



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารริมแม่น้ำ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อในการบริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร และความพึงพอใจของลูกค้าต่อในการบริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยวิธีการเก็บข้อมูล คือใช้แบบสอบถามจำนวน 384 คน เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารริมแม่น้ำในเขต เกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจึงขอเสนอและอภิปรายผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตาราง ประกอบด้วย 9 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามปัจจัยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 8 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

58

ตอนที่ 9 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ  
กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เพื่อความเข้าใจในการแปลความหมาย ผู้วิจัยขอกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์  
ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทนค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ
S.D.	แทนส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทนค่าสถิติทดสอบ t-test
F	แทนค่าสถิติทดสอบ F-test
*	แทนระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

59

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหาร

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหาร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรรถระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน แสดงเป็นค่าความถี่และร้อยละ รายละเอียดแสดงตาม ตาราง 3

### ตาราง 3 ค่าความถี่ และร้อยละ ของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหาร

ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรรถระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (384คน)	ร้อยละ 100.00
เพศ		
ชาย	187	48.70
หญิง	197	51.30
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	89	23.20
25 - 35 ปี	193	50.30
36 - 45 ปี	67	17.40
46 ปี ขึ้นไป	35	9.10
สถานภาพสมรส		
โสด	161	41.90
สมรส	216	56.30
หม้าย/หย่าร้าง	7	1.80
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	8	2.10
มัธยมศึกษา/ปวช	51	13.30
อนุปริญญา/ปวส./ปวท.	38	9.90
ปริญญาตรี	257	66.90
สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.80



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

60

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (384คน)	ร้อยละ 100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	79	20.60
นักเรียน/นักศึกษา	49	12.80
พนักงานบริษัทเอกชน	98	25.50
ธุรกิจส่วนตัว	105	27.30
รับจ้างทั่วไป	53	13.80
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	5	1.30
5,001-10,000 บาท	147	38.30
10,001-20,000 บาท	193	50.30
มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	39	10.10

จากตาราง 3 ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 มีอายุ 25-35 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 มีสถานภาพ สมรส จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.90 มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า

พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า ประกอบด้วย ท่านรู้จักร้านอาหารนี้ได้ อย่างไร วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการบริการ โดยประมาณ ต่อครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ โดยหาค่าจำนวนและร้อยละรายละเอียดแสดงตามตาราง 4



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

61

ตาราง 4 จำนวนและ ร้อยละการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า

พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้า	จำนวน(384คน)	ร้อยละ100.00
การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร		
เพื่อน/ญาติแนะนำ	276	71.90
วิทยุโทรทัศน์	45	11.70
อินเทอร์เน็ต	47	12.20
แผ่นพับ/ใบปลิว	16	4.20
วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ		
ติดใจรสชาติอาหาร	37	9.60
รับรองลูกค้า/ติดต่อธุรกิจ	60	15.60
ชมทิวทัศน์ริมแม่น้ำ	244	63.50
พบปะสังสรรค์	43	11.30
ความถี่ของการใช้บริการ		
ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	93	24.20
2 - 4 ครั้งต่อเดือน	199	51.80
5 - 7 ครั้งต่อเดือน	80	20.80
8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป	12	3.20
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง		
ต่ำกว่า 500 บาท	6	1.60
500 - 1,000 บาท	192	50.00
1,001 - 1,500 บาท	150	39.00
1,501 บาทขึ้นไป	36	9.40
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		
10.00 น. - 14.00 น.	27	7.00
14.01 น. - 18.00 น.	73	19.00
18.01 น. - 22.00 น.	247	64.30
22.01 น. - 24.00 น.	37	9.70
ช่วงวันที่ไปใช้บริการ		
วันจันทร์ - วันศุกร์	77	20.00
วันเสาร์ - วันอาทิตย์	194	50.50
วันหยุดนักขัตฤกษ์	69	18.00
ช่วงเทศกาล	44	11.50



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 4 ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ส่วนใหญ่ ลูกค้ารู้จักร้านอาหารนี้จาก เพื่อน/ญาติแนะนำ จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 71.90 มีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ เพื่อ ชมทิวทัศน์ริมแม่น้ำ จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 มีความถี่ของการใช้บริการ 2 - 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณ 500 - 1,000 บาท ต่อครั้ง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 18.01 น. - 22.00 น. จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 64.30 ช่วงวันที่ไปใช้บริการ วันเสาร์ – วันอาทิตย์ จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุม โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรายละเอียดตามตาราง 5-8

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการวางแผน

ด้านการวางแผน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ร้านอาหารมีนโยบายการขายบัตรสมาชิก วีไอพี (VIP)	3.94	0.72	มาก
2. ร้านอาหารมีการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ	3.89	0.72	มาก
3. ร้านอาหารมีการวางแผนการส่งเสริมการขายโดยเชิญศิลปินหรือดารามาแสดงในร้านเป็นครั้งคราว	3.79	0.73	มาก
4. มีการคุมควเวลาในการทำอาหาร	3.89	0.76	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.88</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการวางแผน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$  และ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

S.D. = 0.59 ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่า ลูกค้ำที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความคิดเห็น ในเรื่อง ร้านอาหารมีนโยบายการขายบัตรสมาชิก วีไอพี (VIP) มีการคุมควบเวลาในการทำอาหาร ร้านอาหารมีการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ร้านอาหารมีการวางแผนการส่งเสริมการขายโดยเชิญศิลปินหรือดารามาแสดงในร้านเป็นครั้งคราว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดองค์การ

ด้านการจัดองค์การ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ร้านอาหารมีการแบ่งหน้าที่ให้พนักงานในร้านปฏิบัติอย่างเหมาะสม	3.79	0.85	มาก
2. พนักงานรับรถมีความสุภาพ	3.88	0.82	มาก
3. การแบ่งงานให้เด็กเสิร์ฟดูแลบริการลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.84	0.83	มาก
4. ผู้ประกอบอาหารมีความรวดเร็วเหมาะสมกับเวลา	3.78	0.81	มาก
5. พนักงานเชียร์เบียร์และเชียร์อาหารมีการให้บริการอย่างเหมาะสม	3.86	0.79	มาก
รวม	3.83	0.60	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดองค์การ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$  และ S.D. = 0.60 ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่า ลูกค้ำที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความคิดเห็น ในเรื่องพนักงานรับรถมีความสุภาพ พนักงานเชียร์เบียร์และเชียร์อาหารมีการให้บริการอย่างเหมาะสม การแบ่งงานให้เด็กเสิร์ฟดูแลบริการลูกค้าอย่างทั่วถึง ร้านอาหารมีการแบ่งหน้าที่ให้พนักงานในร้านปฏิบัติอย่างเหมาะสม ผู้ประกอบอาหารมีความรวดเร็วเหมาะสมกับเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

64

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจูงใจ

ด้านการจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ร้านอาหารมีการลดค่าอาหารให้กับลูกค้าประจำ	3.80	0.84	มาก
2. สามารถใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าอาหารได้	3.81	0.85	มาก
3. การแนะนำเมนูอาหารแปลกๆใหม่ๆอยู่เสมอ	3.74	0.85	มาก
4. การให้จูงใจสะสมยอดการรับประทานอาหารฟรีเมื่อครบตามเกณฑ์	3.71	0.79	มาก
5. มีการจัดร้านให้เหมาะสมตามเทศกาลต่างๆ	3.76	0.84	มาก
รวม	3.76	0.62	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจูงใจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$  และ  $S.D. = 0.62$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความคิดเห็นในเรื่อง สามารถใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าอาหารได้ ร้านอาหารมีการลดค่าอาหารให้กับลูกค้าประจำ การจัดร้านให้เหมาะสมตามเทศกาลต่างๆ การแนะนำเมนูอาหารแปลกๆใหม่ๆอยู่เสมอ การให้จูงใจสะสมยอดการรับประทานอาหารฟรีเมื่อครบตามเกณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

65

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการควบคุม

ด้านการควบคุม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เมื่อลูกค้ารับประทานอาหารเสร็จมีแบบประเมินเรื่องคุณภาพการให้บริการภายในร้าน	3.75	0.84	มาก
2. อาหารที่ทำมีรสชาติคงที่	3.74	0.84	มาก
3. การกำหนดมาตรฐานของอาหาร	3.93	0.81	มาก
4. ผ้าปูโต๊ะ โต๊ะอาหาร และเก้าอี้มีความสะอาด	3.94	0.80	มาก
5. ถ้วย จาน แก้ว ช้อน มีความสะอาด ปลอดภัยโรค	3.98	0.77	มาก
6. กรณีพนักงานบริการไม่สุภาพสามารถร้องเรียนเจ้าของร้านได้โดยตรง	3.81	0.84	มาก
รวม	3.86	0.59	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการควบคุม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$  และ  $S.D. = 0.59$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความคิดเห็น ในเรื่อง ถ้วย จาน แก้ว ช้อน มีความสะอาด ปลอดภัยโรค ผ้าปูโต๊ะ โต๊ะอาหาร และเก้าอี้มีความสะอาด การกำหนดมาตรฐานของอาหาร กรณีพนักงานบริการไม่สุภาพสามารถร้องเรียนเจ้าของร้านได้โดยตรง เมื่อลูกค้ารับประทานอาหารเสร็จมีแบบประเมินเรื่องคุณภาพการให้บริการภายในร้าน อาหารที่ทำมีรสชาติคงที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขต

### เกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากร โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรายละเอียดตามตาราง 9 – 14

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. คุณภาพของอาหาร	4.09	0.68	มาก
2. รสชาติของอาหาร	4.00	0.71	มาก
3. ความสะอาดของอาหาร	3.97	0.70	มาก
4. ความสดใหม่ของอาหาร	3.97	0.68	มาก
5. ความรวดเร็วในการบริการ	4.00	0.74	มาก
6. ความหลากหลายของอาหาร	3.96	0.79	มาก
7. ภาชนะบรรจุอาหารจานด่วน สีสวย สะอาด	3.97	0.79	มาก
รวม	3.99	0.49	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$  และ  $S.D. = 0.49$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจ ในเรื่อง คุณภาพของอาหาร ความรวดเร็วในการบริการ รสชาติของอาหาร ความสะอาดของ ความสดใหม่ของอาหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ภาชนะบรรจุอาหารจานด่วน สีสวยสะอาด ความหลากหลายของอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

67

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ราคาอาหารเหมาะสม	3.96	0.74	มาก
2. ราคาอาหารแบบเป็นอาหารชุด	3.86	0.73	มาก
3. ป้ายบอกราคาอาหาร/เครื่องดื่มทุกชนิด	3.86	0.73	มาก
4. ราคาค่าบริการส่งสินค้าถึงบ้าน	3.84	0.82	มาก
5. ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ	4.01	0.76	มาก
รวม	3.91	0.53	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$  และ  $S.D. = 0.53$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจ ในเรื่อง ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาอาหารเหมาะสม ป้ายบอกราคาอาหารทุกชนิด ราคาอาหารแบบเป็นอาหารชุด ราคาค่าบริการส่งสินค้าถึงบ้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

68

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่

ด้านสถานที่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหาร	3.98	0.80	มาก
2. สถานที่สำหรับจอดรถในร้านอาหาร	3.95	0.76	มาก
3. การจัดร้านอาหารสะอาดตาและดึงดูดความสนใจ	3.82	0.80	มาก
4. ความสะอาดของร้านอาหารโดยรวม	3.71	0.96	มาก
5. มีพนักงานรักษาความปลอดภัย	4.15	0.80	มาก
รวม	3.92	0.56	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$  และ  $S.D. = 0.56$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจ ในเรื่อง มีพนักงานรักษาความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหาร สถานที่จอดรถในร้านอาหาร การจัดร้านอาหารสะอาดตาและดึงดูดความสนใจ ความสะอาดของร้านอาหารโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

69

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การจองโต๊ะล่วงหน้าทางโทรศัพท์	4.13	0.74	มาก
2. การลดราคาอาหารสำหรับลูกค้าที่มีบัตรสมาชิก	4.08	0.76	มาก
3. การสะสมยอดรับค่าประทานอาหารเมื่อครบตามเกณฑ์	4.00	0.82	มาก
4. การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารตามสื่อต่างๆ	4.00	0.89	มาก
รวม	4.05	0.62	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$  และ  $S.D. = 0.62$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจ ในเรื่อง การจองโต๊ะอาหารล่วงหน้าทางโทรศัพท์ การลดราคาอาหารสำหรับลูกค้าที่มีบัตรสมาชิก การประชาสัมพันธ์ร้านอาหารตามสื่อต่างๆ การสะสมยอดรับค่าประทานอาหารเมื่อครบตามเกณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

70

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบริการ

ด้านบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.90	0.68	มาก
2. ความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง แนะนำอาหารให้กับลูกค้า	3.90	0.84	มาก
3. บริการลูกค้าด้วยความ เสมอภาคเท่าเทียมกัน	3.87	0.66	มาก
4. ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ แต่ละขั้นตอน	4.03	0.69	มาก
5. ระยะเวลาในการให้บริการมีความ เหมาะสม ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ	4.05	0.65	มาก
รวม	3.95	0.52	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$  และ  $S.D. = 0.52$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจ ในเรื่อง ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ แต่ละขั้นตอน ความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง แนะนำอาหารให้กับลูกค้า ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก บริการลูกค้าด้วยความ เสมอภาคเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

71

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสุภาพ กิริยามารยาท ของพนักงานที่ให้บริการ	3.93	0.67	มาก
2. ลักษณะบุคลิกภาพการแต่งกายและท่าทางของพนักงานที่ให้บริการมีความเหมาะสม	3.88	0.67	มาก
3. ความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน	4.07	0.66	มาก
4. พนักงานให้บริการเสมอภาคเหมือนกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ	3.89	0.74	มาก
รวม	3.94	0.46	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$  และ  $S.D. = 0.46$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีระดับความพึงพอใจ ในเรื่อง ความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน ความสุภาพ กิริยามารยาท ของพนักงานที่ให้บริการ พนักงานให้บริการเสมอภาคเหมือนกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ ลักษณะบุคลิกภาพการแต่งกายและท่าทางของพนักงานที่ให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

### จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รายละเอียดแสดงในตาราง 13 - 22 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร แตกต่างกันระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร แตกต่างกันระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร แตกต่างกัน

เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รายละเอียดแสดงตามตาราง 15 - 23

ตาราง 15 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

ระดับความคิดเห็น	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 187)		หญิง (n = 197)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านการวางแผน	3.89	0.59	3.87	0.60	.28	.74
ด้านการจัดองค์การ	3.78	0.59	3.88	0.60	.33	-1.52
ด้านการจูงใจ	3.76	0.63	3.76	0.62	.69	.07
ด้านการควบคุม	3.82	0.58	3.90	0.60	.70	-1.25
โดยรวม	3.81	0.48	3.85	0.48	.651	-.74

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.05$  แสดงว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีเพศ ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุม ไม่แตกต่างกัน





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

73

ตาราง 16 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร  
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	1.186	3	.395	1.110	.345
	ภายในกลุ่ม	135.298	380	.356		
	รวม	136.484	383			
ด้านการจัดองค์การ	ระหว่างกลุ่ม	.548	3	.183	.505	.679
	ภายในกลุ่ม	137.476	380	.362		
	รวม	138.024	383			
ด้านการจูงใจ	ระหว่างกลุ่ม	.901	3	.300	.764	.515
	ภายในกลุ่ม	149.472	380	.393		
	รวม	150.373	383			
ด้านการควบคุม	ระหว่างกลุ่ม	.028	3	.009	.026	.994
	ภายในกลุ่ม	136.749	380	.360		
	รวม	136.777	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.490	3	.163	.695	.556
	ภายในกลุ่ม	89.232	380	.235		
	รวม	89.721	383			

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า  $\alpha = 0.05$  แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุม ไม่แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

74

ตาราง 17 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร  
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม สถานภาพสมรส

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	.016	2	.008	.023	.977
	ภายในกลุ่ม	136.467	381	.358		
	รวม	136.484	383			
ด้านการจัดองค์การ	ระหว่างกลุ่ม	.114	2	.057	.158	.854
	ภายในกลุ่ม	137.910	381	.362		
	รวม	138.024	383			
ด้านการจูงใจ	ระหว่างกลุ่ม	.686	2	.343	.874	.418
	ภายในกลุ่ม	149.687	381	.393		
	รวม	150.373	383			
ด้านการควบคุม	ระหว่างกลุ่ม	.243	2	.122	.340	.712
	ภายในกลุ่ม	136.533	381	.358		
	รวม	136.777	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.002	2	.001	.005	.995
	ภายในกลุ่ม	89.719	381	.235		
	รวม	89.721	383			

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า  $\alpha = 0.05$  แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีสถานสมรสต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุม ไม่แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 18 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร  
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม อาชีพ

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	6.686	4	1.337	2.961	.012*
	ภายในกลุ่ม	177.912	379	0.452		
	รวม	184.598	383			
ด้านการจัดองค์การ	ระหว่างกลุ่ม	3.245	4	0.649	0.831	.528
	ภายในกลุ่ม	307.653	379	0.781		
	รวม	310.898	383			
ด้านการจูงใจ	ระหว่างกลุ่ม	7.549	4	1.510	3.471	.004*
	ภายในกลุ่ม	171.448	379	0.435		
	รวม	178.998	383			
ด้านการควบคุม	ระหว่างกลุ่ม	6.405	4	1.281	2.762	.018*
	ภายในกลุ่ม	182.772	379	0.464		
	รวม	189.178	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.3	4	860	3.653	.003*
	ภายในกลุ่ม	92.76	379	0.235		
	รวม	97.060	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.05$  แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการจัดองค์การ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.05$  แสดงว่า อาชีพ ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุม และโดยรวมมีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 19-21 ต่อไปนี้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

76

ตาราง 19 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร  
เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการวางแผนกับ อาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง/ทั่วไป
ด้านการวางแผน					
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ				.2899*	.2715*
นักเรียน/นักศึกษา					
ธุรกิจส่วนตัว	.2368*				
พนักงานบริษัทเอกชน					
ทำงานบริษัท/โรงงาน					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการวางแผน มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว (.2899) และมากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ รับจ้าง/ทั่วไป (.2715) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.2368)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

77

ตาราง 20 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารเป็นรายคู่  
ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการจูงใจกับ อาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง/ทั่วไป
ด้านการจูงใจ					
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.4157*		.2208*		
นักเรียน/นักศึกษา					
ธุรกิจส่วนตัว	.3186*				
พนักงานบริษัทเอกชน	.2832*				
ทำงานบริษัท/โรงงาน	.4649*				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการจูงใจ มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.4157) และมากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (.2208) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.3186) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.2832) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพทำงานบริษัท/โรงงาน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.4649)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

78

ตาราง 21 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหารเป็นรายคู่  
ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการควบคุมกับ อาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง/ทั่วไป
ด้านการควบคุม					
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ					
นักเรียน/นักศึกษา	.3793*		.2212*		.3122*
ธุรกิจส่วนตัว					
พนักงานบริษัทเอกชน					
ทำงานบริษัท/โรงงาน	.3122*				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 21 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการควบคุม มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.3793)และมากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน (.2212)และมากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ รับจ้าง/ทั่วไป (.3122) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ทำงานบริษัท/โรงงาน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.3122)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 22 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร  
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	ระหว่างกลุ่ม	4.488	3	1.496	3.289	0.021*
	ภายในกลุ่ม	180.11	380	0.455		
	รวม	184.598	383			
ด้านการจัดองค์การ	ระหว่างกลุ่ม	4.272	3	1.424	1.839	0.14
	ภายในกลุ่ม	306.626	380	0.774		
	รวม	310.898	383			
ด้านการจูงใจ	ระหว่างกลุ่ม	6.234	3	2.078	4.763	0.003*
	ภายในกลุ่ม	172.764	380	0.436		
	รวม	178.998	383			
ด้านการควบคุม	ระหว่างกลุ่ม	2.755	3	0.918	1.951	0.121
	ภายในกลุ่ม	186.423	380	0.471		
	รวม	189.178	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.602	3	0.867	3.636	0.013*
	ภายในกลุ่ม	94.458	380	0.239		
	รวม	97.060	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.05$  แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการจัดองค์การ และ ด้านการควบคุม ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.05$  แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการวางแผน ด้านการจูงใจ และโดยรวมมีระดับความคิดเห็น แตกต่างกันได้ จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 23-24 ต่อไปนี้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

80

ตาราง 23 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการวางแผน กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป
ด้านการวางแผน				
น้อยกว่า 5,000 บาท				
5,001-10,000 บาท		.1891*		
10,001-20,000 บาท		.2751*		
มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป		.2447*		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 23 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการวางแผน มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท (.1891) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท (.2751) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้ มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท (.2447)





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

81

ตาราง 24 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร

เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการจูงใจ กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	มากกว่า			
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป
ด้านการจูงใจ				
น้อยกว่า 5,000 บาท				
5,001-10,000 บาท		.2613*		
10,001-20,000 บาท		.3267*		
มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป		.2638*		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 24 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร ด้านการจูงใจ มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท (.2613) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท (.3267) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้ มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท (.2638)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## ตอนที่ 6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง

### จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รายละเอียดแสดงในตาราง 25 - 33 มี สมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ต่างกันระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการร้านอาหาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รายละเอียดแสดงตามตาราง 25 - 33

## ตาราง 25 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง

### จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม เพศ

ระดับความพึงพอใจ	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 187)		หญิง (n = 197)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.16	0.49	4.13	0.55	0.571	0.177
ด้านราคา	4.26	0.50	4.18	0.58	1.550	0.040*
ด้านสถานที่	4.27	0.48	4.26	0.50	0.152	0.780
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.10	0.51	4.07	0.50	0.617	0.631
ด้านบริการ	3.98	0.54	3.92	0.49	1.268	0.990
ด้านบุคลากร	3.95	0.46	3.94	0.46	0.109	0.790
โดยรวม	4.12	0.31	4.08	0.32	1.164	0.740

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บริการร้านอาหารที่มี เพศ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า เพศ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคาแตกต่างกัน

ตาราง 26 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม อายุ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.501	3	.500	1.808	.145
	ภายในกลุ่ม	105.204	380	.277		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.404	3	.468	1.561	.198
	ภายในกลุ่ม	113.975	380	.300		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	1.611	3	.537	2.218	.086
	ภายในกลุ่ม	91.989	380	.242		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.772	3	.257	1.006	.390
	ภายในกลุ่ม	97.286	380	.256		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.696	3	.232	.854	.465
	ภายในกลุ่ม	103.319	380	.272		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.020	3	.007	.031	.993
	ภายในกลุ่ม	82.989	380	.218		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.682	3	.227	2.211	.086
	ภายในกลุ่ม	39.069	380	.103		
	รวม	39.750	383			



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า.05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 27 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม สถานภาพสมรส

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.699	2	.349	1.256	.286
	ภายในกลุ่ม	106.007	381	.278		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.873	2	.437	1.452	.235
	ภายในกลุ่ม	114.507	381	.301		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	.491	2	.245	1.004	.367
	ภายในกลุ่ม	93.109	381	.244		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.493	2	.746	2.945	.054
	ภายในกลุ่ม	96.566	381	.253		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.653	2	.326	1.203	.301
	ภายในกลุ่ม	103.362	381	.271		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.033	2	.017	.077	.926
	ภายในกลุ่ม	82.976	381	.218		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.607	2	.304	2.956	.053
	ภายในกลุ่ม	39.143	381	.103		
	รวม	39.750	383			



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า .05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีสถานภาพสมรส ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

ตาราง 28 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.119	4	.280	1.004	.405
	ภายในกลุ่ม	105.587	379	.279		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.076	4	.519	1.736	.141
	ภายในกลุ่ม	113.303	379	.299		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	.456	4	.114	.464	.762
	ภายในกลุ่ม	93.144	379	.246		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.513	4	.128	.498	.737
	ภายในกลุ่ม	97.545	379	.257		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.949	4	.237	.872	.481
	ภายในกลุ่ม	103.066	379	.272		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.125	4	.031	.143	.966
	ภายในกลุ่ม	82.885	379	.219		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.131	4	.033	.313	.869
	ภายในกลุ่ม	39.619	379	.105		
	รวม	39.750	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา <sup>86</sup>

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า .05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

ตาราง 29 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม อาชีพ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.826	4	.456	1.649	.161
	ภายในกลุ่ม	104.880	379	.277		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.482	4	.871	2.949	.020*
	ภายในกลุ่ม	111.897	379	.295		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2.109	4	.527	2.184	.070
	ภายในกลุ่ม	91.491	379	.241		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.677	4	.419	1.649	.161
	ภายในกลุ่ม	96.381	379	.254		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.187	4	.547	2.035	.089
	ภายในกลุ่ม	101.828	379	.269		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.198	4	.549	2.577	.037*
	ภายในกลุ่ม	80.812	379	.213		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.633	4	.408	4.060	.003*
	ภายในกลุ่ม	38.117	379	.101		
	รวม	39.750	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่.05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า อาชีพ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ด้านบุคลากร และโดยรวมมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 30 - 31 ต่อไปนี้

ตาราง 30 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคา กับอาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง/ ทั่วไป
ด้านราคา					
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ					
นักเรียน/นักศึกษา	.2168*				
พนักงานบริษัทเอกชน	.2288*				
ธุรกิจส่วนตัว					
รับจ้าง/ทั่วไป	.2789*				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.2168) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.2288) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพรับจ้าง/ทั่วไป มีระดับความพึง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 88

พอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.2789)

ตาราง 31 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านบุคลากร กับอาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง/ ทั่วไป
ด้านบุคลากร					
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ					
นักเรียน/นักศึกษา	.1975*			.2082*	
พนักงานบริษัทเอกชน					
ธุรกิจส่วนตัว					
รับจ้าง/ทั่วไป					.1639*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (.1975) มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.2082) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพรับจ้าง/ทั่วไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.1639)





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 32 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	11	3	.084	.299	.826
	ภายในกลุ่ม	106.454	380	.280		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.092	3	.364	1.211	.306
	ภายในกลุ่ม	114.287	380	.301		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2.882	3	.961	4.024	.008*
	ภายในกลุ่ม	90.717	380	.239		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.314	3	.105	.407	.748
	ภายในกลุ่ม	97.744	380	.257		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.472	3	.157	.577	.630
	ภายในกลุ่ม	103.543	380	.272		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.411	3	.137	.630	.596
	ภายในกลุ่ม	82.599	380	.217		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.330	3	.110	1.061	.365
	ภายในกลุ่ม	39.420	380	.104		
	รวม	39.750	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีอาชีพ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากร และโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .5 แสดงว่า อาชีพ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 33 ต่อไปนี้

ตาราง 33 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านสถานที่ กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านสถานที่			
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป
น้อยกว่า 5,000 บาท				
5,001-10,000 บาท		.7488*		
10,001-20,000 บาท			.7063*	
มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป				.6503*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 33 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่ มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า5,000 บาท (.7488) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า5,000 บาท (.7063) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้ มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า5,000 บาท (.6503)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## ตอนที่ 7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามปัจจัยของพฤติกรรม

### การใช้บริการร้านอาหารลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รายละเอียดแสดงในตาราง 34 - 44 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่างกันระดับความพึงพอใจความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่างกันระดับความพึงพอใจความพึงพอใจของลูกค้าแตกต่างกัน

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามปัจจัยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยารายละเอียดแสดงตามตาราง 34 - 44

ตาราง 34 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม ท่านรู้จักร้านอาหารนี้ได้อย่างไร

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.576	3	.192	.687	.560
	ภายในกลุ่ม	106.129	380	.279		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.382	3	.461	1.536	.205
	ภายในกลุ่ม	113.997	380	.300		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	.431	3	.144	.587	.624
	ภายในกลุ่ม	93.168	380	.245		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.151	3	.050	.195	.900
	ภายในกลุ่ม	97.908	380	.258		
	รวม	98.058	383			



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 34 (ต่อ)

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.464	3	.155	.568	.637
	ภายในกลุ่ม	103.551	380	.273		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.312	3	.104	.478	.698
	ภายในกลุ่ม	82.698	380	.218		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.248	3	.083	.796	.497
	ภายในกลุ่ม	39.502	380	.104		
	รวม	39.750	383			

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า .05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีท่านรู้จักร้านอาหารนี้ได้อย่างไร ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากรและโดยรวม ไม่แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 35 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม วัดอุประสงค์ที่มาใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.354	3	.118	.422	.738
	ภายในกลุ่ม	106.351	380	.280		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.119	3	.040	.131	.942
	ภายในกลุ่ม	115.261	380	.303		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	.105	3	.035	.142	.935
	ภายในกลุ่ม	93.495	380	.246		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.302	3	.101	.392	.759
	ภายในกลุ่ม	97.756	380	.257		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.408	3	.803	3.001	.031*
	ภายในกลุ่ม	101.607	380	.267		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.114	3	.038	.174	.914
	ภายในกลุ่ม	82.896	380	.218		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.170	3	.057	.544	.652
	ภายในกลุ่ม	39.580	380	.104		
	รวม	39.750	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีวัดอุประสงค์ที่มาใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากร และโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบริการ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 36 ต่อไปนี้

ตาราง 36 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านบริการกับวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ	จิตใจรสชาติอาหาร	รับรองลูกค้า/ ติดต่อธุรกิจ	ชมทิวทัศน์ริมแม่น้ำ	พบปะสังสรรค์
ด้านบริการ				
จิตใจรสชาติอาหาร				
รับรองลูกค้า/ติดต่อธุรกิจ	.2136*			
ชมทิวทัศน์ริมแม่น้ำ	.2678*			
พบปะสังสรรค์				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 36 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ รับรองลูกค้า/ติดต่อธุรกิจ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบริการ มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ จิตใจรสชาติอาหาร (.2136) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ ชมทิวทัศน์ริมแม่น้ำ มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ จิตใจรสชาติอาหาร (.2678)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 37 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม ความถี่ของการใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.069	3	.023	.082	.970
	ภายในกลุ่ม	106.636	380	.281		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.904	3	.301	1.001	.393
	ภายในกลุ่ม	114.475	380	.301		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	.504	3	.168	.685	.561
	ภายในกลุ่ม	93.096	380	.245		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.866	3	.955	3.813	.010*
	ภายในกลุ่ม	95.193	380	.251		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.133	3	1.044	3.933	.009*
	ภายในกลุ่ม	100.882	380	.265		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.386	3	1.462	7.066	.000*
	ภายในกลุ่ม	78.624	380	.207		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.566	3	.189	1.831	.141
	ภายในกลุ่ม	39.184	380	.103		
	รวม	39.750	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่.05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีความถี่ของการใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัด



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

พระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่าความถี่ของการใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากร มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกันได้ จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 38 - 40 ต่อไปนี้

ตาราง 38 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาด กับความถี่ของการใช้บริการ

ความถี่ของการใช้บริการ	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	2 - 4 ครั้งต่อเดือน	5 - 7 ครั้งต่อเดือน	8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน				
2 - 4 ครั้งต่อเดือน		.1604*		
5 - 7 ครั้งต่อเดือน			.2073*	
8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป				.3636*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 38 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ 2 - 4 ครั้งต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน (.1604) ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ 5 - 7 ครั้งต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน (.2073) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ 5 - 7 ครั้งต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน (.3636)





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 39 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านบริการ กับ ความถี่ของการใช้บริการ

ความถี่ของการใช้บริการ	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	2 - 4 ครั้งต่อเดือน	5 - 7 ครั้งต่อเดือน	8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป
ด้านบริการ				
ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน				
2 - 4 ครั้งต่อเดือน		.1941*		
5 - 7 ครั้งต่อเดือน			.2197*	
8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ 2 - 4 ครั้งต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบริการ มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน (.1941) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ 5 - 7 ครั้งต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน (.2197)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

98

ตาราง 40 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านบุคลากร กับความถี่ของการใช้บริการ

ความถี่ของการใช้บริการ	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	2 - 4 ครั้งต่อเดือน	5 - 7 ครั้งต่อเดือน	8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป
ด้านบุคลากร				
ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน				
2 - 4 ครั้งต่อเดือน		.2430*		
5 - 7 ครั้งต่อเดือน			.2642*	
8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 40 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ 2 - 4 ครั้งต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน (.2430) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ 5 - 7 ครั้งต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีความถี่ของการใช้บริการ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน (.2642)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 41 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.255	3	.085	.304	.823
	ภายในกลุ่ม	106.450	380	.280		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.793	3	.264	.877	.453
	ภายในกลุ่ม	114.586	380	.302		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	.239	3	.080	.324	.808
	ภายในกลุ่ม	93.361	380	.246		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.205	3	.068	.265	.851
	ภายในกลุ่ม	97.854	380	.258		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.785	3	.595	2.212	.086
	ภายในกลุ่ม	102.230	380	.269		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.907	3	.636	2.978	.031*
	ภายในกลุ่ม	81.103	380	.213		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.583	3	.194	1.886	.131
	ภายในกลุ่ม	39.167	380	.103		
	รวม	39.750	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าใน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ และโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่าความถี่ของการใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน จึงได้จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Fisher's LSD procedure ดังแสดงไว้ในตาราง 42 ต่อไปนี้

ตาราง 42 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านบุคลากร กับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง	ต่ำกว่า 500 บาท	500 - 1,000 บาท	1,001 - 1,500 บาท	1,501 บาท ขึ้นไป
ด้านบุคลากร				
ต่ำกว่า 500 บาท				
500 - 1,000 บาท	.5495*			
1,001 - 1,500 บาท	.5183*			
1,501 บาทขึ้นไป	.5903*			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 42 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง 500 - 1,000 บาท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท (.5495) ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง 1,001 - 1,500 บาท มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท (.5183) และลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง 1,501 บาทขึ้นไป มีระดับความพึง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

พอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท (.5903)

ตาราง 43 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.062	3	.021	.073	.974
	ภายในกลุ่ม	106.644	380	.281		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.110	3	.370	1.231	.298
	ภายในกลุ่ม	114.269	380	.301		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	.056	3	.019	.076	.973
	ภายในกลุ่ม	93.544	380	.246		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.700	3	.233	.911	.436
	ภายในกลุ่ม	97.358	380	.256		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.010	3	.337	1.241	.294
	ภายในกลุ่ม	103.005	380	.271		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.447	3	.149	.687	.561
	ภายในกลุ่ม	82.562	380	.217		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.188	3	.063	.602	.614
	ภายในกลุ่ม	39.562	380	.104		
	รวม	39.750	383			



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า .05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากร โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 44 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม ช่วงวันที่ไปใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.287	3	.429	1.546	.202
	ภายในกลุ่ม	105.418	380	.277		
	รวม	106.705	383			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.152	3	.384	1.277	.282
	ภายในกลุ่ม	114.228	380	.301		
	รวม	115.380	383			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	1.778	3	.593	2.453	.063
	ภายในกลุ่ม	91.821	380	.242		
	รวม	93.600	383			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.675	3	.558	2.202	.087
	ภายในกลุ่ม	96.383	380	.254		
	รวม	98.058	383			
ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.827	3	.609	2.265	.081
	ภายในกลุ่ม	102.188	380	.269		
	รวม	104.015	383			
ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.386	3	.462	2.151	.093
	ภายในกลุ่ม	81.624	380	.215		
	รวม	83.010	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.794	3	.265	2.581	.053
	ภายในกลุ่ม	38.957	380	.103		
	รวม	39.750	383			



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า .05 แสดงว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ที่มีช่วงวันที่ไปใช้บริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านบุคลากร โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

## ตอนที่ 8 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารลูกค้าในเขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 45 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของลูกค้ากับ การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร

เพศ	การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อน/ ญาติแนะนำ	วิทยุ โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/ ใบปลิว			
ชาย	130 (134.4)	25 (21.9)	21 (22.9)	21 (22.9)	187 (187.0)	4.007	.261
หญิง	146 (141.6)	20 (23.1)	26 (24.1)	26 (24.1)	197 (197.0)		
รวม	276 (276.0)	45 (45.0)	47 (47.0)	47 (47.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 45 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 4.007 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า เพศ ของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 46 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของลูกค้ากับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

เพศ	วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	จิตใจ	รับรองลูกค้า/	ชม	พบปะ			
	รสชาติ	ต้อนรับธุรกิจ	ทิวทัศน์	สังสรรค์			
ชาย	19 (18.0)	27 29.2	118 118.8	23 20.9	187 187.0	.839	.840
หญิง	18 19.0	33 30.8	126 125.2	20 22.1	197 197.0		
รวม	37 37.0	60 60.0	244 244.0	43 43.0	384 384.0		

จากตาราง 46 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี .839 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า เพศของ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของลูกค้ากับ ความถี่ของการใช้บริการ

เพศ	ความถี่ของการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	2 - 4 ครั้งต่อเดือน	5 - 7 ครั้งต่อเดือน	8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป			
ชาย	40 (45.3)	97 (96.9)	42 (39.0)	8 (5.8)	187 (187.0)	3.218	.359
หญิง	53 (47.7)	102 (102.1)	38 (41.0)	4 (6.2)	197 (197.0)		
รวม	93 (93.0)	199 (199.0)	80 (80.0)	12 (12.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 47 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 3.218 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า เพศของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 48 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของลูกค้ากับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง

เพศ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 500 บาท	500 - 1,000 บาท	1,001 - 1,500 บาท	1,501 บาท ขึ้นไป			
ชาย	3 (2.9)	93 (93.5)	78 (73.0)	13 (17.5)	187 (187.0)	2.947	.400
หญิง	3 (3.1)	99 (98.5)	72 (77.0)	23 (18.5)	197 (197.0)		
รวม	6 (6.0)	192 (192.0)	150 (150.0)	36 (36.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 48 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 2.947 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า เพศของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 49 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของลูกค้ากับ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

เพศ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	10.00 น. - 14.00 น.	14.01 น. - 18.00 น.	18.01 น. - 22.00 น.	22.01 น. - 24.00 น.			
ชาย	12 (13.1)	31 (35.5)	120 (120.3)	24 (18.0)	187 (187.0)	5.203	.158
หญิง	15 (13.9)	42 (37.5)	127 (126.7)	13 (19.0)	197 (197.0)		
รวม	27 (27.0)	73 (73.0)	247 (247.0)	37 (37.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 49 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 5.203 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า เพศของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 50 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของลูกค้ากับการรู้จักข้อมูลร้านอาหาร

อายุ	การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อน/ญาติ แนะนำ	วิทยุ โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/ ใบปลิว			
ต่ำกว่า 25 ปี	62 (64.0)	9 (10.4)	14 (10.9)	4 (3.7)	89 (89.0)	2.816	.832
25-35 ปี	141 (138.7)	24 (22.6)	22 (23.6)	6 (8.0)	193 (193.0)		
36 ปีขึ้นไป	73 (73.3)	12 (12.0)	11 (12.5)	6 (4.3)	102 (102.0)		
รวม	276 (276.0)	45 (45.0)	47 (47.0)	16 (16.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 50 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 7.884 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อายุของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้จักข้อมูลร้านอาหาร



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 51 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของลูกค้ากับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

อายุ	วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	จิตใจรสชาติ อาหาร	รับรองลูกค้า/ ติดต่อธุรกิจ	ชมทิวทัศน์ ริมแม่น้ำ	พบปะ สังสรรค์			
ต่ำกว่า 25 ปี	11	18	53	7	89	7.844	.247
	(8.6)	(13.9)	(56.6)	(10.0)	(89.0)		
25-35 ปี	19	26	129	19	193		
	(18.6)	(30.2)	(122.6)	(21.6)	(193.0)		
36 ปีขึ้นไป	7	16	62	17	102		
	(9.8)	(15.9)	(64.8)	(11.4)	(102.0)		
รวม	37	60	244	43	384		
	(37.0)	(60.0)	(244.0)	(43.0)	(384.0)		

จากตาราง 51 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 7.884 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อายุของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 52 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของลูกค้ากับ ความถี่ของการใช้บริการ

อายุ	ความถี่ของการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ไม่เกิน 1 ครั้ง ต่อเดือน	2 - 4 ครั้ง ต่อเดือน	5 - 7 ครั้ง ต่อเดือน	8 ครั้งต่อ เดือน ขึ้นไป			
ต่ำกว่า 25 ปี	19 (21.6)	47 (46.1)	17 (18.5)	6 (2.8)	89 (89.0)	10.863	.093
25-35 ปี	42 (46.7)	101 (100.0)	47 (40.2)	3 (6.0)	193 (193.0)		
36 ปีขึ้นไป	32 (24.7)	51 (52.9)	16 (21.3)	3 (3.2)	102 (102.0)		
รวม	93 (93.0)	199 (199.0)	80 (80.0)	12 (12.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 52 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 10.863 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อายุของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 53 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของลูกค้ากับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง

อายุ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 500 บาท	500 - 1,000 บาท	1,001 - 1,500 บาท	1,501 บาท ขึ้นไป			
ต่ำกว่า 25 ปี	2 (1.4)	58 (44.5)	24 (34.8)	5 (8.3)	89 (89.0)	15.090	.020*
25-35 ปี	3 (3.0)	90 (96.5)	84 (75.4)	16 (18.1)	193 (193.0)		
36 ปีขึ้นไป	1 (1.6)	44 (51.0)	42 (39.8)	15 (9.6)	102 (102.0)		
รวม	6 (6.0)	192 (192.0)	150 (150.0)	36 (36.0)	384 (384.0)		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 53 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มี .020 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่า อายุของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 54 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของลูกค้ากับ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

อายุ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	10.00 น. - 14.00 น.	14.01 น. - 18.00 น.	18.01 น. - 22.00 น.	22.01 น. - 24.00 น.			
ต่ำกว่า 25 ปี	9 (6.3)	22 (16.9)	50 (57.2)	8 (8.6)	89 (89.0)	6.400	.380
25-35 ปี	14 (13.6)	35 (36.7)	126 (124.1)	18 (18.6)	193 (193.0)		
36 ปีขึ้นไป	4 (7.2)	16 (19.4)	71 (65.6)	11 (9.8)	102 (102.0)		
รวม	27 (27.0)	73 (73.0)	247 (247.0)	37 (37.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 54 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 6.400 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อายุของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 55 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของลูกค้ากับ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ

อายุ	ช่วงวันที่ไปใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	วันจันทร์ – วันศุกร์	วันเสาร์ - วันอาทิตย์	วันหยุด นักขัตฤกษ์	ช่วง เทศกาล			
ต่ำกว่า 25 ปี	14 (17.8)	42 (45.0)	20 (16.0)	13 (10.2)	89 (89.0)	4.943	.551
25-35 ปี	39 (38.7)	102 (97.5)	30 (34.7)	22 (22.1)	193 (193.0)		
36 ปีขึ้นไป	24 (20.5)	50 (51.5)	19 (18.3)	9 (11.7)	102 (102.0)		
รวม	77 (77.0)	194 (194.0)	69 (69.0)	44 (44.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 55 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 4.943 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อายุของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 56 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพสมรสของลูกค้ากับ การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร

สถานภาพสมรส	การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อน/ญาติแนะนำ	วิทยุโทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/ใบปลิว			
โสด	113 (120.8)	23 (19.7)	24 (20.6)	8 (7.0)	168 (168.0)	3.151	.369
สมรส	163 (155.3)	22 (25.3)	23 (26.4)	8 (9.0)	216 (216.0)		
รวม	276 (276.0)	45 (45.0)	47 (47.0)	16 (16.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 56 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มี 3.151 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้จักข้อมูลร้านอาหาร



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 57 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพสมรสของลูกค้ากับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

สถานภาพสมรส	วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	จิตใจ รสชาติ อาหาร	รับรองลูกค้า/ ติดต่อธุรกิจ	ชมทิวทัศน์ ริมแม่น้ำ	พบปะ สังสรรค์			
โสด	16 (16.2)	34 (26.3)	100 (106.8)	18 (18.8)	168 (168.0)	4.893	.180
สมรส	21 (20.8)	26 (33.8)	144 (137.3)	25 (24.2)	216 (216.0)		
รวม	37 (37.0)	60 (60.0)	244 (244.0)	43 (43.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 57 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 4.893 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 58 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพสมรสของลูกค้ากับ ความถี่ของการใช้บริการ

สถานภาพสมรส	ความถี่ของการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	2 - 4 ครั้งต่อเดือน	5 - 7 ครั้งต่อเดือน	8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป			
โสด	38 (40.7)	92 (87.1)	30 (35.0)	8 (5.3)	168 (168.0)	4.644	.200
สมรส	55 (52.3)	107 (111.9)	50 (45.0)	4 (6.8)	216 (216.0)		
รวม	93 (93.0)	199 (199.0)	80 (80.0)	12 (12.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 58 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 4.644 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ของการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 59 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพสมรสของลูกค้ากับ ค่าใช้จ่ายในการใช้  
บริการ โดยปริมาณต่อครั้ง

สถานภาพ สมรส	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยปริมาณต่อครั้ง				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 500 บาท	500 - 1,000 บาท	1,001 - 1,500 บาท	1,501 บาทขึ้นไป			
โสด	1 (2.6)	98 (84.0)	51 (65.6)	18 (15.8)	168 (168.0)	12.302	.006*
สมรส	5 (3.4)	94 (108.0)	99 (84.4)	18 (20.3)	216 (216.0)		
รวม	6 (6.0)	192 (192.0)	150 (150.0)	36 (36.0)	384 (384.0)		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 59 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 12.302 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยปริมาณต่อครั้ง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 60 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพสมรสของลูกค้ากับ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

สถานภาพสมรส	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	10.00 น. - 14.00 น.	14.01 น. - 18.00 น.	18.01 น. - 22.00 น.	22.01 น. - 24.00 น.			
โสด	17 (11.8)	41 (31.9)	98 (108.1)	12 (16.2)	168 (168.0)	12.213	.007*
สมรส	10 (15.2)	32 (41.1)	149 (138.9)	25 (20.8)	216 (216.0)		
รวม	27 (27.0)	73 (73.0)	247 (247.0)	37 (37.0)	384 (384.0)		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 60 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 12.213 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 61 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพสมรสของลูกค้ากับ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ

สถานภาพสมรส	ช่วงวันที่ไปใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	วันจันทร์ - วันศุกร์	วันเสาร์ - วันอาทิตย์	วันหยุดนักขัตฤกษ์	ช่วงเทศกาล			
โสด	34 (33.7)	80 (84.9)	30 (30.2)	24 (19.3)	168 (168.0)	2.589	.459
สมรส	43 (43.3)	114 (109.1)	39 (38.8)	20 (24.8)	216 (216.0)		
รวม	77 (77.0)	194 (194.0)	69 (69.)	44 (44.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 61 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 2.589 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

120

ตาราง 62 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษาของลูกค้ากับการรู้จักข้อมูลร้านอาหาร

ระดับการศึกษา	การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อน/ญาติ แนะนำ	วิทยุ โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/ ใบปลิว			
ไม่เกิน มัธยมศึกษา	41 (42.4)	5 (6.9)	9 (7.2)	4 (2.5)	59 (59.0)		
อนุปริญญาตรี ขึ้นไป	235 (233.6)	40 (38.1)	38 (39.8)	12 (13.5)	325 (325.0)	2.341	.505
รวม	276 (276.0)	45 (45.0)	47 (47.0)	16 (16.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 62 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มี 2.341 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า สถานภาพสมรสของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้จักข้อมูลร้านอาหาร





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 63 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา ของลูกค้ากับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

ระดับการศึกษา	วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	จิตใจ	รับรองลูกค้า/	ชมทิวทัศน์	พบปะ			
	รสชาติ	ต้อนรับธุรกิจ	ริมแม่น้ำ	สังสรรค์			
ไม่เกิน มัธยมศึกษา	7 (5.7)	9 (9.2)	39 (37.5)	4 (6.6)	59 (59.0)		
อนุปริญญาตรี ขึ้นไป	30 (31.3)	51 (50.8)	205 (206.5)	39 (36.4)	325 (325.0)	1.653	.647
รวม	37 (37.0)	60 (60.0)	244 (244.0)	43 (43.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 63 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 1.653 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 64 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา ของลูกค้ากับ ความถี่ของการใช้บริการ

ระดับการศึกษา	ความถี่ของการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	2 - 4 ครั้งต่อเดือน	5 - 7 ครั้งต่อเดือน	8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป			
ไม่เกินมัธยมศึกษา	12 (14.3)	38 (30.6)	6 (12.3)	3 (1.8)	59 (59.0)	7.255	.065
อนุปริญญาตรีขึ้นไป	81 (78.7)	161 (168.4)	74 (67.7)	9 (10.2)	325 (325.0)		
รวม	93 (93.0)	199 (199.0)	80 (80.0)	12 (12.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 64 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 7.255 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ของการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 65 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา ของลูกค้ากับ ค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการโดยประมาณต่อครั้ง

ระดับการศึกษา	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 500 บาท	500 - 1,000 บาท	1,001 - 1,500 บาท	1,501 บาท ขึ้นไป			
ไม่เกิน มัธยมศึกษา	1	32	23	3	59		
	(9	29.5	23.0	5.5	59.0		
อนุปริญญาตรี ขึ้นไป	5	160	127	33	325	1.627	.653
	5.1	162.5	127.0	30.5	325.0		
รวม	6	192	150	36	384		
	6.0	192.0	150.0	36.0	384.0		

จากตาราง 65 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มี 1.627 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 66 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา ของลูกค้ากับ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

ระดับการศึกษา	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	10.00 น. - 14.00 น.	14.01 น. - 18.00 น.	18.01 น. - 22.00 น.	22.01 น. - 24.00 น.			
ไม่เกินมัธยมศึกษา	4 (4.1)	10 (11.2)	39 (38.0)	6 (5.7)	59 (59.0)		
อนุปริญญาตรีขึ้นไป	23 (22.9)	63 (61.8)	208 (209.0)	31 (31.3)	325 (325.0)	.217	.975
รวม	27 (27.0)	73 (73.0)	247 (247.0)	37 (37.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 66 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 1.627 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 67 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับการศึกษา ของลูกค้ากับ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ

ระดับการศึกษา	ช่วงวันที่ไปที่ใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	วันจันทร์ - วันศุกร์	วันเสาร์ - วันอาทิตย์	วันหยุด นักขัตฤกษ์	ช่วง เทศกาล			
ไม่เกิน มัธยมศึกษา	8 (11.8)	34 (29.8)	10 (10.6)	7 (6.8)	59 (59.0)	2.213	.529
อนุปริญญาตรี ขึ้นไป	69 (65.2)	160 (164.2)	59 (58.4)	37 (37.2)	325 (325.0)		
รวม	77 (77.0)	194 (194.0)	69 (69.0)	44 (44.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 67 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 2.213 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า ระดับการศึกษาของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 68 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ ของลูกค้ากับ การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร

อาชีพ	การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อน/ญาติ แนะนำ	วิทยุ โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/ โบปลิว			
นักเรียน/ธุรกิจ							
ส่วนตัว/รับจ้าง ทั่วไป	154 (148.8)	25 (24.3)	21 (25.3)	7 (8.6)	207 (207.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงาน บริษัทเอกชน	122 (127.2)	20 (20.7)	26 (21.7)	9 (7.4)	177 (177.0)	2.720	.437
รวม	276 (276.0)	45 (45.0)	47 (47.0)	16 (16.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 68 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 2.720 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อาชีพของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์ การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 69 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ ของลูกค้ากับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

อาชีพ	วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ					$\chi^2$	Sig.
	จิตใจ	รับรองลูกค้า/	ชมทิวทัศน์	พบปะ	รวม		
	รสชาติ	รับรองลูกค้า/ ติดต่อธุรกิจ	ชมทิวทัศน์ ริมแม่น้ำ	พบปะ สังสรรค์			
นักเรียน/ธุรกิจ							
ส่วนตัว/รับจ้าง	13	25	148	21	207		
ทั่วไป	(19.9)	(32.3)	(131.5)	(23.2)	(207.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงาน	24	35	96	22	177	1.783	.003*
บริษัทเอกชน	(17.1)	(27.7)	(112.5)	(19.8)	(177.0)		
รวม	37	60	244	43	384		
	(37.0)	(60.0)	(244.0)	(43.0)	(384.0)		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 69 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 13.783 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่า อาชีพของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 70 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ ของลูกค้า กับความถี่ของการใช้บริการ

อาชีพ	ความถี่ของการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	2 - 4 ครั้งต่อเดือน	5 - 7 ครั้งต่อเดือน	8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป			
นักเรียน/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	48	109	43	7	207		
	(50.1)	(107.3)	(43.1)	(6.5)	(207.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน	45	90	37	5	177	.353	.950
	(42.9)	(91.7)	(36.9)	(5.5)	(177.0)		
รวม	93	199	80	12	384		
	(93.0)	(199.0)	(80.0)	(12.0)	(384.0)		

จากตาราง 70 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี .353 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อาชีพของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์ ความถี่ของการใช้บริการ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 71 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ ของลูกค้า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 500 บาท	500 - 1,000 บาท	1,001 - 1,500 บาท	1,501 บาท ขึ้นไป			
นักเรียน/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	1	32	23	3	59		
	(9)	(29.5)	(23.0)	(5.5)	(59.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน	5	160	127	33	325	1.627	.653
	(5.1)	(162.5)	(127.0)	(30.5)	(325.0)		
รวม	6	192	150	36	384		
	(6.0)	(192.0)	(150.0)	(36.0)	(384.0)		

จากตาราง 71 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มี 4.062 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อาชีพของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 72 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ ของลูกค้า ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

อาชีพ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	10.00 น. - 14.00 น.	14.01 น. - 18.00 น.	18.01 น. - 22.00 น.	22.01 น. - 24.00 น.			
นักเรียน/ธุรกิจ							
ส่วนตัว/รับจ้าง	4	10	39	6	59		
ทั่วไป	(4.1)	(11.2)	(38.0)	(5.7)	(59.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิ							
สากิจ/พนักงาน	23	63	208	31	325	.217	.975
บริษัทเอกชน	(22.9)	(61.8)	(209.0)	(31.3)	(325.0)		
รวม	27	73	247	37	384		
	(27.0)	(73.0)	(247.0)	(37.0)	(384.0)		

จากตาราง 72 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี .217 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อาชีพของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 73 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ ของลูกค้ากับ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ

อาชีพ	ช่วงวันที่ไปใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	วันจันทร์ - วันศุกร์	วันเสาร์ - อาทิตย์	วันหยุดนักขัตฤกษ์	ช่วงเทศกาล			
นักเรียน/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	8 (11.8)	34 (29.8)	10 (10.6)	7 (6.8)	59 (59.0)	2.213	.529
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน	69 (65.2)	160 (164.2)	59 (58.4)	37 (37.2)	325 (325.0)		
	77 (77.0)	194 (194.0)	69 (69.0)	44 (44.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 73 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 2.213 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า อาชีพของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 74 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้ากับ การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	การรู้จักข้อมูลร้านอาหาร				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อน/ญาติแนะนำ	วิทยุโทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/ใบปลิว			
นักเรียน/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	154 (148.8)	25 (24.3)	21 (25.3)	7 (8.6)	207 (207.0)	2.720	.437
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน	122 (127.2)	20 (20.7)	26 (21.7)	9 (7.4)	177 (177.0)		
รวม	276 (276.0)	45 (45.0)	47 (47.0)	16 (16.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 74 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 2.720 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับการรู้จักข้อมูลร้านอาหาร



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 75 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้ากับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ติดใจรสชาติอาหาร	รับรองลูกค้า/ติดต่อธุรกิจ	ชมทิวทัศน์ริมแม่น้ำ	พบปะสังสรรค์			
นักเรียน/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	13 (19.9)	25 (32.3)	148 (131.5)	21 (23.2)	207 (207.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน	24 (17.1)	35 (27.)	96 (112.5)	22 (19.8)	177 (177.0)	13.783	.003*
รวม	37 (37.0)	60 (60.0)	244 (244.0)	43 (43.0)	384 (384.0)		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 75 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มี 13.783 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 76 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้ากับ ความถี่ของการใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่ของการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	2 - 4 ครั้งต่อเดือน	5 - 7 ครั้งต่อเดือน	8 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป			
นักเรียน/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	48	109	43	7	207		
	(50.1)	(107.3)	(43.1)	(6.5)	(207.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน	45	90	37	5	177	3.353	.950
	(42.9)	(91.7)	(36.9)	(5.5)	(177.0)		
รวม	93	199	80	12	384		
	(93.0)	(199.0)	(80.0)	(12.0)	(384.0)		

จากตาราง 76 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มี 3.353 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 77 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้ากับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยประมาณต่อครั้ง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 500 บาท	500 - 1,000 บาท	1,001 - 1,500 บาท	1,501 บาทขึ้นไป			
นักเรียน/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	1	96	89	21	207		
	(3.2)	(103.5)	(80.9)	(19.4)	(207.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน	5	96	61	15	177	6.509	.086
	(2.8)	(88.5)	(69.1)	(16.6)	(177.0)		
รวม	6	192	150	36	384		
	(6.0)	(192.0)	(150.0)	(36.0)	(384.0)		

จากตาราง 77 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 6.509 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยประมาณต่อครั้ง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 78 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้ากับ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	10.00 น. - 14.00 น.	14.01 น. - 18.00 น.	18.01 น. - 22.00 น.	22.01 น. - 24.00 น.			
นักเรียน/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	13 (14.6)	36 (39.4)	135 (133.1)	23 (19.9)	207 (207.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน	14 (12.4)	37 (33.6)	112 (113.9)	14 (17.1)	177 (177.0)	2.050	.562
รวม	27 (27.0)	73 (73.0)	247 (247.0)	37 (37.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 78 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 2.050 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้า ที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 79 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้ากับ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ช่วงวันที่ไปใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	วันจันทร์ - วันศุกร์	วันเสาร์ - วันอาทิตย์	วันหยุดนักขัตฤกษ์	ช่วงเทศกาล			
นักเรียน/ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	34 (41.5)	110 (104.6)	40 (37.2)	23 (23.7)	207 (207.0)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน	43 (35.5)	84 (89.4)	29 (31.8)	21 (20.3)	177 (177.0)	4.062	.255
รวม	77 (77.0)	194 (194.0)	69 (69.0)	44 (44.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 79 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณไว้มี 4.062 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า.05แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับ ช่วงวันที่ไปใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 9 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมี ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ เป็นตัวพยากรณ์ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นตัวถูกพยากรณ์ มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ รายละเอียดแสดงดังตาราง 80 – 85 มีสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ ไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีอิทธิพลต่อ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมี ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ

$H_1$  : ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์และไม่มีอิทธิพลต่อ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมี ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ

ตาราง 80 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์

ตัวพยากรณ์	b	Beta	t	Sig.
ด้านการวางแผน	-.018	-.020	-.326	.745
ด้านการจัดองค์การ	-.002	-.002	-.025	.980
ด้านการจูงใจ	-.014	-.016	-.245	.807
ด้านควบคุม	-.019	-.022	-.326	.745
ค่าคงที่	4.349			
R = .048	R <sup>2</sup> = .002	R <sup>2</sup> change = .002	F = .218	Sig. F = .928

จากตาราง 80 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ อย่างมีนัยสำคัญ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ .002 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ สามารถอธิบายความผันแปรของ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 0.2)

ตาราง 81 การวิเคราะห์การความสัมพันธ์ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา

ตัวพยากรณ์	b	Beta	t	Sig.
ด้านการวางแผน	-.065	-.070	-1.131	.259
ด้านการจัดองค์การ	.000	.000	.007	.995
ด้านการจูงใจ	.034	.039	.583	.560
ด้านควบคุม	-.011	-.012	-.182	.856
ค่าคงที่	4.387			
R = .067      R <sup>2</sup> = .004      R <sup>2</sup> change = .004      F = .424      Sig. F = .791				

จากตาราง 81 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ .004 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ สามารถอธิบายความผันแปรของ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา (ร้อยละ 0.4)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 82 การวิเคราะห์การความสัมพันธ์ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่

ตัวพยากรณ์	b	Beta	t	Sig.
ด้านการวางแผน	-.035	-.044	-.723	.470
ด้านการจัดองค์การ	.023	.030	.412	.681
ด้านการจูงใจ	-.134	-.181	-2.738	.006*
ด้านควบคุม	.099	.127	1.947	.052
ค่าคงที่	4.118			
R = .165	R <sup>2</sup> = .027	R <sup>2</sup> change = .027	F = 2.653	Sig. F = .033*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 82 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ ด้านการจูงใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ .027 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ สามารถอธิบายความผันแปรของ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่ (ร้อยละ 2.7)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 83 การวิเคราะห์การความสัมพันธ์ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวพยากรณ์	b	Beta	t	Sig.
ด้านการวางแผน	.080	.094	1.512	.131
ด้านการจัดองค์การ	-.029	-.034	-.455	.649
ด้านการจูงใจ	-.025	-.031	-.469	.640
ด้านควบคุม	-.031	-.037	-.563	.574
ค่าคงที่	4.103			
R = .085	R <sup>2</sup> = .007	R <sup>2</sup> change = .007	F = .691	Sig. F = .599

จากตาราง 83 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ .007 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ สามารถอธิบายความผันแปรของ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด (ร้อยละ 0.7)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 84 การวิเคราะห์การความสัมพันธ์ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ

ตัวพยากรณ์	b	Beta	t	Sig.
ด้านการวางแผน	-.037	-.042	-.675	.500
ด้านการจัดองค์การ	-.105	-.121	-1.636	.103
ด้านการจูงใจ	.050	.061	.911	.363
ด้านควบคุม	.060	.068	1.040	.299
ค่าคงที่	4.079			
R = .105	R <sup>2</sup> = .011	R <sup>2</sup> change = .011	F = 1.048	Sig. F = .382

จากตาราง 84 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ ไม่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ .011 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ สามารถอธิบายความผันแปรของ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการบริการ (ร้อยละ 1.1)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 85 การวิเคราะห์การความสัมพันธ์ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร

ตัวพยากรณ์	b	Beta	t	Sig.
ด้านการวางแผน	-.035	-.044	-.723	.470
ด้านการจัดองค์การ	.023	.030	.412	.681
ด้านการจูงใจ	-.134	-.181	-2.738	.436
ด้านควบคุม	.099	.127	1.947	.652
ค่าคงที่	4.118			
R = .165	R <sup>2</sup> = .027	R <sup>2</sup> change = .027	F = 1.653	Sig. F = .433*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 85 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เท่ากับ .027 แสดงว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ สามารถอธิบายความผันแปรของ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร เขตเกาะเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านบุคลากร(ร้อยละ 2.7)