

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
2.1 แนวคิด และทฤษฎี	5
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>9</b>
3.1 ขอบเขตการศึกษา	9
3.2 วิธีการศึกษา	10
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	11
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	11
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินงาน	12
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษาข้อมูล</b>	<b>13</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการ ตัดสินใจของผู้บริโภค	24
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ	34
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการ ตัดสินใจของผู้บริโภค	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	112
สรุปผลการศึกษา	112
อภิปรายผลการศึกษา	136
ข้อค้นพบ	139
ข้อเสนอแนะ	172
บรรณานุกรม	174
ภาคผนวก	175
แบบสอบถาม	176
ประวัติผู้เขียน	186

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน	15
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด	15
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ที่เคยใช้บริการ	16
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการ ไปใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต	17
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นิยมบริโภคกาแฟ	17
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ มากที่สุด	18
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ ต่อครั้ง	18
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ชักชวนให้ไปร้าน กาแฟในแต่ละครั้ง	19
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ใช้บริการ ต่อครั้ง	19
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ ใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง โดยเฉลี่ยต่อคน	20
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มประเภทสินค้า ที่บริโภคเป็นประจำ	20

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จัก ร้านกาแฟ	21
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริม การขายที่ชอบ	22
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึกในการ ใช้บริการร้านกาแฟ	23
4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	24
4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา	26
4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	27
4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด	28
4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล	29
4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ	31
4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	32
4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์	34
4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการ ด้านราคา	35

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	36
4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	37
4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล	38
4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ	39
4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ	40
4.33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	41
4.34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	43
4.35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามเพศ	45
4.36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเพศ	46
4.37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ	48
4.38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามเพศ	50
4.39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	51
4.40 แสดงค่าเฉลี่ย และให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	53
4.41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	55
4.42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	57
4.43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	58
4.44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ	60
4.45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	62
4.46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	66
4.48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	69
4.49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	71
4.50 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	73
4.51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ	75
4.52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามอาชีพ	78
4.53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	80
4.54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
4.55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
4.56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
4.57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
4.58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
4.59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	93
4.60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	95
4.61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด	97
4.62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	100
4.63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	102

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	104
4.65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด	106
4.66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	108
4.67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	110
5.1 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	139
5.2 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคา จำแนกตามเพศ	140
5.3 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	140
5.4 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	141
5.5 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านด้านบุคคล จำแนกตามเพศ	142
5.6 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	143
5.7 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	143
5.8 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	144
5.9 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคาจำแนกตามอายุ	145

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
5.10 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	146
5.11 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	147
5.12 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านบุคคล จำแนกตามอายุ	148
5.13 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	149
5.14 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	150
5.15 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	151
5.16 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	152
5.17 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	153
5.18 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	154
5.19 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านบุคคลจำแนกตามอาชีพ	155
5.20 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	156
5.21 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	157
5.22 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	158

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
5.23 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	159
5.24 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	160
5.25 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	161
5.26 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	162
5.27 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	163
5.28 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	164
5.29 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	165
5.30 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	166
5.31 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	166
5.32 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	168
5.33 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	169
5.34 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	170
5.35 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	171