครื่องดื่มให้เลือกอย่างหลากหลายตามรูปแบบและขนาดของบรรจุภัณฑ์	4.48	0.69	มาก
3	มีราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านกาแฟที่มีลักษณะเดียวกันกับร้านกาแฟ อเมซอน	4.14	0.81	มาก
4	มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด มีการสแกนจ่ายเงิน เป็นต้น	4.48	0.68	มาก
เฉลี่ย		4.39	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นมาก เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีราคาเครื่องดื่มให้เลือกอย่างหลากหลายตามรูปแบบและขนาดของบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.48$, $SD = 0.69$) มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด มีการสแกนจ่ายเงิน ($\bar{X} = 4.48$, $SD = 0.68$) มีป้ายราคาเครื่องดื่มให้เห็นอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.45$, $SD = 0.64$) มีราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านกาแฟที่มีลักษณะเดียวกันกับร้านกาแฟ อเมซอน ($\bar{X} = 4.14$, $SD = 0.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสถานที่ให้บริการ

ลำดับ	ด้านสถานที่ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1	สถานที่ตั้งของร้านฯ อยู่ในทำเลที่กว้างขวางและปลอดภัย	4.43	0.76	มาก
2	สถานที่ตั้งของร้านฯ ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.93	0.92	มาก
3	สถานที่ตั้งของร้านฯ ง่ายต่อการค้นหา	4.26	0.74	มาก
4	สถานที่ตั้งของร้านฯ ไปมาสะดวกสบาย	4.29	0.74	มาก
5	มีป้ายบอกชื่อร้านที่ชัดเจน	4.38	0.71	มาก
เฉลี่ย		4.26	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสถานที่ให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ตั้งของร้านฯ อยู่ในทำเลที่กว้างขวางและปลอดภัย ($\bar{X} = 4.43$, $SD = 0.76$) มีป้ายชื่อบอกร้านที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.38$, $SD = 0.71$) สถานที่ตั้งของร้านฯ ไปมาสะดวกสบาย ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.74$) สถานที่ตั้งของร้านฯ ง่ายต่อการค้นหา ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.74$) สถานที่ตั้งของร้านฯ ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.92$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1	มีการจัดทำระบบสมาชิก Blue Card	4.36	0.66	มาก
2	สมาชิกสามารถนำคะแนนสะสมแต้มมาใช้แลกสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ	4.34	0.67	มาก
3	มีป้ายโฆษณาเครื่องดื่ม หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายในร้านฯ ให้เห็นอย่างชัดเจน	4.31	0.71	มาก
4	มีการจัดทำประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลของร้านฯ ผ่านช่องทาง Facebook ของร้านฯ โดยเฉพาะ	4.23	0.86	มาก
เฉลี่ย		4.31	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในการเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดทำระบบสมาชิก Blue Card ($\bar{X} = 4.36$, $SD = 0.66$) สมาชิกสามารถนำคะแนนสะสมแต้มมาใช้แลกสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.34$, $SD = 0.67$) มีป้ายโฆษณาเครื่องดื่ม หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายในร้านฯ ให้เห็นอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.71$) มีการจัดทำประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลของร้านฯ ผ่านช่องทาง Facebook ของร้านฯ โดยเฉพาะ ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.86$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล

ลำดับ	ด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้าอยู่เสมอ	4.46	0.60	มาก
2	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่เสมอ	4.57	0.56	มากที่สุด
3	พนักงานมีการแต่งกายในรูปแบบเดียวกัน	4.66	0.53	มากที่สุด
4	พนักงานแต่งกายสะอาด	4.64	0.55	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.58	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, $SD = 0.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มีจำนวน 3 ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ พนักงานมี

การแต่งกายในรูปแบบเดียวกัน ($\bar{X} = 4.66$, $SD = 0.53$) พนักงานแต่งกายสะอาด ($\bar{X} = 4.64$, $SD = 0.55$) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.57$, $SD = 0.56$) และมี 1 ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้าอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.46$, $SD = 0.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ

ลำดับ	ด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1	พนักงานกล่าวต้อนรับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.36	0.63	มาก
2	พนักงานสามารถรับรายการเครื่องดื่มจากลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	4.56	0.56	มากที่สุด
3	พนักงานมีการทวนคำสั่งซื้อให้ลูกค้าฟังทุกครั้ง	4.56	0.57	มากที่สุด
4	พนักงานสามารถทำเครื่องดื่มได้ตรงตามรายการที่สั่ง	4.63	0.58	มากที่สุด
5	พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.63	0.56	มากที่สุด
6	พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งหลังให้บริการ	4.63	0.51	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.56	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มีจำนวน 5 ข้อ ที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ พนักงานสามารถทำเครื่องดื่มได้ตรงตามรายการที่สั่ง ($\bar{X} = 4.63$, $SD = 0.58$) พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.63$, $SD = 0.56$) พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งหลังให้บริการ ($\bar{X} = 4.63$, $SD = 0.51$) พนักงานมีการทวนคำสั่งซื้อให้ลูกค้าฟังทุกครั้ง ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.57$) พนักงานสามารถรับรายการเครื่องดื่มจากลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.56$) ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นมาก คือ พนักงานกล่าวต้อนรับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.36$, $SD = 0.63$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ

ลำดับ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1	มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม เช่น มีน้ำพุ มีต้นไม้ที่ร่มรื่น เหมาะกับการนั่งนอกร้าน เป็นต้น	4.37	0.67	มาก
2	ภายในร้านๆ มีความสว่างสามารถมองเห็นรายการเครื่องดื่มอย่างชัดเจน	4.44	0.63	มาก
3	มีการปรับระดับความเย็นภายในร้านๆ ที่เย็นสบาย	4.51	0.60	มากที่สุด
4	ร้านๆ มีความสะอาดและมีกลิ่นหอมตลอดเวลา	4.50	0.64	มากที่สุด
เฉลี่ย		4.46	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, $SD = 0.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มี 2 ข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ มีการปรับระดับความเย็นภายในร้านๆ ที่เย็นสบาย ($\bar{X} = 4.51$, $SD = 0.60$) ร้านๆ มีความสะอาดและมีกลิ่นหอมตลอดเวลา ($\bar{X} = 4.50$, $SD = 0.64$) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีระดับความคิดเห็นมากมี 2 ข้อ คือ ภายในร้านๆ มีความสว่างสามารถมองเห็นรายการเครื่องดื่มอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.44$, $SD = 0.63$) มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม เช่น มีน้ำพุ มีต้นไม้ที่ร่มรื่น เหมาะกับการนั่งนอกร้าน เป็นต้น ($\bar{X} = 4.37$, $SD = 0.67$) ตามลำดับ

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้า

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ลำดับ	ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1	การซื้อซ้ำ	4.34	0.62	มาก
2	การบอกต่อ	4.41	0.62	มาก
ภาพรวม		4.37	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ในภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, $SD = 0.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การบอกต่อ ($\bar{X} = 4.41$, $SD = 0.62$) การซื้อซ้ำ ($\bar{X} = 4.34$, $SD = 0.62$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่าการซื้อซ้ำและการบอกต่อ มีค่าถามข้อละ 2 ข้อ ด้านการซื้อซ้ำ ได้แก่ ในครั้ง

ต่อไปลูกค้าจะกลับมาใช้บริการที่ร้านกาแฟแห่งนี้อีกครั้งและหากท่านต้องการจะซื้อเครื่องดื่ม ลูกค้าจะเลือกร้านกาแฟแห่งนี้เป็นแห่งแรก ส่วนการบอกต่อ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการจะแนะนำลูกค้ารายอื่น ๆ มาใช้บริการที่ร้านกาแฟแห่งนี้และลูกค้าจะนำเรื่องราวความประทับใจในการใช้บริการร้านกาแฟแห่งนี้ไปเขียนในช่องทาง social network ต่าง ๆ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการซื้อซ้ำ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ลำดับ	การซื้อซ้ำ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การ แปลผล
1	ในครั้งต่อไปท่านจะกลับมาใช้บริการที่ร้านกาแฟแห่งนี้อีกครั้ง	4.29	0.61	มาก
2	หากท่านต้องการจะซื้อเครื่องดื่ม ท่านจะเลือกร้านกาแฟแห่งนี้เป็นแห่งแรก	4.39	0.63	มาก
เฉลี่ย		4.34	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.11 ในด้านการซื้อซ้ำ พบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, $SD = 0.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ลูกค้าต้องการจะซื้อเครื่องดื่ม จะเลือกร้านกาแฟแห่งนี้เป็นแห่งแรก ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.63$) ในครั้งต่อไปลูกค้าจะกลับมาใช้บริการที่ร้านกาแฟแห่งนี้อีก ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.61$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบอกต่อ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ลำดับ	ด้านการบอกต่อ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การ แปลผล
1	ท่านจะแนะนำลูกค้ารายอื่น ๆ มาใช้บริการที่ร้านกาแฟแห่งนี้	4.39	0.60	มาก
2	ท่านจะนำเรื่องราวความประทับใจในการใช้บริการร้านกาแฟแห่งนี้ไปเขียนในช่องทาง social network ต่าง ๆ	4.42	0.64	มาก
เฉลี่ย		4.41	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.12 ในด้านการบอกต่อ พบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, $SD = 0.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ลูกค้าจะนำเรื่องราวความประทับใจในการใช้บริการร้านกาแฟแห่งนี้ไปเขียนใน

ช่องทาง social network ต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.64$) ลูกค้าที่มาใช้บริการจะแนะนำลูกค้ารายอื่น ๆ มาใช้บริการที่ร้านกาแฟแห่งนี้ ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.60$) ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์

4.2.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

4.2.1.1 สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน โดยการทดสอบสมมติฐานได้ใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแปรปรวนของความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอมือง จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามเพศ

ค่าความแปรปรวน	F	Sig
Equal Variances Assumed	0.69	0.41

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแปรปรวน พบว่า ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างเพศ ชายและเพศหญิงมีค่าเท่ากัน โดยมีค่า F เท่ากับ 0.69 ค่า Sig เท่ากับ 0.41 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($F = 0.05$, $Sig = 0.41 > 0.05$) ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงทำการทดสอบค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ t-test กรณี Equal Variances Assumed โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอมือง จังหวัดศรีสะเกษ

เพศ	N	SD	t	df	sig
ชาย	175	0.49	-0.24	399	0.02*
หญิง	225	0.47			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิง มีค่า t-test เท่ากับ -0.24 และค่า Sig เท่ากับ 0.02 ($t = -0.24$, $Sig = 0.02 < 0.05$) แสดงว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.2.1.2 สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3.28	5	0.66	2.86	0.02*
ภายในกลุ่ม	90.21	394	0.23		
รวม	93.49	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามอายุ มีค่า F-test เท่ากับ 2.86 และค่า Sig เท่ากับ 0.02* ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($F = 2.86$, $Sig = 0.02 < 0.05$) แสดงว่าอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้ศึกษาจึงได้ทำการทดสอบความแปรปรวนของ Levene Statistic จำแนกตามอายุ ได้ผลดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของอายุที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามอายุ

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.58	5	394	0.70

ผลการทดสอบ Test of Homogeneity of Variances พบว่า Levene Statistic = 0.58 df1 = 5 df2 = 394 และ ค่า Sig = 0.70 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($Sig = 0.70 > 0.05$) แสดงว่า ความแปรปรวนของอายุที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ผู้ศึกษาจึงทำการทดสอบภายหลัง (Post hoc) รายคู่โดยใช้ Least Significant Difference (LSD) ได้ผลดังตารางที่ 4.17 ดังนี้

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เฉลี่ยเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้ Least Significant Difference (LSD)

อายุ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1) ต่ำกว่า 18 ปี	-	-	-	-	-	-
2) 18-22 ปี	-	-	-	-	-	-
3) 23-27 ปี	-	0.23* (Sig=0.03)	-	0.15* (Sig=0.03)	-	-
4) 28-32 ปี	-	-	-	-	-	-
5) 33-37 ปี	-	0.21* (sig=0.01)	-	-	-	-
6) มากกว่า 37 ปี	-	0.21* (Sig=0.02)	-	-	-	-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบภายหลังด้วย Levene Statistic พบว่าความแตกต่างของอายุที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ สามารถจำแนกได้ 4 คู่ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23-27 ปี มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้มีอายุ 18-22 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.23* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.03

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23-27 ปี มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้มีอายุ 28-32 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.15* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.03

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 33-37 ปี มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้มีอายุ 18-22 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.21* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 37 ปี มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้มีอายุ 18-22 ปี มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.21* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.02

4.2.1.3 สมมติฐานที่ 1.3 อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2.57	4	0.64	2.79	0.03*
ภายในกลุ่ม	90.92	395	0.23		
รวม	93.49	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามอาชีพ มีค่า F เท่ากับ 2.79 และค่า Sig เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($F = 2.79$, $Sig = 0.03 < 0.05$) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้ศึกษาจึงได้ทำการทดสอบความแปรปรวนของ Levene Statistic จำแนกตามอาชีพ ได้ผลดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของอาชีพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามการศึกษา

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.44	4	395	0.78

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบ Test of Homogeneity of Variances พบว่า Levene Statistic = 0.44, $df1 = 4$, $df2 = 395$ และ ค่า Sig = 0.78 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($Sig = 0.78 > 0.05$) แสดงว่า ความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิพนาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามอาชีพ มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ผู้ศึกษาจึงทำการทดสอบรายคู่โดย Least Significant Difference (LSD) ได้ผลดังตารางที่ 4.20 ดังนี้

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เฉลี่ยเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

อาชีพ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1) นักศึกษา					
2) ธุรกิจส่วนตัว					
3) พนักงานบริษัทเอกชน	0.22* (Sig=0.04)				
4) ข้าราชการหรือพนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0.19* (Sig=0.01)				
5) อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน(3) นักเรียน(16) ว่างาน(2) รับจ้าง(2) ผู้ฝึกสอนกีฬา (1) ข้าราชการบำนาญ (1) ดูแลผู้สูงอายุ(1)	0.30* (Sig=0.01)				

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบภายหลังด้วย Levene Statistic พบว่าความแตกต่างของอาชีพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ สามารถจำแนกได้ 3 คู่ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้ประกอบอาชีพนักศึกษา มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.22* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.04

ผู้ตอบแบบสอบถามข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้ประกอบอาชีพนักศึกษา มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.19* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้ตอบแบบสอบถามอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน นักเรียน ว่างาน รับจ้าง ผู้ฝึกสอนกีฬา ข้าราชการบำนาญ และดูแลผู้สูงอายุ มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้ประกอบอาชีพนักศึกษา มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.30* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.2.1.4 สมมติฐานที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2.78	5	0.56	2.42	0.04*
ภายในกลุ่ม	90.71	394	0.23		
รวม	93.49	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามรายได้มีค่า F เท่ากับ 2.42 และค่า Sig เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($F = 2.42$, $Sig = 0.04 < 0.05$) แสดงว่ารายได้แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผู้ศึกษาจึงได้ทำการทดสอบความแปรปรวนของ Levene Statistic จำแนกตามรายได้ ได้ผลดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของรายได้ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.31	5	394	0.91

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบ Test of Homogeneity of Variances พบว่า Levene Statistic = 0.31, $df1 = 5$, $df2 = 394$ และ ค่า Sig = 0.91 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($Sig = 0.91 > 0.05$) แสดงว่า ความแปรปรวนของรายได้ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามรายได้ บางคู่มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ผู้ศึกษาจึงทำการทดสอบภายหลัง (Post hoc) รายคู่โดย Levene Statistic ได้ผลดังตารางที่ 4.23 ดังนี้

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เฉลี่ยเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

รายได้	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
น้อยกว่า 10,000 บาท						
10,000-15,000 บาท						
15,001-20,000 บาท						
20,001-25,000 บาท						
25,001-30,000 บาท						
มากกว่า 30,000 บาท	0.28* (Sig=0.01)	0.22* (Sig=0.01)			0.25* (Sig=0.03)	

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติ Levene Statistic พบว่าความแตกต่างของอาชีพ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ สามารถจำแนกได้ 3 คู่ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.28* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-15,000 บาท มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.22* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 25,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ แตกต่างจากผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.25* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.03

4.2.2 สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

4.2.2.1 สมมติฐานที่ 2.1 ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จะใช้สถิติในการทดสอบค่าการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) ดังนั้นจะยอมรับสมมติฐานเมื่อค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 4.24 ดังนี้

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	b	SE	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	0.84	0.25		3.38	0.00*		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.20	0.06	0.21	3.68	0.00*	0.52	1.94
2. ด้านราคา	0.05	0.05	0.06	1.07	0.28	0.57	1.75
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	0.06	0.05	0.08	1.34	0.18	0.51	1.97
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.09	0.05	0.12	1.93	0.05	0.45	2.22
5. ด้านบุคคล	0.04	0.06	0.04	0.61	0.54	0.49	2.06
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.17	0.06	0.15	3.06	0.00*	0.66	1.51
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.18	0.05	0.19	3.70	0.00*	0.59	1.70
$R^2 = 0.37$, Adj $R^2 = 0.36$; $F = 33.31$, Sig = 0.00							

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า จากการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (Multicollinearity) โดยใช้แนวคิดของ Hair (2005) จากการศึกษ พบว่า ตัวแปรต้น คือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่า Tolerance มากกว่า 0.19 แสดงว่าส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านเป็นอิสระต่อกัน ส่วนค่า Variance inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 5.30 หมายความว่า ตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์ไม่สูงมากเกินไป โดยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.45-0.66 ซึ่งมีความมากกว่า 0.19 และมีค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.51-2.22 ซึ่งมีความน้อยกว่า 5.30 จึงยอมรับตัวแปรอิสระเหล่านี้

ส่วนผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า มีค่า F เท่ากับ 33.31 และค่า Sig เท่ากับ 0.00* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งแสดงว่า ความแปรปรวนของข้อมูล มีความแปรปรวนเท่ากัน โดย ค่าความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จะพิจารณาได้จากค่า Adjusted R แสดงว่า อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่าเท่ากับร้อยละ 36 หมายความว่า ตัวแปรที่ใช้ใน การศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปพยากรณ์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการได้ร้อยละ 36 ส่วนอีกร้อยละ 64 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่า Sig = 0.00* ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ อันประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ Beta = 0.21 ด้านลักษณะทางกายภาพ Beta = 0.19 ด้านกระบวนการให้บริการ Beta = 0.15 ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล ไม่ส่งผลต่อความ

พึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ เนื่องจากมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 คือ ด้านบุคคล มีค่า Sig = 0.54 ด้านราคา มีค่า Sig = 0.28 ด้านสถานที่ให้บริการ มีค่า Sig = 0.18 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่า Sig = 0.05

การพิจารณาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.20 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้น 0.20 หน่วย

การพิจารณาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.18 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านลักษณะทางกายภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้น 0.18 หน่วย

การพิจารณาค่าสมการถดถอย (b) พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการมีค่าสัมฤทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.17 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านลักษณะทางกายภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้น 0.17 หน่วย

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถเขียนสมการทำนายในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

สมการคะแนนดิบ ความพึงพอใจของลูกค้า = 0.84 (ค่าคงที่) $+0.20$ (ด้านผลิตภัณฑ์) $+0.18$ ด้านลักษณะทางกายภาพ $+0.17$ ด้านกระบวนการให้บริการ

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้า = 0.21 ด้านผลิตภัณฑ์ $+0.19$ ด้านลักษณะทางกายภาพ $+0.15$ ด้านกระบวนการให้บริการ