

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ	4
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	5
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
วิธีการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	11
ระยะเวลาในการดำเนินการ	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	20
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคโดยรวม	
ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการ เลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	120
สรุปผลการศึกษา	120
อภิปรายผล	129
ข้อค้นพบ	130
ข้อเสนอแนะ	131
บรรณานุกรม	133
ภาคผนวก	135
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	136
ภาคผนวก ข การวิเคราะห์ระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ชาวไทยและชาวต่างชาติ	149
ประวัติผู้เขียน	224

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงรายชื่อและที่อยู่ของร้านอาหารอิตาเลียนที่เก็บรวบรวมข้อมูล	10
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	15
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	19
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยไปใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	20
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาหารอิตาเลียน	22
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้ บริการร้านอาหารอิตาเลียน	23
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	25
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มาใช้บริการ ร้านอาหารอิตาเลียนร่วมด้วย	26
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคนโดยเฉลี่ยที่มา ใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนร่วมกัน	27
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่โดยเฉลี่ยในการมา ใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	28
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่นิยมมาใช้บริการ ร้านอาหารอิตาเลียน	29
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ยินยอมมาใช้ บริการร้านอาหารอิตาเลียน	30
17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่อคนในการรับประทานอาหารอิตาเลียน	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้สึกในการมารับประทานอาหารที่ร้านอาหารอิตาเลียน	32
19	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	33
20	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	34
21	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	35
22	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสื่อสารตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	36
23	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	37
24	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	38
25	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	39
26	การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	40
27	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	41
28	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	43
29	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	44
30	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	61
45 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	62
46 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	64
47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำแนกตามอายุที่มีการจัดกลุ่มใหม่แล้ว	66
48 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำแนกตามระดับการศึกษาที่มีการจัดกลุ่มใหม่แล้ว	67
49 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยจำแนกตามอาชีพที่มีการจัดกลุ่มใหม่แล้ว	68
50 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติจำแนกตามอาชีพที่มีการจัดกลุ่มใหม่แล้ว	69
51 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่มีการจัดกลุ่มใหม่แล้ว	70
52 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติจำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่มีการจัดกลุ่มใหม่แล้ว	70
53 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนจำแนกตามเพศ	71
54 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนจำแนกตามเพศ	72
55 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสื่อสารตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามเพศ	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
56 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน หลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามเพศ	74
57 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามสถานภาพ	76
58 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามสถานภาพ	77
59 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ ให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร อิตาเลียน จำแนกตามสถานภาพ	78
60 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบ แบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอายุ	80
61 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อ ความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามกลุ่มอายุ	81
62 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอายุ	82
63 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอายุ	83
64 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามระดับการศึกษา	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
65 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอาชีพ	86
66 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
67 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88
68 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
69 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามเพศ	91
70 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามเพศ	92
71 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามเพศ	93
72 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามสถานภาพ	95
73 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอายุ	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
74	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ จำแนกตามอายุ	97
75	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอายุ	98
76	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอายุ	99
77	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามระดับการศึกษา	101
78	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการสื่อสารตลาดบริการและปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ จำแนกตามระดับการศึกษา	102
79	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามระดับการศึกษา	104
80	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสื่อสารตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามระดับการศึกษา	105
81	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามระดับการศึกษา	106
82	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอาชีพ	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
83	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการสื่อสารตลาดบริการ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ จำแนกตามอาชีพ	109
84	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอาชีพ	111
85	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสื่อสารตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอาชีพ	112
86	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามอาชีพ	113
87	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	115
88	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยในด้านบุคลิกภาพ และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	116
89	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	117
90	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	118
91	เปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
92	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่เกิดความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไปมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียนระหว่างผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างชาติ	128



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved