

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่ ร้านอาหารฟิวชั่น ร้านสเต็ก และสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ที่ใช้บริการร้านค้าผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ในรูปแบบร้านค้าสวัสดิการกรมปศุสัตว์ ซึ่งมีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ดังต่อไปนี้

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจากการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว ซึ่งวัดโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่ใช้บริการร้านค้าผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ในรูปแบบร้านค้าสวัสดิการกรมปศุสัตว์ ในการใช้แบบสอบถามจำนวน 350 ชุด สามารถเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ส่วน ดังนี้

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4 : ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

| รายละเอียด    | ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|------------------------------|-------|--------|
| เพศ           | ชาย                          | 176   | 50.1   |
|               | หญิง                         | 174   | 49.9   |
| สถานภาพ       | โสด                          | 307   | 87.5   |
|               | สมรส                         | 43    | 12.5   |
| อายุ          | ต่ำกว่า 20 ปี                | 11    | 3.1    |
|               | 21 – 26 ปี                   | 141   | 40.5   |
|               | 27 – 32 ปี                   | 84    | 23.9   |
|               | 33 – 36 ปี                   | 79    | 22.6   |
|               | 37 – 42 ปี                   | 30    | 8.6    |
|               | 42 ปีขึ้นไป                  | 5     | 1.3    |
| ระดับการศึกษา | มัธยมศึกษาตอนปลาย            | 35    | 9.9    |
|               | ปริญญาตรี                    | 285   | 81.3   |
|               | ปริญญาโท                     | 20    | 5.7    |
|               | ปริญญาเอก                    | 11    | 3.1    |
| อาชีพ         | พนักงานเอกชน                 | 207   | 59.0   |
|               | ข้าราชการ                    | 3     | 0.8    |
|               | รัฐวิสาหกิจ                  | 11    | 3.1    |

ตารางที่ 4 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง(ต่อ)

| รายละเอียด     | ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|------------------------------|-------|--------|
|                | ธุรกิจส่วนตัว เจ้าของกิจการ  | 80    | 22.9   |
|                | นักเรียน นิสิต นักศึกษา      | 27    | 7.8    |
|                | อื่นๆ                        | 23    | 6.5    |
| รายได้ต่อเดือน | ต่ำกว่า 5,000 บาท            | 8     | 2.3    |
|                | 5,001 – 10,000 บาท           | 34    | 9.6    |
|                | 10,001 - 15,000 บาท          | 23    | 6.5    |
|                | 15,001 – 20,000 บาท          | 105   | 29.9   |
|                | 20,001 - 25,000 บาท          | 62    | 17.7   |
|                | 25,001 – 30,000 บาท          | 53    | 15.1   |
|                | 30,001 – 35,000 บาท          | 9     | 2.6    |
|                | 35,001 – 40,000 บาท          | 29    | 8.3    |
|                | 40,001 บาทขึ้นไป             | 28    | 8.1    |

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุระหว่าง 21 – 26 ปี มีจำนวนมากที่สุด ตามด้วยรองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 27 – 32 ปี ช่วงอายุระหว่าง 33 – 36 ปี และกลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 42 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด สำหรับระดับการศึกษา พบว่า การศึกษา ระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด ตามด้วยรองลงมาคือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สำหรับช่วงรายได้เรียงลำดับจากมากที่สุดได้ 7 ลำดับ ดังนี้ (1) ระดับรายได้ 10,001 – 15,000 (2) ระดับรายได้ 20,001 - 25,000 บาท (3) ระดับรายได้ 25,001 – 30,000 (4) ระดับรายได้ 5,001 – 10,000 บาท (5) ระดับรายได้ 35,000 - 40,000 บาท (6) ระดับรายได้ 40,000 ขึ้นไป (7) ระดับ รายได้ 10,001 – 15,000 บาท

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

ตารางที่ 5 ตารางแสดงข้อมูลทางด้านพฤติกรรมโดยทั่วไปในการใช้บริการกลุ่มตัวอย่าง

| รายละเอียด   | ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|--|------------------------------|-------|--------|
| ใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยสัตว์บ่อยแค่ไหนต่อหนึ่งสัปดาห์ | น้อยกว่า 1 ครั้ง             | 41    | 11.7   |
|  | 1 - 2 ครั้ง                  | 104   | 29.8   |
|  | 3 - 4 ครั้ง                  | 72    | 20.6   |
|  | 5 – 6 ครั้ง                  | 65    | 18.7   |
|  | ทุกวัน                       | 67    | 19.2   |

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่ได้ใช้บริการเป็นครั้งแรก และสำหรับช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ เรียงลำดับจากมากที่สุดได้ 4 ลำดับ คือ (1) 1-2 ครั้ง (2) 3-4 ครั้ง (3) ทุกวัน (4) เวลา 5-6 ครั้ง

ตารางที่ 6 : ตารางแสดงเหตุผลที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายละเอียด                                       | ลักษณะ ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------------------------------|-------|--------|
| ใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยสัตว์กับใครบ่อยสุด | คนเดียว                       | 18    | 5.2    |
|  | เพื่อน                        | 133   | 38     |
|  | ลูกค้า                        | 8     | 2.3    |
|  | ครอบครัว                      | 84    | 24     |
|  | คนรัก                         | 107   | 30.5   |

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยสัตว์กับเพื่อนบ่อยสุด ร้อยละ 38 ตามด้วยรองลงมาคือ ใช้บริการกับคนรัก จำนวนร้อยละ 30.5 ลำดับที่ 3 คือ ครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 24 ลำดับที่ 4 คือ ใช้บริการคนเดียว ร้อยละ 5.2 และอันดับสุดท้าย คือ ใช้บริการกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 7 : ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายละเอียด   | ลักษณะ ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------------------------------|-------|--------|
| มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยสัตว์ โดยเฉลี่ยต่อคนต่อมือ | น้อยกว่า 200 บาท              | 38    | 10.8   |
|  | 200 - 300 บาท                 | 98    | 28.1   |
|  | 301 - 500 บาท                 | 100   | 28.6   |
|  | 500 บาทขึ้นไป                 | 114   | 32.5   |

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยสัตว์มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อมือ 500 บาทขึ้นไป โดยมีผู้เลือกจำนวนร้อยละ 32.5 ตามด้วยรองลงมาคือ 301-500 บาท จำนวนร้อยละ 28.6 ลำดับที่ 3 คือ 200-300 บาท โดยมีผู้เลือกจำนวนร้อยละ 28.1 และลำดับสุดท้าย คือ น้อยกว่า 200 บาท จำนวนร้อยละ 10.8

ตารางที่ 8 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายละเอียด                     | ลักษณะ ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง          | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|--|-------|--------|
| รูปแบบการตกแต่งร้านที่ท่านสนใจ | รูปแบบการตกแต่งร้านเป็นแบบ<br>ธรรมชาติ | 134   | 38.2   |
|                                | รูปแบบการตกแต่งร้านเป็นแบบ<br>ดั้งเดิม | 29    | 8.3    |
|                                | รูปแบบการตกแต่งร้านเป็นแบบ<br>ร่วมสมัย | 187   | 53.5   |

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการร้านรูปแบบการตกแต่ง ร้านที่คนส่วนใหญ่สนใจลำดับที่ 1 รูปแบบการตกแต่งร้านแบบร่วมสมัยโดยมีผู้เลือก คิดเป็นร้อยละ 53.5 ตามด้วยรองลงมาคือ รูปแบบการ

ตกแต่งร้านเป็นแบบธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 38.2 และลำดับสุดท้าย รูปแบบการตกแต่งร้านอาหารเป็นดั้งเดิม คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 9 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายละเอียด  | ลักษณะ ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------------------------------|-------|--------|
| สาเหตุในการเลือกใช้บริการร้านผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ของท่าน | สะดวกรวดเร็ว                  | 76    | 21.8   |
|   | ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ        | 111   | 31.7   |
|   | ต้องการผ่อนคลาย               | 86    | 24.7   |
|   | สังสรรค์                      | 44    | 12.7   |
|   | ใช้เวลากับครอบครัว/คนรัก      | 28    | 8.1    |
|   | ติดต่อธุรกิจ                  | 3     | 0.8    |
|   | อื่นๆ                         | 1     | 0.3    |

จากตารางที่ 9 พบว่า สาเหตุในการเลือกใช้บริการร้านผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ของท่าน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ โดยมีผู้เลือกคิดเป็นร้อยละ 31.7 ตามด้วยรองลงมาคือ ต้องการผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 24.7 ลำดับที่ 3 คือ ความสะดวก รวดเร็ว โดยมีผู้เลือกคิดเป็นร้อยละ 21.8 ลำดับที่ 4 คือ สังสรรค์ โดยมีผู้เลือก คิดเป็นร้อยละ 12.7 ลำดับที่ 5 คือ ใช้เวลากับครอบครัว/คนรัก โดยมีผู้เลือกคิดเป็นร้อยละ 8.1 ลำดับที่ 6 คือ ติดต่อธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 0.8 และลำดับสุดท้าย คือ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 10 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายละเอียด                                  | ลักษณะ ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------------------------------|-------|--------|
| ร้านอาหารรูปแบบใดที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด | ภัตตาคารและร้านอาหารทั่วไป    | 163   | 46.5   |
|   | ร้านอาหารในโรงแรม             | 23    | 6.5    |
|   | สวนอาหารที่ตกแต่งแบบธรรมชาติ  | 72    | 20.5   |
|   | ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า     | 84    | 23.9   |
|   | ร้านอาหารแฟรนไชส์             | 9     | 2.6    |
|   |                               |       |        |

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ ต้องการภัตตาคารและร้านอาหารทั่วไป ผู้เลือก คิดเป็นร้อยละ 46.5 ตามด้วยรองลงมาคือ ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 23.9 ลำดับที่ 3 คือ สวนอาหารที่ตกแต่งแบบธรรมชาติ โดยมีผู้เลือกคิดเป็นร้อยละ 20.5 ลำดับที่ 4 คือ ร้านอาหารในโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 6.5 และลำดับสุดท้าย คือ ร้านอาหารแฟรนไชส์ คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 11 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายละเอียด                                  | ลักษณะ ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------------------------------|-------|--------|
| ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลของร้านที่ท่านเลือก | ตัวเอง                        | 125   | 35.8   |
|   | เพื่อน/ญาติ/ครอบครัว          | 78    | 22.3   |
|   | โทรทัศน์                      | 25    | 7.0    |
|   | หนังสือพิมพ์                  | 2     | 0.5    |
|   | วิทยุ                         | 1     | 0.3    |
|   | อินเทอร์เน็ต                  | 113   | 32.2   |
|   | นิตยสาร                       | 6     | 1.6    |
|   | ใบปลิว                        | 1     | 0.3    |

จากตารางที่ 11 พบว่า ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลของร้านที่ท่านเลือก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.8 ตามด้วยรองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 32.2 ลำดับที่ 3 คือ เพื่อน/ญาติ/ครอบครัว โดยมีผู้เลือกคิดเป็นร้อยละ 22.3 ลำดับที่ 4 คือ โทรทัศน์ โดยมีผู้เลือก คิดเป็นร้อยละ 7.0 ลำดับที่ 5 คือ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 1.6 ลำดับที่ 6 คือ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 0.5 และ ลำดับสุดท้าย มีสองข้อมูลที่เท่ากันคือ วิทยุ และ ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 12 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายละเอียด  | ลักษณะ ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------------------------------|-------|--------|
| ปัญหาที่ท่านพบบ่อยในการรับบริการที่ร้านขายผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ | การบริการ                     | 163   | 46.5   |
|   | ความรวดเร็ว                   | 78    | 22.3   |
|   | ความสะอาด                     | 17    | 4.9    |
|   | ที่จอดรถ                      | 90    | 25.7   |
|   | อื่นๆ                         | 2     | 0.5    |

จากตารางที่ 12 พบว่าปัญหาที่ท่านพบบ่อยในการรับบริการที่ร้านขายผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ มากที่สุด คือ การบริการ ผู้เลือกคิดเป็นร้อยละ 46.5 ตามด้วยรองลงมาคือ ที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 25.7 ลำดับที่ 3 คือ ความรวดเร็ว โดยมีผู้เลือก คิดเป็นร้อยละ 22.3 ลำดับที่ 4 คือ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 4.9 และลำดับสุดท้ายคือ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.5 อื่นๆ คือ ได้รับบริการที่ช้า

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 13 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายการ  | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน(S.D.) | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------|
| <b>ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์</b>               |                            |                                |                      |
| ความสวยงาม ความสด สะอาด และการตกแต่ง<br>อาหาร | 4.05                       | 0.668                          | มาก                  |
| รสชาติอาหาร                                   | 4.35                       | 0.793                          | มากที่สุด            |
| มีความหลากหลายและแปลกแตกต่างกว่าที่อื่น       | 3.71                       | 0.932                          | มาก                  |
| ปริมาณของอาหาร                                | 3.60                       | 0.810                          | มาก                  |
| บุคลิกภาพร้านค้าดูดี                          | 3.94                       | 0.712                          | มาก                  |
| รายการอาหารพิเศษประจำเดือน                    | 3.42                       | 0.820                          | มาก                  |
| รวม   | 3.84                       | 0.788                          | มาก                  |

จากตารางที่ 13 พบว่า ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่  $X = 3.84$  ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม  $S.D. = 0.788$  ในด้านรสชาติอาหารได้อยู่ใน ระดับมากที่สุด ( $X = 4.35$ ) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $S.D = 0.793$ ) ตามด้วยรองลงมาความสวยงาม ความสดสะอาด และการตกแต่งอาหาร มีค่าเฉลี่ย  $X = 4.05$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D = 0.668$  ลำดับต่อมาบุคลิกภาพร้านค้าดูดี มีค่าเฉลี่ย  $X = 3.94$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D = 0.712$  และรายการอาหารพิเศษประจำเดือน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด  $X = 3.42$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.820$

ตารางที่ 14 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านราคาในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายการ                                     | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน(S.D.) | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------|
| <b>ความพึงพอใจด้านราคา</b>                 |                            |                                |                      |
| ความเหมาะสมในเรื่องคุณภาพกับปริมาณของอาหาร | 3.84                       | 0.900                          | มาก                  |
| ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับร้านอาหารอื่นๆ    | 4.05                       | 0.753                          | มาก                  |
| แสดงราคาชัดเจนในเมนูอาหาร                  | 4.09                       | 0.846                          | มาก                  |
| รวม  | 3.99                       | 0.833                          | มาก                  |

จากตารางที่ 14 พบว่า ความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่  $X = 3.99$  ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.833$  ในด้านแสดงราคาชัดเจนในเมนูอาหารอยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 4.09$ ) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $S.D = 0.846$ ) ตามด้วยรองลงมา คือ ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับร้านอาหารอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย  $X = 4.05$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D = 0.753$  และ ความเหมาะสมในเรื่องคุณภาพกับปริมาณของอาหาร มีค่าเฉลี่ย  $X = 3.84$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.900$

ตารางที่ 15 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านสถานที่ในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายการ   | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน(S.D.) | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------|
| <b>ความพึงพอใจด้านสถานที่</b>                              |                            |                                |                      |
| ทำเลที่ตั้งที่ตั้งร้านอยู่ในแหล่งชุมชน<br>มองเห็นได้ชัดเจน | 4.09                       | 0.854                          | มาก                  |
| ลักษณะการจัดแต่งร้านสวยงาม สะอาด                           | 4.22                       | 0.664                          | มากที่สุด            |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จอดรถพอ                        | 4.21                       | 0.763                          | มากที่สุด            |
| สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก                                    | 4.28                       | 0.787                          | มากที่สุด            |
| รวม  | 4.20                       | 0.767                          | มากที่สุด            |

จากตารางที่ 15 พบว่าความพึงพอใจด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม  $\bar{X} = 4.20$  ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.767 ในด้านสถานที่ตั้งเดินทางสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ ) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.787) ตามด้วยรองลงมา คือ ลักษณะการจัดแต่งร้านสวยงาม สะอาด มีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 4.22$  มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.664 ลำดับที่ 3 คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จอดรถพอมีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 4.21$  มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.763 และทำเลที่ตั้งที่ตั้งร้านอยู่ในแหล่งชุมชนมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด  $\bar{X} = 4.09$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.854

ตารางที่ 16 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายการ   | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน(S.D.) | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
|--|----------------------------|--------------------------------|----------------------|
| <b>ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด</b>                     |                            |                                |                      |
| การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์            | 3.89                       | 2.206                          | มาก                  |
| มีการส่งเสริมการขาย เป็น การลดราคา การแจก แกรม สะสม<br>คูปอง | 3.83                       | 0.938                          | มาก                  |
| มีการสมัครสมาชิก และ ให้สิทธิพิเศษในโอกาส ต่างๆ              | 3.75                       | 0.909                          | มาก                  |
| รวม  | 3.82                       | 1.351                          | มาก                  |

จากตารางที่ 16 พบว่า ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวม  $\bar{X} = 3.82$  ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 1.351 ในด้านการโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.89$ ) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 2.206) ตามด้วยรองลงมา คือ มีการส่งเสริมการขาย เป็นการลดราคา การแจก แกรม สะสม คูปอง มีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 3.83$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.938 และมีการสมัครสมาชิก และให้สิทธิพิเศษในโอกาสต่างๆ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด  $\bar{X} = 3.75$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.909

ตารางที่ 17 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการให้บริการในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายการ                                    | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน(S.D.) | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------|
| <b>ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ</b> |                            |                                |                      |
| มีบุคลิกภาพที่ดีการแต่งกายเหมาะสม         | 4.14                       | 0.637                          | มาก                  |
| มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี             | 4.22                       | 0.817                          | มากที่สุด            |
| มีบริการที่ดี รวดเร็วและถูกต้อง           | 4.27                       | 0.779                          | มากที่สุด            |
| มีความชัดเจนในการแนะนำรายการอาหาร         | 3.98                       | 0.862                          | มาก                  |
| มีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่รับผิดชอบ        | 4.24                       | 0.818                          | มากที่สุด            |
| รวม                                       | 4.17                       | 0.782                          | มาก                  |

จากตารางที่ 17 พบว่า ความพึงพอใจด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวม  $\bar{X} = 4.17$  ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.782 ในด้านมีบริการที่ดี รวดเร็วและถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ ) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.779) ตามด้วยรองลงมา คือ มีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่รับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 4.24$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.818 ลำดับที่ 3 คือ มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 4.22$  มีส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D. = 0.817 และมีความชัดเจนในการแนะนำรายการอาหาร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด  $\bar{X} = 3.98$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.862

ตารางที่ 18 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

| รายการ                             | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน(S.D.) | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
|------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------|
| ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์           | 3.84                       | 0.788                          | มาก                  |
| ความพึงพอใจด้านราคา                | 3.99                       | 0.833                          | มาก                  |
| ความพึงพอใจด้านสถานที่             | 4.20                       | 0.767                          | มากที่สุด            |
| ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด  | 3.82                       | 1.352                          | มาก                  |
| ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ | 4.17                       | 0.782                          | มาก                  |

จากตารางที่ 18 พบว่าในด้านความพึงพอใจด้านสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.20$ ) มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.767) ตามด้วยรองลงมา คือ ความพึงพอใจด้าน บุคลากรที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 4.17$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.782 ลำดับต่อมา คือ ความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 3.99$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.833 ตามด้วย ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 3.84$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.788 และความ พึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด  $\bar{X} = 3.82$  มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 1.352



## 4.2 การสัมภาษณ์บุคลากรที่มีประสบการณ์ทางด้านผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ จำนวน 3 คน

ในการสัมภาษณ์บุคลากรที่มีประสบการณ์ทางด้านผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการฯ และแนวทางในการสร้างร้านฯ โดยมีประเด็นคำถามทั่วไปเกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านฯ ความคิดเห็นต่อธุรกิจร้านฯ ในภายภาคหน้า

### แนวคิดในการทำธุรกิจ

แรกเริ่มจากความรักและชอบในการทำอาหารก่อน ก็สนุกกับการได้ลองทำอาหารเอง และผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้ประกอบธุรกิจหลายอย่าง และในสมัยนี้คนรุ่นใหม่อยากมีกิจการเป็นของตัวเอง แต่กับการเปิดร้านอาหารไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องใช้เงินลงทุนเยอะ แต่ถ้าเราความอ้อยที่แตกต่าง เราจะขายของที่ไม่มีใครเหมือนคนอื่น แล้วก็คุณภาพดี คือนึกถึงความอ้อยต้องนึกถึงเรา และสุดท้ายเรา คิดว่าขายอะไรที่จดจำเราได้ เราก็ต้องขายความแตกต่าง การขายความแตกต่างแต่ต้องอ้อยด้วย

### เคล็ดลับในการทำธุรกิจ

คือเรามองธุรกิจว่า เราไม่ได้มองว่า ฉันทายจะขาย แต่เราต้องมองว่าเราจะขายของดีมี คุณภาพ ให้คนที่ได้ทานรู้สึกประทับใจจริงเลย มีความจริงใจกับลูกค้า แล้วก็ราคาก็สำคัญ ต้องเป็น ราคาที่ทุกคนจับต้องได้ ทุกคนสามารถทานได้ แล้วก็มองตามหลักความเป็นจริงค่ะว่า มันเป็นไปได้ไหม ถ้าเราเป็นคนมาซื้อ เราจะกินไหม นี้ แล้วเราจะขายกับใครอะไรยังไง เราทำ Study มาก่อนที่เราจะขายของทำ Study ทุกมุมต้องมองก่อนว่า เราจะไปขายใคร ที่ไหน กลุ่มทาร์เก็ตเป็นใคร

### แนวโน้มของธุรกิจ

ช่วงแรก จะก็ต้องพยายามทำให้คนรู้จักร้านอาหารของเรา มันก็ลำบากหน่อยในตอนแรกๆ ก็พยายามฝ่าฟันมันไปให้ได้ ธุรกิจอะไรมันคงจะไม่คืนทุนภายในเวลาอันสั้น ถ้าเกิดพวกคืนทุนภายในเวลาอันสั้น แปลว่า มันมาเป็นกระแส ไม่อยากให้มันเป็นกระแส อยากให้มันอยู่นานๆ เพราะฉะนั้นช่วงแรกอาจจะยังไม่ได้กำไรมากนัก รักษาคุณภาพของร้านอาหารให้ได้อยู่ในคุณภาพที่ดีอย่างต่อเนื่อง

### ความน่าสนใจของธุรกิจ

ความน่าสนใจของธุรกิจ ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการ มันเป็นเรื่องที่ท้าทายมาก เพราะว่าคู่แข่งเยอะ คืออารมณ์เหมือนตอนนี้ใครคิดอะไรไม่ออก มาเปิดร้านอาหารคน เพราะฉะนั้นทำยังไงให้ร้านเรา ลูกค้ากลับมาอีกก็คือ เราก็ใส่ใจเรื่องอาหาร คุณภาพและก็การบริการ หมั่นเข้าไปพูดคุยกับลูกค้า มีอะไรแปลกใหม่ มีโปรโมชั่นเด็ดๆ ให้มาดึงดูดลูกค้า

### แนวคิดในการรับประทานอาหารของคนสมัยนี้

รับประทานอาหารสุขภาพ ไม่อ้วน แต่ส่วนใหญ่สมัยปัจจุบันมีเรื่องของ อินเทอร์เน็ต เข้ามาทำให้รู้จักร้านอาหารมากขึ้นก็เป็นผลดี ต่อร้านอาหารในปัจจุบัน แต่มันก็เป็นดาบสองคม สุดท้ายที่สำคัญที่สุดก็คือเรื่องรสชาติอาหาร และการบริการ ที่สำคัญที่สุด ที่สามารถในลูกค้ากลับมาใช้บริการร้านอาหารของเรา

### 4.3 แนวคิด/รูปแบบการพัฒนาร้านอาหารสวัสดิการกรมปศุสัตว์

จากการวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) พบว่าร้านอาหารสวัสดิการกรมปศุสัตว์จะต้องมีการพัฒนารูปแบบดังนี้

1. รูปแบบการตกแต่งร้านฯ จะต้องมีความทันสมัย มีอารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่สมัยใหม่ สีที่เลือกตกแต่งจะต้องออกแนวสีดำเพราะจะสื่อถึงความทันสมัย
2. การให้บริการร้านฯ ผู้ใช้บริการมีความต้องการในเรื่องบรรยากาศร้านมาเป็นอันดับที่หนึ่ง และความรวดเร็วมาเป็นอันดับที่สอง ดังนั้น ร้านฯ จะต้องมีการวางระบบการเลือกซื้อสินค้าและการจ่ายเงินที่สะดวกรวดเร็วต่อลูกค้า และในขณะเดียวกันจะต้องมีบรรยากาศร้านที่สวยงามเหมาะแก่การนั่งเล่นและถ่ายภาพ
3. ร้านอาหารสวัสดิการกรมปศุสัตว์จะต้องมีการบริการด้านที่จอดรถเพิ่มขึ้น
4. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับรสชาติอาหารมาเป็นอันดับแรก ดังนั้น จะต้องมีการพัฒนาด้านรสชาติที่อร่อยและคงที่อยู่เสมอ และมีเมนูที่พร้อมรับประทานได้ในร้าน (Ready to eat)
5. ด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านฯ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ มีการส่งเสริมการขาย เป็น การลดราคา การแจก แคม สละสมคูปอง มีการสมัครสมาชิก และ ให้สิทธิพิเศษในโอกาสต่างๆ