



การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ การบอกต่อและกลับมาใช้ซ้ำ  
ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี่ของคนกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาว วิไลพร โสเมชัย

รหัสนักศึกษา 5914180074

เสนอ

อาจารย์ ดร.ปริญญาภรณ์ แสงสุข

กระบวนวิชา BUS 7096 การค้นคว้าอิสระ (Independent study)

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รุ่นที่ 7

ปีการศึกษา 2560

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ การบอกต่อและกลับมาใช้ซ้ำ  
ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ของคนกรุงเทพมหานคร

นางสาว วิไลพร โสมชัย

รหัสนักศึกษา 5914180074

การประเมินผลได้เกรด

อนุมัติให้รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รุ่นที่ 7  
ปีการศึกษา 2560  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ลงชื่อ.....

อาจารย์ที่ปรึกษา

ชื่อเรื่องค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ การบอกต่อและกลับมาใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ของคนกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาววิไลพร โสมชัย

ชื่อปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะ/มหาวิทยาลัย

โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ

ดร.ปริญญาภรณ์ แสงสุข (Dr. Parinyaporn Saengsook)

ปีการศึกษา

2560

## บทคัดย่อ

ปัจจุบันตลาดธุรกิจอาหารมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และมีจำนวนร้านอาหารประเภทสุกี้หรือหม้อไฟ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการกระจายตัวของผู้บริโภคและพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและความหลากหลาย รวมไปถึงเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ที่มีบทบาทในธุรกิจมากขึ้น อีกทั้งตลาดการบริการจัดส่งอาหารที่ทำให้ช่องทางในการจำหน่ายมีความรวดเร็ว ซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบการสูญเสียกำไรและฐานลูกค้าลดลง

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ของกรุงเทพมหานคร ด้วยการศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์ และเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ของกรุงเทพมหานครด้วยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ t-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of Variances) และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ และทิศทางระหว่างตัวแปร ด้วยวิธี Spearman's Correlation Coefficient ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์วางแผนในการพัฒนาธุรกิจประเภทภัตตาคารร้านอาหารแก่ผู้ประกอบการ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ ได้ตามความคาดหวังต่อไป

ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ของกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์มีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีสถานภาพโสดเป็นส่วนมาก อายุระหว่าง 21-30 ปี และส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ การบอกต่อและกลับมาใช้ซ้ำร้านสุกี้ของคนกรุงเทพมหานครเรียงตามลำดับมากที่สุดไปน้อยสุด ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและความสามารถในการนำเสนอ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่ายและให้บริการ และด้านการส่งเสริมการขายตามลำดับ

คำสำคัญ: สุกี้, ร้านอาหาร, การบริการ

Independent Study Title	FACTORS INFLUENCEING THE USE OF SERVICE WORD OF MOUTH AND REPURCHESING BEHAVIORS OF SUKI RESTAURANT IN BANGKOK
Author	Miss Vilaiporn Somchai
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	M.B.A. for Modern Entrepreneurs Ramkhamhaeng University
Independent Study Advisor	Dr. Parinyaporn Saengsook
Academic Year	2017

### **ABSTRACT**

At present, The food business is highly competitive. The number of suki and hotpot restaurants increased continuously. Cause the distribution of consumers and consumption behavior change and diversity. The technology and online media play a greater role in business. The food delivery market has made the distribution channel faster. This may cause the operator to lose profit and decrease customer base.

This research to study the factors influencing customer satisfaction of suki restaurant in Bangkok by the study of demography and marketing mix factors. The purpose of this study was to investigate the satisfaction of consumers regarding use of service, word of mouth and purchasing behavior. The statistics used in the analysis were t-test, one-way analysis of Variances, and Correlation Coefficient to determine relationships. Spearman's Correlation Coefficient at 95% confidence level was used as a guideline for the development of business planning strategies for restaurant business. To meet the needs of consumers in various fields and meet the expectations.

The results showed that the factors influencing the customer satisfaction of suki restaurant in Bangkok. The factors of demography shown female have satisfaction than male, single than marriage, age 21-30 years and most bachelor's degree. Personal income less than 20,000 baht by work in a private company. And the marketing mix factors influencing satisfaction most are in the service process. The physical ability and presentation of the product, personnel, price, the location distribution and service and sales promotion, respectively.

**Keywords :** Sukiyaki, Restaurant, Service

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ดร.ปริญญาภรณ์ แสงสุข อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัย รวมถึงอาจารย์ ดร.ประพันธ์ วงศ์บางโพ และอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรไท ชั่วเจริญ ที่กรุณาสละเวลาให้ข้อเสนอแนะและให้คำแนะนำเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ในการนำเสนอแบบสอบถามที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ในรายวิชาต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้ รวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือต่างๆ จากครอบครัว รุ่นพี่ และเพื่อนๆ ทุกคน ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ การบอกต่อและกลับมาใช้ซ้ำของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ ของคนกรุงเทพมหานครนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารสุกี้ ร้านอาหารประเภทอื่นๆ ตลอดจนผู้ที่มีความสนใจในงานวิจัยนี้ ทั้งนี้หากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

นางสาววิไลพร โสมชัย

## สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
สมมติฐานของการวิจัย	3
กรอบแนวความคิด	3
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
<b>2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	5
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	6
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	10
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	11
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดการบริการ (7P's)	15
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสุกียากี้	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
<b>3 วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	<b>22</b>
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
ตัวแปรในการวิจัย	23
สมมติฐานการวิจัย	24
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	24
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน	26

## สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>28</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	28
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	29
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	30
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ	36
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	43
<b>5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>172</b>
สรุปผลการวิจัย	172
อภิปรายผล	176
ข้อเสนอแนะ	178
<b>ตาราง</b>	
4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	29
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดรายด้าน ของกลุ่มประชากรตัวอย่าง	31
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	31
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาด ด้านราคา	32
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาด ด้านสถานที่จำหน่ายและให้บริการ	32
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	33
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาด ด้านบุคลากร	34

## สารบัญ

บทที่	หน้า
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาด ด้านลักษณะกายภาพและความสามารถ ในการนำเสนอ	34
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนผสมการตลาด ด้านกระบวนการ การให้บริการ	35
4.10 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านร้านสุกี้ยากี้ที่ผู้ใช้บริการ รู้จักหรือเคยได้ยินชื่อมาก่อน	36
4.11 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านร้านสุกี้ยากี้ที่กลุ่มตัวอย่าง เข้าใช้บริการในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา	37
4.12 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านประเภทหรือกลุ่มเมนู ที่ผู้ใช้บริการชื่นชอบรับประทาน	38
4.13 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเข้าใช้ บริการต่อเดือน	38
4.14 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านสาเหตุที่เลือกรับประทาน และใช้บริการร้านสุกี้ยากี้	39
4.15 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ ร่วมกับใคร	39
4.16 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ	40
4.17 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ตั้งของร้าน ที่ไปใช้บริการ	40



4.18 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านวิธีการชำระค่าอาหาร และบริการ	41
4.19 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านการบอกต่อ	41
4.20 แสดงจำนวน และร้อยละพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้ซ้ำ ของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในกรุงเทพมหานคร ด้านร้านที่นิยมไปใช้บริการ	41
4.21 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศกับปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการรายด้าน	44
4.22 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครของปัจจัยส่วนผสมการตลาด บริการรายละเอียดแต่ละด้าน กับลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ	45
4.23 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครของปัจจัยส่วนผสมการตลาด บริการกับลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ	48
4.24 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครของปัจจัยส่วนผสมการตลาด บริการด้านผลิตภัณฑ์ กับลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ	49
4.25 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านรสชาติโดยรวมของอาหาร	50
4.26 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสวยงามและนารับประทานของอาหาร	51
4.27 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครของปัจจัยส่วน ผสมการตลาดบริการด้านราคา กับลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ	52

## สารบัญ

บทที่		หน้า
	4.28 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความหลากหลายของราคา	53
	4.29 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการแสดงรายละเอียดของราคาเกี่ยวกับเมนูอาหาร บริการ หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ	54
	4.30 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครของปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่จำหน่ายและให้บริการ กับลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ	55
	4.31 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน สุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครด้านสถานที่ตั้งของร้าน เช่น ในห้างสรรพสินค้า อาคารย่านธุรกิจ ชุมชน เป็นต้น	56
	4.32 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมีความสะดวกสบายในการเดินทางไปใช้บริการ เช่น ใกล้รถไฟฟ้า ถนนหรือทางเข้าออกสะดวกมีที่จอดรถเพียงพอ	57
	4.33 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย ของสถานที่ให้บริการ	58
	4.34 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความหลากหลายของช่องทางในการสั่งสินค้า จองโต๊ะ จองคิว หรือการให้บริการแบบ Delivery และทางโทรศัพท์	59

## สารบัญ

บทที่

หน้า

- 4.35 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ  
ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่วงเวลาในการเปิดปิดร้าน 60
- 4.36 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร  
ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดกับ  
ลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ 61
- 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการทำบัตรสมาชิกหรือการสร้าง  
เครือข่ายสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ 62
- 4.38 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการโฆษณา เพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูล  
ข่าวสาร หรือกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น การโฆษณาทางทีวี โปสเตอร์  
ป้ายโฆษณา โซเชียลมีเดีย เป็นต้น 63
- 4.39 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านโปรโมชั่น เช่น มีส่วนลด แลก แจก ถวม 64
- 4.40 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ  
ต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครของปัจจัยส่วนประสม  
การตลาดบริการด้านบุคลากร กับลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ 65
- 4.41 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการ ยิ้มแย้ม สดใส ของพนักงาน 66

## สารบัญ

บทที่

หน้า

- 4.42 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความรู้ในการอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์  
หรือโปรโมชั่นต่างๆ ของพนักงาน 67
- 4.43 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความกระตือรือร้น เอาใจใส่และ  
ให้ความสนใจลูกค้าของพนักงาน 67
- 4.44 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสามารถในการตอบคำถามหรือ  
แก้ไขปัญหาของพนักงาน 68
- 4.45 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานครของ  
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพและความสามารถ  
ในการนำเสนอ กับลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ 69
- 4.46 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบรรยากาศภายในร้านสะอาด  
ทันสมัย และสวยงาม 70
- 4.47 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลิ่นภายในร้านที่ไม่เหม็นอับ อุณหภูมิ  
แสงสว่างภายในร้านเพียงพอและเหมาะสม 71
- 4.48 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ  
ประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขต  
กรุงเทพมหานคร ด้านอุปกรณ์สำหรับรับประทานหรืออุปกรณ์  
อำนวยความสะดวกต่างๆ สะอาด และเพียงพอต่อการให้บริการ 71

## สารบัญ

บทที่	หน้า
4.49 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดโต๊ะ จำนวนที่นั่งและสถานที่สำหรับรอคิวกรณีที่นั่งเต็ม	72
4.50 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ การให้บริการกับลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ	73
4.51 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการเสิร์ฟอาหารได้ถูกต้องและครบตามที่สั่ง	74
4.52 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการชำระเงินได้หลากหลายรูปแบบ เช่น เงินสด บัตรเครดิต คิวอาร์โค้ด	75
4.53 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการและส่งมอบอาหารที่รวดเร็ว	76
4.54 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตาม อายุ	77
4.55 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพและความสามารถในการนำเสนอ	79

## สารบัญ

บทที่	หน้า
4.56 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานครด้านอุปกรณ์สำหรับรับประทานหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ สะอาด และเพียงพอต่อการใช้บริการ	80
4.57 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการจัดโต๊ะ จำนวนที่นั่งและสถานที่สำหรับรอคิว กรณีที่นั่งเต็ม	81
4.58 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	82
4.59 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์	83
4.60 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานครด้านรสชาติโดยรวมของอาหาร	85
4.61 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพและความสดของวัตถุดิบ	85
4.62 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของวัตถุดิบ	86
4.63 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ก๊ี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา	87

## สารบัญ

บทที่	หน้า
4.64 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของอาหารและบริการ	88
4.65 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเหมาะสมของราคากับปริมาณ	89
4.66 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพและความสามารถในการนำเสนอ	90
4.67 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลิ่นภายในร้านที่ไม่เหม็นอับ อุณหภูมิ แสงสว่างภายในร้านเพียงพอและเหมาะสม	91
4.68 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามรายได้	92
4.69 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์	94
4.70 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพและความสดของวัตถุดิบ	95
4.71 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของวัตถุดิบ	97

## สารบัญ

บทที่

หน้า

4.72	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสวยงามและนำรับประทานของอาหาร	98
4.73	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา	99
4.74	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเหมาะสมของราคากับปริมาณ	101
4.75	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการแสดงรายละเอียดของราคา เกี่ยวกับเมนูอาหาร บริการ หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ	102
4.76	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่ายและให้บริการ	104
4.77	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมีความสะดวกสบายในการเดินทางไป ใช้บริการเช่นใกล้รถไฟฟ้า ถนนหรือทางเข้าออกสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ	106
4.78	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย ของสถานที่ให้บริการ	107
4.79	แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร	108



## สารบัญ

บทที่	หน้า
4.80 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความกระตือรือร้น เอาใจใส่และ ให้ความสนใจลูกค้าของพนักงาน	110
4.81 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ	111
4.82 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสามารถในการตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาของพนักงาน	112
4.83 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพและความ สามารถในการนำเสนอ	113
4.84 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบรรยากาศภายในร้านสะอาด ทันสมัย และสวยงาม	115
4.85 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลิ่นภายในร้านที่ไม่เหม็นอับ อุณหภูมิ แสงสว่างภายในร้านเพียงพอและเหมาะสม	116
4.86 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านอุปกรณ์สำหรับรับประทานอาหารหรืออุปกรณ์ อำนวยความสะดวกต่าง ๆ สะอาด และเพียงพอต่อการให้บริการ	117

## สารบัญ

บทที่	หน้า
4.87 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการ การให้บริการ	119
4.88 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการและส่งมอบอาหารที่รวดเร็ว	120
4.89 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการคิดเงินหรือทอนเงิน ได้ถูกต้องและรวดเร็ว	122
4.90 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการมีมาตรฐานในการให้บริการของร้าน	123
4.91 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการจำแนกตามอาชีพ	124
4.92 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์	128
4.93 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพและความสดของวัตถุดิบ	130
4.94 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน สุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของวัตถุดิบ	130

## สารบัญ

บทที่	หน้า
4.95 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา	131
4.96 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเหมาะสมของราคา กับคุณภาพของอาหารและบริการ	133
4.97 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการแสดงรายละเอียดของราคา เกี่ยวกับเมนูอาหาร บริการ หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ	134
4.98 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จำหน่ายและให้บริการ	135
4.99 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสะดวกสบายในการเดินทางไปใช้บริการ เช่นใกล้รถไฟฟ้า ถนนหรือทางเข้าออกสะดวกมีที่จอดรถเพียงพอ	138
4.100 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ	138
4.101 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านมีความหลากหลายของช่องทางในการสั่งสินค้า จองโต๊ะ จองคิว หรือการให้บริการแบบ Delivery และทางโทรศัพท์	139

## สารบัญ

บทที่		หน้า
	4.102 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด	140
	4.103 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร	142
	4.104 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้บริการ ยิ้มแย้ม สดใสของพนักงาน	144
	4.105 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากร ศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความ สามารถในการตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาของพนักงาน	145
	4.106 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ และความสามารถในการนำเสนอ	146
	4.107 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากร ศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกลิ่นภายในร้านที่ไม่เหม็นอับ อุณหภูมิ แสงสว่างภายในร้านเพียงพอและเหมาะสม	148
	4.108 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ยากี้ ในเขตกรุงเทพมหานครด้านอุปกรณ์สำหรับรับประทานหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ สะอาด และเพียงพอต่อการให้บริการ	149

## สารบัญ

บทที่	หน้า
4.109 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสุกี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ	150
4.110 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำร้านสุกี้ในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละด้าน	153
4.111 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านประเภทหรือกลุ่มของเมนูอาหารที่ชื่นชอบรับประทาน	154
4.112 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านเหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารและใช้บริการที่ร้านสุกี้	155
4.113 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา กับ พฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำร้านสุกี้ในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละด้าน	156
4.114 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านประเภทหรือกลุ่มของเมนูอาหารที่ชื่นชอบรับประทาน	157
4.115 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านเหตุผลเลือกรับประทานอาหารและใช้บริการที่ร้านสุกี้	158
4.116 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคากับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านการบอกต่อและการกลับไปใช้ซ้ำ	159

## สารบัญ

บทที่

หน้า

- 4.117 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสถานที่จำหน่ายและให้บริการกับ พฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ  
ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละด้าน 160
- 4.118 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดกับ พฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ  
ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละด้าน 162
- 4.119 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม ของผู้ใช้บริการด้านเหตุผลเลือกรับประทานอาหารและใช้บริการที่ร้านสุกี้ยากี้ 163
- 4.120 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม ของผู้ใช้บริการด้านการบอกต่อและการกลับไปใช้ซ้ำ 164
- 4.121 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรกับ พฤติกรรมการบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละด้าน 165
- 4.122 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ด้านเหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารและใช้บริการที่ร้านสุกี้ยากี้ 166
- 4.123 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพและ ความสามารถในการนำเสนอ กับ พฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ร้านสุกี้ยากี้ในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละด้าน 167
- 4.124 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพและ ความสามารถในการนำเสนอ กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านเหตุผลที่ เลือกรับประทานอาหารและใช้บริการที่ร้านสุกี้ยากี้ 168

## สารบัญ

บทที่	หน้า
4.125 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการกับพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ร้านสุกี้ยากี่ในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละด้าน	169
4.126 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านเหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารและใช้บริการที่ร้านสุกี้ยากี่	170
4.127 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman's rho Correlation) ระหว่างทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านด้านวิธีการชำระค่าอาหารและบริการ	171
<b>บรรณานุกรม</b>	
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	182
ประวัติผู้เขียน	189