

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาข้อมูล

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่เป็นผู้บริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นการศึกษานี้ได้ทำการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกาแฟสด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมดจำนวน 300 ราย ทำการสุ่มโดยวิธีสุ่มอย่างสะดวก (Convenience Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

- เพศ
- สถานภาพ
- อายุ
- การศึกษา
- อาชีพ
- รายได้

#### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด ประกอบด้วย

- ความถี่ที่ใช้บริการ
- ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง
- จำนวนคนที่มาใช้บริการ
- บุคคลที่มาใช้บริการ
- กิจกรรมที่ทำในร้านกาแฟสด
- ร้านกาแฟที่เคยใช้บริการ
- เหตุผลที่เลือกใช้บริการ
- สินค้าที่ใช้บริการในร้าน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านราคา
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
- ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ
- ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
- ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย  | 160   | 53.3   |
| หญิง | 140   | 46.7   |
| รวม  | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.3 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 46.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

| เพศ   | จำนวน | ร้อยละ |
|-------|-------|--------|
| โสด   | 249   | 83.0   |
| สมรส  | 50    | 16.7   |
| อื่นๆ | 1     | 0.3    |
| รวม   | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 83.0 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 16.7 และสถานภาพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ          | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 20 ปี | 28    | 9.3    |
| 21 – 30 ปี    | 196   | 65.4   |
| 31 – 40 ปี    | 52    | 17.3   |
| 41 – 50 ปี    | 20    | 6.7    |
| 51 – 60 ปี    | 4     | 1.3    |
| มากกว่า 60 ปี | 0     | 0.0    |
| รวม           | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมามีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.3 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.3 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.7 อายุระหว่าง 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.3 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา                | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี | 241   | 80.3   |
| สูงกว่าปริญญาตรี             | 59    | 19.7   |
| รวม                          | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 80.3 รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.7

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ              | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| ข้าราชการ          | 27    | 9.0    |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 13    | 4.3    |
| นักเรียน/นักศึกษา  | 132   | 44.0   |
| ธุรกิจส่วนตัว      | 63    | 21.0   |
| พนักงานบริษัท      | 45    | 15.0   |
| อื่นๆ              | 20    | 6.7    |
| รวม                | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 44.0 เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมา มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.0 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.0 มีอาชีพเป็นข้าราชการคิดเป็นร้อยละ 9.0 มีอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.7 เช่น ลูกจ้าง เป็นต้น และมีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน      | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท   | 99    | 33.0   |
| 5,001 – 10,000 บาท  | 74    | 24.6   |
| 10,001 – 15,000 บาท | 39    | 13.0   |
| 15,001 – 20,000 บาท | 26    | 8.7    |
| 20,001 – 25,000 บาท | 18    | 6.0    |
| มากกว่า 25,000 บาท  | 44    | 14.7   |
| รวม                 | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.0 เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.6 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.7 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.0 รายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.7 และรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.0

**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้ตอบแบบสอบถามในร้านกาแฟสด**

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการร้านกาแฟต่างๆ

| ความถี่ที่ใช้บริการร้านกาแฟ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| 1 – 2 ครั้งต่อเดือน         | 58    | 19.3   |
| 3 – 4 ครั้งต่อเดือน         | 64    | 21.4   |
| มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน     | 126   | 42.0   |
| อื่นๆ                       | 52    | 17.3   |
| รวม                         | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการร้านกาแฟต่างๆ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42.0 เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาใช้บริการร้านกาแฟต่างๆ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ใช้บริการร้านกาแฟต่างๆ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 17.3 เช่น ตามโอกาส น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ทุกวัน นานๆที และ 4 ครั้ง/สัปดาห์ เป็นต้น

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายที่ใช้ในร้านกาแฟสดต่อครั้ง

| ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในร้านกาแฟต่อครั้ง | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------|-------|--------|
| 1 – 50 บาท                         | 96    | 32.0   |
| 51 – 100 บาท                       | 120   | 40.0   |
| 101 – 200 บาท                      | 76    | 25.3   |
| อื่นๆ                              | 8     | 2.7    |
| รวม                                | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในร้านกาแฟต่อครั้ง 51 – 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมามีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในร้านกาแฟต่อครั้ง 1 – 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.0 มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในร้านกาแฟต่อครั้ง 101 – 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.3 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.7 คือ ไม่น่าแน่นอน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนที่มาใช้บริการ พร้อมผู้ตอบแบบสอบถาม

| จำนวนคนที่มาใช้บริการพร้อมผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| คนเดียว                                   | 66    | 22.0   |
| 2 – 3 คน                                  | 205   | 68.3   |
| 4 – 5 คน                                  | 26    | 8.7    |
| มากกว่า 5 คน                              | 3     | 1.0    |
| รวม                                       | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มาใช้บริการร้านกาแฟพร้อมบุคคลอื่น จำนวน 2 – 3 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาใช้บริการร้านกาแฟพร้อมบุคคลอื่น จำนวน 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.0 มาใช้บริการร้านกาแฟพร้อมบุคคลอื่น จำนวน 4 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และมาใช้บริการร้านกาแฟพร้อมบุคคลอื่น จำนวนมากกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มาใช้บริการร้านกาแฟพร้อมผู้ตอบแบบสอบถาม

| บุคคลที่มาใช้บริการร้านกาแฟพร้อมผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| เพื่อน  | 246   | 82.0   |
| ครอบครัว  | 28    | 9.3    |
| กลุ่มธุรกิจ                                     | 20    | 6.7    |
| อื่นๆ   | 6     | 2.0    |
| รวม   | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า กลุ่มบุคคลที่มาใช้บริการร้านกาแฟพร้อมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 82.0 รองลงมาเป็นกลุ่มครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 9.3 เป็นกลุ่มธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.7 และเป็นกลุ่มอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0 คือ ไปใช้บริการคนเดียว และไปกับคนรัก



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้  
บริการที่ร้านกาแฟ

| กิจกรรมที่ใช้ในร้านกาแฟ                 | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ดื่มกาแฟ                                | 223   | 74.3   |
| นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน                  | 176   | 58.7   |
| รอทำธุระอื่น                            | 73    | 24.3   |
| เจรจาธุรกิจ                             | 31    | 10.3   |
| พักผ่อนหย่อนใจ                          | 177   | 59.0   |
| ส่งเสริมภาพลักษณ์ความทันสมัยให้แก่ตนเอง | 7     | 2.3    |
| ต้องการทดลองสินค้าใหม่                  | 19    | 6.3    |
| อื่นๆ                                   | 14    | 4.7    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในร้านกาแฟ คือ ดื่มกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 74.3 รองลงมาคือ พักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 59.0 นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 58.7 รอทำธุระอื่น คิดเป็นร้อยละ 24.3 เจรจาธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.3 ต้องการทดลองสินค้าใหม่ คิดเป็นร้อยละ 6.3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ความทันสมัยให้แก่ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 2.3 และกิจกรรมอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.7 คือ ทำงาน อ่านหนังสือ และทานอาหาร

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและคะแนนของแต่ละอันดับ รวมทั้งค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของร้านกาแฟที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยไปใช้บริการ

| ร้าน           | อันดับ 1 |       | อันดับ 2 |       | อันดับ 3 |       | รวม   |       | ค่าเฉลี่ย |
|----------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|-------|-------|-----------|
|                | จำนวน    | คะแนน | จำนวน    | คะแนน | จำนวน    | คะแนน | จำนวน | คะแนน |           |
| Starbucks      | 57       | 171   | 43       | 86    | 20       | 20    | 120   | 277   | 46.2      |
| Black Canyon   | 45       | 135   | 47       | 94    | 16       | 16    | 108   | 245   | 40.8      |
| JJ             | 3        | 9     | 0        | 0     | 1        | 1     | 4     | 10    | 1.7       |
| วาวิ           | 58       | 174   | 40       | 80    | 23       | 23    | 121   | 277   | 46.2      |
| บนต์           | 3        | 9     | 4        | 8     | 1        | 1     | 8     | 18    | 3.0       |
| วันวาน         | 34       | 102   | 13       | 26    | 5        | 5     | 52    | 133   | 22.2      |
| มองเพิร์ล      | 6        | 18    | 9        | 18    | 4        | 4     | 19    | 40    | 6.7       |
| สวนนม          | 7        | 21    | 2        | 4     | 1        | 1     | 10    | 26    | 4.3       |
| Bon Cafe       | 9        | 27    | 6        | 12    | 6        | 6     | 21    | 45    | 7.5       |
| บ้านไร่กาแฟ    | 1        | 3     | 3        | 6     | 3        | 3     | 7     | 12    | 2.0       |
| สวนจรีน        | 0        | 0     | 3        | 6     | 1        | 1     | 4     | 7     | 1.2       |
| Coffee World   | 27       | 81    | 26       | 52    | 23       | 23    | 76    | 156   | 26.0      |
| Au Bon Pain    | 0        | 0     | 3        | 6     | 1        | 1     | 4     | 7     | 1.2       |
| Dunkin Donut   | 3        | 9     | 0        | 0     | 3        | 3     | 6     | 12    | 2.0       |
| กาแฟโฮต        | 2        | 6     | 3        | 6     | 0        | 0     | 5     | 12    | 2.0       |
| Soda Cafe      | 3        | 9     | 0        | 0     | 0        | 0     | 3     | 9     | 1.5       |
| เชอ            | 7        | 21    | 1        | 2     | 0        | 0     | 8     | 23    | 3.8       |
| Colina         | 0        | 0     | 3        | 6     | 0        | 0     | 3     | 6     | 1.0       |
| Bakery Factory | 0        | 0     | 3        | 6     | 0        | 0     | 3     | 6     | 1.0       |
| Fast Food      | 0        | 0     | 2        | 4     | 3        | 3     | 5     | 7     | 1.2       |
| อื่นๆ          | 35       | 105   | 89       | 178   | 189      | 189   | 313   | 472   | 78.7      |
| ไม่ตอบ         |          |       |          |       |          |       |       |       |           |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคำนวณจากคะแนนรวมหารด้วยน้ำหนักรวม ( $3+2+1=6$ )

จากตารางพบว่า ร้านกาแฟที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยไปใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือ ร้าน Star buck และร้านวาวิ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากัน คือ 46.2 ร้านกาแฟที่มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 2 คือ ร้าน Black Canyon โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 40.8 และร้านกาแฟที่มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 3 คือ ร้าน Coffee World โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 26.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านกาแฟที่เคยไปใช้บริการและชอบมากที่สุด

| ร้านกาแฟ     | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------|-------|--------|
| Starbucks    | 63    | 21.0   |
| Black Canyon | 31    | 10.3   |
| วาวิ         | 53    | 17.7   |
| วันวาน       | 28    | 9.3    |
| สวนนม        | 4     | 1.3    |
| Bon Cafe     | 4     | 1.3    |
| บ้านไร่กาแฟ  | 2     | 0.7    |
| สวนจรีน      | 2     | 0.7    |
| Coffee World | 17    | 5.7    |
| กาแฟโฮต      | 2     | 0.7    |
| Soda Cafe    | 2     | 0.7    |
| เชอ          | 8     | 2.7    |
| Fast Food    | 2     | 0.7    |
| อื่นๆ        | 12    | 4.0    |
| ไม่ตอบ       | 65    | 21.7   |

จากตารางพบว่า ร้านกาแฟที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยไปใช้บริการและชอบมากที่สุด คือ ร้าน Starbucks คิดเป็นร้อยละ 21.0 เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมา คือ ร้านวาวิ คิดเป็นร้อยละ 17.7 ร้าน Black Canyon คิดเป็นร้อยละ 10.3 ร้านวันวาน คิดเป็นร้อยละ 9.3

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบร้านกาแฟตามตารางที่ 13 มากที่สุด (ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อันดับที่ 1 ร้าน Starbucks จำนวน 63 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.0

| เหตุผลที่ชอบร้านกาแฟนั้นๆ มากที่สุด | ร้อยละ |
|-------------------------------------|--------|
| รสชาติของกาแฟ                       | 46.83  |
| รสชาติของอาหารว่างอื่นๆ             | 12.18  |
| มีรายการอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย | 17.01  |
| สถานที่ตกแต่งสวยงาม                 | 23.73  |
| ทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก            | 33.39  |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ                | 23.73  |
| บริการดี                            | 15.96  |
| อื่นๆ                               | 4.2    |

อันดับที่ 2 ร้านวาวิ จำนวน 53 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.7

| เหตุผลที่ชอบร้านกาแฟนั้นๆ มากที่สุด | ร้อยละ |
|-------------------------------------|--------|
| รสชาติของกาแฟ                       | 39.47  |
| รสชาติของอาหารว่างอื่นๆ             | 10.26  |
| มีรายการอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย | 14.33  |
| สถานที่ตกแต่งสวยงาม                 | 20.00  |
| ทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก            | 28.14  |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ                | 20.00  |
| บริการดี                            | 13.45  |
| อื่นๆ                               | 3.54   |

อันดับที่ 3 ร้าน Black Canyon จำนวน 31 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.3

| เหตุผลที่ชอบร้านกาแฟนั้นๆ มากที่สุด | ร้อยละ |
|-------------------------------------|--------|
| รสชาติของกาแฟ                       | 22.96  |
| รสชาติของอาหารว่างอื่นๆ             | 5.97   |
| มีรายการอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย | 8.34   |
| สถานที่ตกแต่งสวยงาม                 | 11.63  |
| ทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก            | 16.37  |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ                | 11.63  |
| บริการดี                            | 7.82   |
| อื่นๆ                               | 2.06   |

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ พนักงานบริการดี บรรยากาศภายในร้านดี มีบริเวณสำหรับสูบบุหรี่ มีบริการไฟฟ้าให้ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวได้ เพลงไพเราะ มีหนังสือให้อ่าน ภาพลักษณ์ของร้านดี เป็นต้น

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ซื้อในร้านกาแฟ

| สินค้าที่ซื้อในร้านกาแฟ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|-------|--------|
| กาแฟ                    | 258   | 86.0   |
| เครื่องดื่มอื่น         | 146   | 48.7   |
| อาหารว่าง               | 168   | 56.0   |
| อื่นๆ                   | 16    | 5.3    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า สินค้าส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อในร้านกาแฟ คือ กาแฟ คิดเป็นร้อยละ 86.0 รองลงมาคือ อาหารว่าง คิดเป็นร้อยละ 56.0 เครื่องดื่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 48.7 และสินค้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.3 อื่นๆ ได้แก่ อาหารจานหลัก ของที่ระลึก

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์          | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|-------|--------|
| มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก | 180   | 60.0   |
| มีภาชนะบรรจุ/หีบห่อสวยงาม    | 70    | 23.3   |
| รสชาติของกาแฟดี              | 216   | 72.0   |
| คุณภาพของสินค้าดี            | 136   | 45.3   |
| ชื่อเสียงของร้านดี           | 82    | 27.3   |
| อื่นๆ                        | 4     | 1.3    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | 16    | 5.3    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ รสชาติของกาแฟดี คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาคือ มีกาแฟหลากหลาย รสชาติให้เลือก คิดเป็นร้อยละ 60.0 คุณภาพของสินค้าดี คิดเป็นร้อยละ 45.3 ชื่อเสียงของร้านดี คิดเป็นร้อยละ 27.3 มีภาชนะบรรจุ/หีบห่อสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 23.3 ปัจจัยอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.3 ได้แก่ สามารถสูบบุหรี่ได้ ความสะอาดของร้าน และเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 5.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

| ปัจจัยด้านราคา                            | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า             | 242   | 80.7   |
| ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น | 66    | 22.0   |
| มีส่วนลด                                  | 46    | 15.3   |
| อื่นๆ                                     | 7     | 2.3    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ               | 25    | 8.3    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านราคาของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือ ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น คิดเป็นร้อยละ 22.0 ร้านกาแฟมีส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 15.3 ปัจจัยอื่นๆ ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 2.3 และเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------|--------|
| มีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ | 166   | 55.3   |
| มีบริการส่งถึงบ้าน              | 11    | 3.7    |
| มีบริการส่งกลับบ้าน             | 54    | 18.0   |
| อื่นๆ                           | 2     | 0.7    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ     | 120   | 40.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ มีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 55.3 มีบริการส่งกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 18.0 มีบริการส่งถึงบ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ปัจจัยอื่นๆ ไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 0.7 และเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริม  
การตลาด

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|-------|--------|
| ไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา   | 48    | 16.0   |
| ไปเพราะมีการลด แลก แจก แถม   | 49    | 16.3   |
| อื่นๆ                        | 6     | 2.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | 202   | 67.3   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านกาแฟสดไม่มีผลต่อการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 67.3 แต่มีการใช้บริการเนื่องจากผลของการลด แลก แจก แถม และการโฆษณาบ้าง

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร  
ที่ให้บริการ

| ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| ให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว | 176   | 58.7   |
| เอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี          | 178   | 59.3   |
| ภาพลักษณ์ของบุคลากรดี         | 71    | 23.7   |
| มีการแนะนำสินค้า              | 66    | 22.0   |
| อื่นๆ                         | 6     | 2.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | 40    | 13.3   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการของร้านกาแฟที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ บุคลากรเอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมา คือ บุคลากรให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 58.7 ภาพลักษณ์ของบุคลากรดี คิดเป็นร้อยละ 23.7 บุคลากรมีการแนะนำสินค้า คิดเป็นร้อยละ 22.0 ปัจจัยอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0 ได้แก่ พนักงานสุภาพเรียบร้อย พูดยาดี เป็นต้น และเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 13.3



ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ   | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|-------|--------|
| ได้รับสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง | 184   | 61.3   |
| กระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก      | 143   | 47.7   |
| มีมาตรฐานของการให้บริการ       | 105   | 35.0   |
| อื่นๆ                          | 3     | 1.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ    | 34    | 11.3   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ถูกค้าได้รับสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ กระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 47.7 ร้านกาแฟมีมาตรฐานของการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 35.0 ปัจจัยอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.0 คือ ความคุ้นเคยกับกระบวนการให้บริการ และเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 11.3

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

| ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ      | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------|-------|--------|
| การตกแต่งสวยงาม                    | 175   | 58.3   |
| มีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ | 179   | 59.7   |
| พนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี         | 138   | 46.0   |
| กิจการมีภาพลักษณ์ดี                | 90    | 30.0   |
| บรรยากาศเป็นกันเอง                 | 174   | 58.0   |
| อื่นๆ                              | 4     | 1.3    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ        | 15    | 5.0    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาคือ มีการตกแต่งร้านสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 58.3 บรรยากาศในร้านเป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 58.0 พนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี คิดเป็นร้อยละ 46.0 กิจการมีภาพลักษณ์ดี คิดเป็นร้อยละ 30.0 ปัจจัยอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.3 เช่น ห้องน้ำสะอาด พนักงานสุภาพ เป็นต้น และเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อ  
การเลือกใช้บริการมากที่สุด

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ด้านผลิตภัณฑ์                                      | 170   | 56.6   |
| ด้านราคา   | 29    | 9.7    |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย                           | 54    | 18.0   |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด                             | 0     | 0.0    |
| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ                            | 11    | 3.7    |
| ด้านกระบวนการให้บริการ                             | 12    | 4.0    |
| ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ                            | 10    | 3.3    |
| ไม่มีผู้เลือก                                      | 14    | 4.7    |
| รวม  | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดส่วน  
ใหญ่ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมาคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
คิดเป็น ร้อยละ 18.0 ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 9.7 ปัจจัยด้านกระบวนการผลิต คิดเป็นร้อยละ  
4.0 ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 3.7 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คิดเป็นร้อย  
ละ 3.3 และไม่มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.7

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้อยที่สุด

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟน้อยที่สุด | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ด้านผลิตภัณฑ์                                       | 12    | 4.0    |
| ด้านราคา  | 32    | 10.7   |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย                            | 16    | 5.3    |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด                              | 136   | 45.4   |
| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ                             | 30    | 10.0   |
| ด้านกระบวนการให้บริการ                              | 22    | 7.3    |
| ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ                             | 34    | 11.3   |
| ไม่มีผู้เลือก                                       | 18    | 6.0    |
| รวม   | 300   | 100.0  |

จากตารางพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมาคือปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 11.3 ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 10.7 ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 7.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็น ร้อยละ 5.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 4.0 และไม่มีผู้ตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.0

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามเพศ

| ด้านผลิตภัณฑ์                | เพศ   |        |       |        |
|------------------------------|-------|--------|-------|--------|
|                              | ชาย   |        | หญิง  |        |
|                              | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก | 88    | 55.0   | 92    | 65.7   |
| มีภาชนะบรรจุ/หีบห่อสวยงาม    | 33    | 20.6   | 37    | 26.4   |
| รสชาติของกาแฟดี              | 107   | 66.9   | 109   | 77.9   |
| คุณภาพของสินค้าดี            | 62    | 38.8   | 74    | 52.9   |
| ชื่อเสียงของร้านดี           | 42    | 26.3   | 40    | 28.6   |
| อื่นๆ                        | 4     | 2.5    | 0     | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | 12    | 7.5    | 4     | 2.9    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง คิดว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคือ รสชาติของกาแฟดี รองลงมาคือ มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก คุณภาพของสินค้าดี และชื่อเสียงของร้านดี ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามเพศ

| ด้านราคา                                  | เพศ   |        |       |        |
|---|-------|--------|-------|--------|
|   | ชาย   |        | หญิง  |        |
|   | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า             | 125   | 78.1   | 117   | 83.6   |
| ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น | 34    | 21.3   | 32    | 22.9   |
| มีส่วนลด                                  | 17    | 10.6   | 29    | 20.7   |
| อื่นๆ                                     | 6     | 3.8    | 1     | 0.7    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ               | 14    | 8.8    | 11    | 7.9    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง คิดว่าปัจจัยด้านราคาของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น และร้านกาแฟมีส่วนลด ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามเพศ

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย        | เพศ   |        |       |        |
|---------------------------------|-------|--------|-------|--------|
|                                 | ชาย   |        | หญิง  |        |
|                                 | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ | 79    | 49.4   | 87    | 62.1   |
| มีบริการส่งถึงบ้าน              | 5     | 3.1    | 6     | 4.3    |
| มีบริการส่งกลับบ้าน             | 22    | 13.8   | 32    | 22.9   |
| อื่นๆ                           | 1     | 0.6    | 1     | 0.7    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ     | 73    | 45.6   | 47    | 33.6   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคือ ร้านกาแฟมีพนักงานให้บริการเต็มรูปแบบ รองลงมาคือ มีบริการส่งกลับบ้าน และมีบริการส่งถึงบ้าน ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคือ ร้านกาแฟมีพนักงานให้บริการเต็มรูปแบบ รองลงมาคือ มีบริการส่งกลับบ้าน และมีบริการส่งถึงบ้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามเพศ

| ด้านการส่งเสริมการตลาด      | เพศ   |        |       |        |
|-----------------------------|-------|--------|-------|--------|
|                             | ชาย   |        | หญิง  |        |
|                             | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา  | 22    | 13.8   | 26    | 18.6   |
| ไปเพราะมีการลด แลก แจก แถม  | 18    | 11.3   | 31    | 22.1   |
| อื่นๆ                       | 4     | 2.5    | 2     | 1.4    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ | 117   | 73.1   | 85    | 60.7   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการส่งเสริมการตลาดของร้านกาแฟสดไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นสัดส่วนมากที่สุด แต่เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นแตกต่างกันในสัดส่วนที่รองลงมาคือ เพศชายไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา แต่เพศหญิงไปใช้บริการเพราะมีการลด แลก แจก แถม



ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามเพศ

| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ       | เพศ   |        |       |        |
|-------------------------------|-------|--------|-------|--------|
|                               | ชาย   |        | หญิง  |        |
|                               | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว | 88    | 55.0   | 88    | 62.9   |
| เอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี          | 86    | 53.8   | 92    | 65.7   |
| ภาพลักษณ์ของบุคลากรดี         | 39    | 24.4   | 32    | 22.9   |
| มีการแนะนำสินค้า              | 34    | 21.3   | 32    | 22.9   |
| อื่นๆ                         | 4     | 2.5    | 2     | 1.4    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | 26    | 16.3   | 14    | 10.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายสัดส่วนที่มากที่สุดคือการให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว รองลงมาคือ พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี และภาพลักษณ์ของบุคลากรดี ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงสัดส่วนที่มากที่สุดคือ พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี รองลงมาคือ พนักงานให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว และภาพลักษณ์ของบุคลากรดี ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามเพศ

| ด้านกระบวนการให้บริการ      | เพศ   |        |       |        |
|-----------------------------|-------|--------|-------|--------|
|                             | ชาย   |        | หญิง  |        |
|                             | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง | 89    | 55.6   | 95    | 67.9   |
| กระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก   | 76    | 47.5   | 67    | 47.9   |
| มีมาตรฐานของการให้บริการ    | 53    | 33.1   | 52    | 37.1   |
| อื่นๆ                       | 3     | 1.9    | 0     | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ | 20    | 12.5   | 14    | 10.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง คิดว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคือ ลูกค้าได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง รองลงมาคือ ร้านกาแฟมีกระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก และร้านกาแฟมีมาตรฐานของการให้บริการ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

๒/๓๗  
658.8342

๘1๗4๗

๘๘

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามเพศ

| ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ            | เพศ   |        |       |        |
|------------------------------------|-------|--------|-------|--------|
|                                    | ชาย   |        | หญิง  |        |
|                                    | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| การตกแต่งสวยงาม                    | 88    | 55.0   | 87    | 62.1   |
| มีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ | 92    | 57.5   | 87    | 62.1   |
| พนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี         | 70    | 43.8   | 68    | 48.6   |
| กิจการมีภาพลักษณ์ดี                | 39    | 24.4   | 51    | 36.4   |
| บรรยากาศเป็นกันเอง                 | 91    | 56.9   | 83    | 59.3   |
| อื่นๆ                              | 3     | 1.9    | 1     | 0.7    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ        | 10    | 6.3    | 5     | 3.6    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามของเพศชายเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคือ ร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ รองลงมาคือ บรรยากาศเป็นกันเอง และการตกแต่งร้านสวยงาม ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดมี 2 อย่างคือ การตกแต่งร้านสวยงาม และมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ รองลงมาคือ บรรยากาศเป็นกันเอง

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ  
เลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอายุ

| ด้านผลิตภัณฑ์                | อายุ          |        |            |        |            |        |            |        |            |        |
|------------------------------|---------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
|                              | ต่ำกว่า 20 ปี |        | 21 - 30 ปี |        | 31 - 40 ปี |        | 41 - 50 ปี |        | 51 - 60 ปี |        |
|                              | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |
| มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก | 20            | 71.4   | 117        | 59.7   | 27         | 51.9   | 14         | 70.0   | 2          | 50.0   |
| มีภาชนะบรรจุ/หีบห่อสวยงาม    | 9             | 32.1   | 46         | 23.5   | 11         | 21.2   | 3          | 15.0   | 1          | 25.0   |
| รสชาติของกาแฟดี              | 24            | 85.7   | 134        | 68.4   | 42         | 80.8   | 13         | 65.0   | 3          | 75.0   |
| คุณภาพของสินค้าดี            | 18            | 64.3   | 90         | 45.9   | 21         | 40.4   | 6          | 30.0   | 1          | 25.0   |
| ชื่อเสียงของร้านดี           | 8             | 28.6   | 56         | 28.6   | 15         | 28.8   | 3          | 15.0   | 0          | 0.0    |
| อื่นๆ                        | 0             | 0.0    | 4          | 2.0    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | 0             | 0.0    | 13         | 6.6    | 3          | 5.8    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20-40 ปี และ 51-60 ปี คิดว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่ คือ รสชาติของกาแฟดี รองลงมาคือ มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก

แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่ คือ มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟดี

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอายุ

| ด้านราคา                                  | อายุ          |        |            |        |            |        |            |        |            |        |
|---|---------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
|   | ต่ำกว่า 20 ปี |        | 21 - 30 ปี |        | 31 - 40 ปี |        | 41 - 50 ปี |        | 51 - 60 ปี |        |
|   | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า             | 21            | 75.0   | 162        | 82.7   | 41         | 78.8   | 14         | 70.0   | 4          | 100.0  |
| ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น | 10            | 35.7   | 43         | 21.9   | 10         | 19.2   | 3          | 15.0   | 0          | 0.0    |
| มีส่วนลด                                  | 10            | 35.7   | 27         | 13.8   | 6          | 11.5   | 3          | 15.0   | 0          | 0.0    |
| อื่นๆ                                     | 0             | 0.0    | 5          | 2.6    | 2          | 3.8    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ               | 3             | 10.7   | 14         | 7.1    | 5          | 9.6    | 3          | 15.0   | 0          | 0.0    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านราคาของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น และการมีส่วนลด ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอายุ

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย        | อายุ          |        |            |        |            |        |            |        |            |        |
|---------------------------------|---------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
|                                 | ต่ำกว่า 20 ปี |        | 21 - 30 ปี |        | 31 - 40 ปี |        | 41 - 50 ปี |        | 51 - 60 ปี |        |
|                                 | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |
| มีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ | 19            | 67.9   | 106        | 54.1   | 27         | 51.9   | 11         | 55.0   | 3          | 75.0   |
| มีบริการส่งถึงบ้าน              | 0             | 0.0    | 8          | 4.1    | 1          | 1.9    | 1          | 5.0    | 1          | 25.0   |
| มีบริการส่งกลับบ้าน             | 9             | 28.6   | 38         | 19.4   | 4          | 7.7    | 3          | 15.0   | 1          | 25.0   |
| อื่นๆ                           | 0             | 0.0    | 2          | 1.0    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ     | 8             | 32.1   | 76         | 38.8   | 26         | 50.0   | 8          | 40.0   | 1          | 25.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่เป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคือ ร้านกาแฟที่มีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ รองลงมาคือ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และการมีบริการส่งกลับบ้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอายุ

| ด้านการส่งเสริมการตลาด      | อายุ          |        |            |        |            |        |            |        |            |        |
|-----------------------------|---------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
|                             | ต่ำกว่า 20 ปี |        | 21 - 30 ปี |        | 31 - 40 ปี |        | 41 - 50 ปี |        | 51 - 60 ปี |        |
|                             | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |
| ไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา  | 6             | 21.4   | 32         | 16.3   | 7          | 13.5   | 3          | 15.0   | 0          | 0.0    |
| ไปเพราะมีการลด แลก แจก แถม  | 5             | 17.9   | 34         | 17.3   | 9          | 17.3   | 1          | 5.0    | 0          | 0.0    |
| อื่นๆ                       | 0             | 0.0    | 5          | 2.6    | 1          | 1.9    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ | 18            | 64.3   | 130        | 66.3   | 34         | 65.4   | 16         | 80.0   | 4          | 100.0  |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของร้านกาแฟสดเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ในลำดับรองลงมาจะมีความแตกต่างกันเล็กน้อยคือ ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 41-50 ปี คิดว่าลำดับรองลงมา คือ ไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา แต่ช่วงอายุอื่นๆ คิดว่าลำดับรองลงมาคือ การไปใช้บริการเพราะมีการลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอายุ

| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ       | อายุ          |        |            |        |            |        |            |        |            |        |
|-------------------------------|---------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
|                               | ต่ำกว่า 20 ปี |        | 21 - 30 ปี |        | 31 - 40 ปี |        | 41 - 50 ปี |        | 51 - 60 ปี |        |
|                               | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |
| ให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว | 18            | 64.3   | 117        | 59.7   | 27         | 51.9   | 10         | 50.0   | 4          | 100.0  |
| เอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี          | 22            | 78.6   | 118        | 60.2   | 23         | 53.8   | 9          | 45.0   | 1          | 25.0   |
| ภาพลักษณ์ของบุคลากรดี         | 10            | 35.7   | 48         | 24.5   | 9          | 17.3   | 4          | 20.0   | 0          | 0.0    |
| มีการแนะนำสินค้า              | 10            | 35.7   | 38         | 19.4   | 12         | 23.1   | 5          | 25.0   | 1          | 25.0   |
| อื่นๆ                         | 1             | 3.6    | 5          | 2.6    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | 2             | 7.1    | 27         | 13.8   | 8          | 15.4   | 3          | 15.0   | 0          | 0.0    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด สำหรับผู้บริโภคที่มีอายุช่วง ต่ำกว่า 20 - 40 ปี คือ พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี รองลงมาคือ ให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว แต่สำหรับผู้บริโภคที่มีอายุช่วง 41-60 ปี มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือ ให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว รองลงมาคือ พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอายุ

| ด้านกระบวนการให้บริการ      | อายุ          |        |            |        |            |        |            |        |            |        |
|-----------------------------|---------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
|                             | ต่ำกว่า 20 ปี |        | 21 – 30 ปี |        | 31 – 40 ปี |        | 41 – 50 ปี |        | 51 – 60 ปี |        |
|                             | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |
| ได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง | 22            | 78.6   | 120        | 61.2   | 29         | 55.8   | 10         | 50.0   | 3          | 75.0   |
| กระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก   | 16            | 57.1   | 101        | 51.5   | 18         | 34.6   | 6          | 30.0   | 2          | 50.0   |
| มีมาตรฐานของการให้บริการ    | 14            | 50.0   | 63         | 32.1   | 20         | 38.5   | 7          | 35.0   | 1          | 25.0   |
| อื่นๆ                       | 0             | 0.0    | 3          | 1.5    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ | 1             | 3.6    | 24         | 12.2   | 6          | 11.5   | 3          | 15.0   | 0          | 0.0    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือ การที่ได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง

ในสัดส่วนที่รองลงมา สำหรับผู้บริโภคที่มีอายุช่วง 31-50 ปี คือ ความมีมาตรฐานของการให้บริการ และ กระบวนการบริการ ไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ แต่สำหรับผู้บริโภคที่มีอายุช่วงอื่น สัดส่วนที่มากรองลงมาคือ กระบวนการบริการ ไม่ยุ่งยาก และความมีมาตรฐานของการให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอายุ

| ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ            | อายุ          |        |            |        |            |        |            |        |            |        |
|------------------------------------|---------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
|                                    | ต่ำกว่า 20 ปี |        | 21 - 30 ปี |        | 31 - 40 ปี |        | 41 - 50 ปี |        | 51 - 60 ปี |        |
|                                    | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |
| การตกแต่งสวยงาม                    | 22            | 78.6   | 116        | 59.2   | 30         | 57.7   | 6          | 30.0   | 1          | 25.0   |
| มีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ | 14            | 50.0   | 119        | 60.7   | 32         | 61.5   | 13         | 65.0   | 1          | 25.0   |
| พนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี         | 14            | 50.0   | 86         | 43.9   | 27         | 51.9   | 10         | 50.0   | 1          | 25.0   |
| กิจการมีภาพลักษณ์ดี                | 12            | 42.9   | 60         | 30.6   | 13         | 25.0   | 5          | 25.0   | 0          | 0.0    |
| บรรยากาศเป็นกันเอง                 | 21            | 75.0   | 114        | 58.2   | 25         | 48.1   | 12         | 60.0   | 2          | 50.0   |
| อื่นๆ                              | 0             | 0.0    | 4          | 2.0    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    | 0          | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ        | 1             | 3.6    | 10         | 5.1    | 2          | 3.8    | 2          | 10.0   | 0          | 0.0    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ การตกแต่งร้านสวยงาม รองลงมาคือ บรรยากาศเป็นกันเอง และร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ พนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี ตามลำดับ

จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ รองลงมาคือ การตกแต่งร้านสวยงาม และบรรยากาศเป็นกันเอง ตามลำดับ

จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ รองลงมาคือ การตกแต่งร้านสวยงาม และพนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี ตามลำดับ

จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ รองลงมาคือ บรรยากาศเป็นกันเอง และพนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี

จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51 - 60 ปี พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือบรรยากาศเป็นกันเอง รองลงมาคือ การตกแต่งร้านสวยงาม ร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ และพนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี ตามลำดับ



ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ  
เลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามระดับการศึกษา

| ด้านผลิตภัณฑ์                | ระดับการศึกษา                |        |                  |        |
|------------------------------|------------------------------|--------|------------------|--------|
|                              | ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี |        | สูงกว่าปริญญาตรี |        |
|                              | จำนวน                        | ร้อยละ | จำนวน            | ร้อยละ |
| มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก | 148                          | 61.6   | 32               | 54.2   |
| มีภาชนะบรรจุ/หีบห่อสวยงาม    | 55                           | 22.3   | 15               | 25.4   |
| รสชาติของกาแฟดี              | 172                          | 70.1   | 44               | 74.6   |
| คุณภาพของสินค้าดี            | 111                          | 46.0   | 25               | 42.4   |
| ชื่อเสียงของร้านดี           | 66                           | 28.4   | 16               | 27.1   |
| อื่นๆ                        | 3                            | 1.4    | 1                | 1.7    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | 11                           | 5.2    | 5                | 8.5    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้  
ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ รสชาติของกาแฟดี รองลงมาคือ มีกาแฟหลากหลาย  
รสชาติให้เลือก และคุณภาพของสินค้าดี ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามระดับการศึกษา

| ด้านราคา                                  | ระดับการศึกษา                |        |                  |        |
|---|------------------------------|--------|------------------|--------|
|   | ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี |        | สูงกว่าปริญญาตรี |        |
|   | จำนวน                        | ร้อยละ | จำนวน            | ร้อยละ |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า             | 193                          | 80.1   | 49               | 83.1   |
| ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น | 55                           | 21.8   | 11               | 18.6   |
| มีส่วนลด                                  | 38                           | 14.2   | 8                | 13.6   |
| อื่น ๆ                                    | 7                            | 2.8    | 0                | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ               | 18                           | 8.1    | 7                | 11.9   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านราคาของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น และร้านกาแฟมีส่วนลด ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามระดับการศึกษา

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย        | ระดับการศึกษา                |        |                  |        |
|---------------------------------|------------------------------|--------|------------------|--------|
|                                 | ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี |        | สูงกว่าปริญญาตรี |        |
|                                 | จำนวน                        | ร้อยละ | จำนวน            | ร้อยละ |
| มีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ | 134                          | 53.6   | 32               | 54.2   |
| มีบริการส่งถึงบ้าน              | 10                           | 4.3    | 1                | 1.7    |
| มีบริการส่งกลับบ้าน             | 44                           | 19.0   | 10               | 16.9   |
| อื่นๆ                           | 1                            | 0.5    | 1                | 1.7    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ     | 91                           | 39.8   | 29               | 49.2   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ร้านกาแฟมีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ สัดส่วนที่รองลงมา คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และ มีบริการส่งกลับบ้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามระดับการศึกษา

| ด้านการส่งเสริมการตลาด      | ระดับการศึกษา                |        |                  |        |
|-----------------------------|------------------------------|--------|------------------|--------|
|                             | ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี |        | สูงกว่าปริญญาตรี |        |
|                             | จำนวน                        | ร้อยละ | จำนวน            | ร้อยละ |
| ไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา  | 45                           | 19.9   | 3                | 6.8    |
| ไปเพราะมีการลด แลก แจก แถม  | 45                           | 18.0   | 4                | 5.1    |
| อื่นๆ                       | 4                            | 1.4    | 2                | 3.4    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ | 154                          | 64.5   | 48               | 81.4   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า สัดส่วนที่มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านกาแฟสด ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมาคือ ไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา และ ไปใช้บริการเพราะมีการลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการที่มี  
ผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามระดับการศึกษา

| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ       | ระดับการศึกษา                |        |                  |        |
|-------------------------------|------------------------------|--------|------------------|--------|
|                               | ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี |        | สูงกว่าปริญญาตรี |        |
|                               | จำนวน                        | ร้อยละ | จำนวน            | ร้อยละ |
| ให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว | 141                          | 57.8   | 35               | 59.3   |
| เอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี          | 143                          | 59.2   | 35               | 59.3   |
| ภาพลักษณ์ของบุคลากรดี         | 56                           | 23.9   | 15               | 25.4   |
| มีการแนะนำสินค้า              | 55                           | 23.7   | 11               | 18.6   |
| อื่นๆ                         | 6                            | 1.9    | 0                | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | 31                           | 14.2   | 9                | 15.3   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด สำหรับผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีต้องการพนักงานที่ให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็วเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด

ส่วนผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีนั้นต้องการพนักงานที่เอาใจใส่ดูแลลูกค้าดีเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามระดับการศึกษา

| ด้านกระบวนการให้บริการ      | ระดับการศึกษา                |        |                  |        |
|-----------------------------|------------------------------|--------|------------------|--------|
|                             | ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี |        | สูงกว่าปริญญาตรี |        |
|                             | จำนวน                        | ร้อยละ | จำนวน            | ร้อยละ |
| ได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง | 147                          | 60.2   | 37               | 62.7   |
| กระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก   | 116                          | 49.8   | 27               | 45.8   |
| มีมาตรฐานของการให้บริการ    | 87                           | 36.0   | 18               | 30.5   |
| อื่นๆ                       | 3                            | 1.4    | 0                | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ | 25                           | 10.4   | 9                | 15.3   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ลูกค้าได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง รองลงมาคือ มีกระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก และมีมาตรฐานของการให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามระดับการศึกษา

| ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ            | ระดับการศึกษา                |        |                  |        |
|------------------------------------|------------------------------|--------|------------------|--------|
|                                    | ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี |        | สูงกว่าปริญญาตรี |        |
|                                    | จำนวน                        | ร้อยละ | จำนวน            | ร้อยละ |
| การตกแต่งสวยงาม                    | 143                          | 60.7   | 32               | 54.2   |
| มีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ | 136                          | 60.9   | 43               | 72.9   |
| พนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี         | 108                          | 45.5   | 30               | 50.8   |
| กิจการมีภาพลักษณ์ดี                | 75                           | 31.3   | 15               | 25.4   |
| บรรยากาศเป็นกันเอง                 | 144                          | 60.2   | 30               | 50.8   |
| อื่นๆ                              | 3                            | 1.4    | 1                | 1.7    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ        | 9                            | 3.3    | 6                | 10.2   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด พบว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและปริญญาตรีชอบการตกแต่งร้านที่สวยงามเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีชอบร้านที่มีทำเลเข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอาชีพ

| ด้านผลิตภัณฑ์                | อาชีพ     |        |             |        |                   |        |               |        |               |        |       |        |
|------------------------------|-----------|--------|-------------|--------|-------------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|-------|--------|
|                              | ข้าราชการ |        | รัฐวิสาหกิจ |        | นักเรียน นักศึกษา |        | เจ้าของธุรกิจ |        | พนักงานบริษัท |        | อื่นๆ |        |
|                              | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก | 14        | 51.9   | 5           | 38.5   | 87                | 65.9   | 36            | 57.1   | 31            | 68.9   | 7     | 35.0   |
| มีภาชนะบรรจุหีบห่อสวยงาม     | 10        | 37.0   | 2           | 15.4   | 30                | 22.7   | 14            | 22.2   | 12            | 26.7   | 2     | 10.0   |
| รสชาติของกาแฟดี              | 26        | 96.3   | 8           | 61.5   | 84                | 63.6   | 47            | 74.6   | 33            | 73.3   | 18    | 90.0   |
| คุณภาพของสินค้าดี            | 13        | 48.1   | 1           | 7.7    | 64                | 48.5   | 28            | 44.4   | 22            | 48.9   | 8     | 40.0   |
| ชื่อเสียงของร้านดี           | 4         | 14.8   | 6           | 46.2   | 35                | 26.5   | 17            | 27.0   | 17            | 37.8   | 3     | 15.0   |
| อื่นๆ                        | 0         | 0.0    | 0           | 0.0    | 2                 | 1.5    | 2             | 3.2    | 0             | 0.0    | 0     | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | 0         | 0.0    | 1           | 7.7    | 10                | 7.6    | 2             | 3.2    | 2             | 4.4    | 1     | 5.0    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือ รสชาติของกาแฟดี รองลงมาคือ มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก และคุณภาพของสินค้าดี ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอาชีพ

| ด้านราคา                                  | อาชีพ     |        |             |        |                   |        |               |        |               |        |       |        |
|---|-----------|--------|-------------|--------|-------------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|-------|--------|
|   | ข้าราชการ |        | รัฐวิสาหกิจ |        | นักเรียน นักศึกษา |        | เจ้าของธุรกิจ |        | พนักงานบริษัท |        | อื่นๆ |        |
|   | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า             | 24        | 88.9   | 9           | 69.2   | 107               | 81.1   | 51            | 81.0   | 36            | 80.0   | 15    | 75.0   |
| ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น | 7         | 25.9   | 2           | 15.4   | 31                | 23.5   | 10            | 15.9   | 11            | 24.4   | 5     | 25.0   |
| มีส่วนลด                                  | 4         | 14.8   | 2           | 15.4   | 22                | 16.7   | 8             | 12.7   | 9             | 20.0   | 1     | 5.0    |
| อื่นๆ                                     | 0         | 0.0    | 1           | 7.7    | 4                 | 3.0    | 1             | 1.6    | 0             | 0.0    | 1     | 5.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ               | 2         | 7.4    | 0           | 0.0    | 9                 | 6.8    | 7             | 11.1   | 4             | 8.9    | 3     | 15.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านราคาของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น และร้านกาแฟมีส่วนลด ตามลำดับ



ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอาชีพ

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย        | อาชีพ     |        |             |        |                   |        |               |        |               |        |       |        |
|---------------------------------|-----------|--------|-------------|--------|-------------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|-------|--------|
|                                 | ข้าราชการ |        | รัฐวิสาหกิจ |        | นักเรียน/นักศึกษา |        | เจ้าของธุรกิจ |        | พนักงานบริษัท |        | อื่นๆ |        |
|                                 | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ | 18        | 66.7   | 10          | 76.9   | 73                | 55.3   | 36            | 57.1   | 22            | 48.9   | 7     | 35.0   |
| มีบริการส่งถึงบ้าน              | 1         | 3.7    | 1           | 7.7    | 2                 | 1.5    | 3             | 4.8    | 4             | 8.9    | 0     | 0.0    |
| มีบริการส่งกลับบ้าน             | 3         | 11.1   | 3           | 23.1   | 29                | 22.0   | 8             | 12.7   | 9             | 20.0   | 2     | 10.0   |
| อื่นๆ                           | 0         | 0.0    | 0           | 0.0    | 1                 | 0.8    | 0             | 0.0    | 1             | 2.2    | 0     | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ     | 12        | 44.4   | 1           | 7.7    | 52                | 39.4   | 24            | 38.1   | 18            | 40.0   | 13    | 65.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ร้านกาแฟที่มีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ รองลงมาที่เป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคือ เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และมีบริการส่งกลับบ้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอาชีพ

| ด้านการส่งเสริมการตลาด        | อาชีพ     |        |             |        |                   |        |               |        |               |        |       |        |
|-------------------------------|-----------|--------|-------------|--------|-------------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|-------|--------|
|                               | ข้าราชการ |        | รัฐวิสาหกิจ |        | นักเรียน/นักศึกษา |        | เจ้าของธุรกิจ |        | พนักงานบริษัท |        | อื่นๆ |        |
|                               | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไปใช้บริการเพราะผลของการโฆษณา | 3         | 11.1   | 3           | 23.1   | 23                | 17.4   | 5             | 7.9    | 12            | 26.7   | 2     | 10.0   |
| ไปเพราะมีการลด แลก แจก แถม    | 4         | 14.8   | 3           | 23.1   | 27                | 20.5   | 6             | 9.5    | 9             | 20.0   | 0     | 0.0    |
| อื่นๆ                         | 0         | 0.0    | 1           | 7.7    | 2                 | 1.5    | 2             | 3.2    | 1             | 2.2    | 0     | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | 19        | 70.4   | 6           | 46.2   | 87                | 65.9   | 48            | 76.2   | 25            | 55.6   | 17    | 85.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านกาแฟสดไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมาคือ ไปใช้บริการเพราะมีการลด แลก แจก แถม และผลของการโฆษณา ตามลำดับ

แต่ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเห็นว่าสัดส่วนที่มากที่สุดรองลงมาเป็นอันดับที่สอง คือ การไปใช้บริการเพราะผลของการโฆษณา และไปเพราะมีการลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการที่มี  
ผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอาชีพ

| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ       | อาชีพ     |        |             |        |                   |        |               |        |               |        |       |        |
|-------------------------------|-----------|--------|-------------|--------|-------------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|-------|--------|
|                               | ข้าราชการ |        | รัฐวิสาหกิจ |        | นักเรียน/นักศึกษา |        | เจ้าของธุรกิจ |        | พนักงานบริษัท |        | อื่นๆ |        |
|                               | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว | 12        | 44.4   | 8           | 61.5   | 78                | 59.1   | 41            | 65.1   | 25            | 55.6   | 12    | 60.0   |
| เอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี          | 18        | 66.7   | 4           | 30.8   | 82                | 62.1   | 34            | 54.0   | 29            | 64.4   | 11    | 55.0   |
| ภาพลักษณ์ของบุคลากรดี         | 4         | 14.8   | 4           | 30.8   | 34                | 25.8   | 14            | 22.2   | 12            | 26.7   | 3     | 15.0   |
| มีการแนะนำสินค้า              | 4         | 14.8   | 5           | 38.5   | 31                | 23.5   | 9             | 14.3   | 14            | 31.1   | 3     | 15.0   |
| อื่นๆ                         | 0         | 0.0    | 1           | 7.7    | 3                 | 2.3    | 2             | 3.2    | 0             | 0.0    | 0     | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | 4         | 14.8   | 1           | 7.7    | 21                | 15.9   | 7             | 11.1   | 2             | 4.4    | 5     | 25.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี รองลงมาคือ พนักงานให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว และ ภาพลักษณ์ของบุคลากรดี ตามลำดับ

แต่ผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจเห็นว่าสัดส่วนที่มากที่สุด คือ พนักงานให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว รองลงมาคือ พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอาชีพ

| ด้านกระบวนการให้บริการ      | อาชีพ     |        |             |        |                   |        |               |        |               |        |       |        |
|-----------------------------|-----------|--------|-------------|--------|-------------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|-------|--------|
|                             | ข้าราชการ |        | รัฐวิสาหกิจ |        | นักเรียน/นักศึกษา |        | เจ้าของธุรกิจ |        | พนักงานบริษัท |        | อื่นๆ |        |
|                             | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง | 20        | 74.1   | 8           | 61.5   | 84                | 63.6   | 32            | 50.8   | 29            | 64.4   | 11    | 55.0   |
| กระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก   | 10        | 37.0   | 4           | 30.8   | 61                | 46.2   | 31            | 49.2   | 24            | 53.3   | 13    | 65.0   |
| มีมาตรฐานของการให้บริการ    | 5         | 18.5   | 4           | 30.8   | 43                | 32.6   | 27            | 42.9   | 20            | 44.4   | 6     | 30.0   |
| อื่นๆ                       | 0         | 0.0    | 0           | 0.0    | 3                 | 2.3    | 0             | 0.0    | 0             | 0.0    | 0     | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ | 3         | 11.1   | 1           | 7.7    | 18                | 13.6   | 6             | 9.5    | 4             | 8.9    | 2     | 10.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ลูกค้าได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง รองลงมาคือ ร้านกาแฟมีกระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก และร้านกาแฟมีมาตรฐานของการให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอาชีพ

| ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ            | อาชีพ     |        |             |        |                   |        |               |        |               |        |       |        |
|------------------------------------|-----------|--------|-------------|--------|-------------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|-------|--------|
|                                    | ข้าราชการ |        | รัฐวิสาหกิจ |        | นักเรียน/นักศึกษา |        | เจ้าของธุรกิจ |        | พนักงานบริษัท |        | อื่นๆ |        |
|                                    | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน         | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| การตกแต่งสวยงาม                    | 17        | 63.0   | 8           | 61.5   | 79                | 59.8   | 31            | 49.2   | 29            | 64.4   | 11    | 55.0   |
| มีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ | 20        | 74.1   | 8           | 61.5   | 73                | 55.3   | 37            | 58.7   | 29            | 64.4   | 12    | 60.0   |
| พนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี         | 15        | 55.6   | 7           | 53.8   | 56                | 42.4   | 32            | 50.8   | 24            | 53.3   | 4     | 20.0   |
| บริการมีภาพลักษณ์ดี                | 6         | 22.2   | 4           | 30.8   | 45                | 34.1   | 16            | 25.4   | 15            | 33.3   | 4     | 20.0   |
| บรรยากาศเป็นกันเอง                 | 15        | 55.6   | 6           | 46.2   | 81                | 61.4   | 28            | 44.4   | 33            | 73.3   | 11    | 55.0   |
| อื่นๆ                              | 0         | 0.0    | 0           | 0.0    | 3                 | 2.3    | 1             | 1.6    | 0             | 0.0    | 0     | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ        | 1         | 3.7    | 0           | 0.0    | 8                 | 6.1    | 2             | 3.2    | 2             | 4.4    | 2     | 10.0   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ รองลงมาคือ การตกแต่งร้านสวยงาม และพนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี ตามลำดับ

แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือ บรรยากาศเป็นกันเอง รองลงมาคือ การตกแต่งร้านสวยงาม และร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ด้านผลิตภัณฑ์                | รายได้ต่อเดือน    |        |                    |        |                     |        |                     |        |                     |        |                    |        |
|------------------------------|-------------------|--------|--------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|--------------------|--------|
|                              | ต่ำกว่า 5,000 บาท |        | 5,001 - 10,000 บาท |        | 10,001 - 15,000 บาท |        | 15,001 - 20,000 บาท |        | 20,001 - 25,000 บาท |        | มากกว่า 25,000 บาท |        |
|                              | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ |
| มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก | 63                | 63.6   | 45                 | 60.8   | 28                  | 71.8   | 14                  | 53.8   | 13                  | 72.2   | 17                 | 38.6   |
| มีภาชนะบรรจุที่บ่ห่อสวยงาม   | 20                | 20.2   | 19                 | 25.7   | 8                   | 20.5   | 7                   | 26.9   | 8                   | 44.4   | 8                  | 18.2   |
| รสชาติของกาแฟดี              | 62                | 62.6   | 55                 | 74.3   | 31                  | 79.5   | 17                  | 65.4   | 16                  | 88.9   | 35                 | 79.5   |
| คุณภาพของสินค้าดี            | 44                | 44.4   | 40                 | 54.1   | 16                  | 41.0   | 9                   | 34.6   | 10                  | 55.6   | 17                 | 38.6   |
| ชื่อเสียงของร้านดี           | 26                | 26.3   | 19                 | 25.7   | 13                  | 33.1   | 7                   | 26.9   | 5                   | 27.8   | 12                 | 27.3   |
| อื่นๆ                        | 2                 | 2.0    | 1                  | 0.0    | 0                   | 0.0    | 1                   | 3.8    | 0                   | 0.0    | 0                  | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | 6                 | 6.1    | 6                  | 8.1    | 1                   | 2.6    | 1                   | 3.8    | 1                   | 5.6    | 1                  | 2.3    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ รสชาติของกาแฟดี รองลงมาคือ มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก และคุณภาพของสินค้าดี ตามลำดับ

แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือ มีกาแฟหลากหลายรสชาติให้เลือก รองลงมาคือ รสชาติของกาแฟดี และคุณภาพของสินค้าดี ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ด้านราคา                                  | รายได้ต่อเดือน    |        |                    |        |                     |        |                     |        |                     |        |                    |        |
|---|-------------------|--------|--------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|--------------------|--------|
|   | ต่ำกว่า 5,000 บาท |        | 5,001 - 10,000 บาท |        | 10,001 - 15,000 บาท |        | 15,001 - 20,000 บาท |        | 20,001 - 25,000 บาท |        | มากกว่า 25,000 บาท |        |
|   | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า             | 82                | 82.8   | 63                 | 85.1   | 29                  | 74.4   | 20                  | 76.9   | 15                  | 83.3   | 33                 | 75.0   |
| ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น | 27                | 27.3   | 16                 | 21.6   | 9                   | 23.1   | 5                   | 19.2   | 2                   | 11.1   | 7                  | 15.9   |
| มีส่วนลด                                  | 18                | 18.2   | 14                 | 18.9   | 5                   | 12.8   | 2                   | 7.7    | 3                   | 16.7   | 4                  | 9.1    |
| อื่นๆ                                     | 3                 | 3.0    | 2                  | 2.7    | 0                   | 0.0    | 1                   | 3.8    | 0                   | 0.0    | 1                  | 2.3    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ               | 5                 | 5.1    | 4                  | 5.4    | 4                   | 10.3   | 3                   | 11.5   | 2                   | 11.1   | 7                  | 15.9   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านราคาของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น และร้านกาแฟมีส่วนลด ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย        | รายได้ต่อเดือน    |        |                    |        |                     |        |                     |        |                     |        |                    |        |
|---------------------------------|-------------------|--------|--------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|--------------------|--------|
|                                 | ต่ำกว่า 5,000 บาท |        | 5,001 - 10,000 บาท |        | 10,001 - 15,000 บาท |        | 15,001 - 20,000 บาท |        | 20,001 - 25,000 บาท |        | มากกว่า 25,000 บาท |        |
|                                 | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ |
| มีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ | 50                | 50.5   | 46                 | 62.2   | 23                  | 59.0   | 13                  | 50.0   | 10                  | 55.6   | 24                 | 54.5   |
| มีบริการส่งถึงบ้าน              | 1                 | 1.0    | 5                  | 6.8    | 2                   | 5.1    | 1                   | 3.8    | 0                   | 0.0    | 2                  | 4.5    |
| มีบริการส่งกลับบ้าน             | 22                | 22.2   | 12                 | 16.2   | 7                   | 17.9   | 7                   | 26.9   | 3                   | 16.7   | 3                  | 6.8    |
| อื่นๆ                           | 1                 | 1.0    | 0                  | 0.0    | 0                   | 0.0    | 0                   | 0.0    | 0                   | 0.0    | 1                  | 2.3    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ     | 43                | 43.4   | 27                 | 36.5   | 14                  | 35.9   | 13                  | 50.0   | 8                   | 44.4   | 15                 | 34.1   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ร้านกาแฟมีพนักงานให้บริการแบบเต็มรูปแบบ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และมีบริการส่งกลับบ้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ด้านการส่งเสริมการตลาด      | รายได้ต่อเดือน    |        |                    |        |                     |        |                     |        |                     |        |                    |        |
|-----------------------------|-------------------|--------|--------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|--------------------|--------|
|                             | ต่ำกว่า 5,000 บาท |        | 5,001 - 10,000 บาท |        | 10,001 - 15,000 บาท |        | 15,001 - 20,000 บาท |        | 20,001 - 25,000 บาท |        | มากกว่า 25,000 บาท |        |
|                             | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ |
| ไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา  | 16                | 16.2   | 13                 | 17.6   | 7                   | 17.9   | 4                   | 15.4   | 2                   | 11.1   | 6                  | 13.6   |
| ไปเพราะมีการลด แลก แจก แถม  | 20                | 20.2   | 14                 | 18.6   | 8                   | 20.5   | 3                   | 11.5   | 1                   | 5.6    | 3                  | 6.8    |
| อื่นๆ                       | 2                 | 2.0    | 2                  | 2.7    | 1                   | 2.6    | 1                   | 3.8    | 0                   | 0.0    | 0                  | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ | 67                | 67.7   | 45                 | 60.8   | 26                  | 66.7   | 21                  | 80.8   | 12                  | 66.7   | 31                 | 70.5   |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านกาแฟสด ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ รองลงมาคือ ไปใช้บริการเพราะมีการลด แลก แจก แถม และไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา ตามลำดับ

แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,001 บาท คิดว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการลำดับรองลงมาคือ ไปใช้บริการเพราะผลของโฆษณา และ ไปใช้บริการเพราะมีการลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการที่มี  
ผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ด้านบุคลากรที่ให้บริการ       | รายได้ต่อเดือน    |        |                    |        |                     |        |                     |        |                     |        |                    |        |
|-------------------------------|-------------------|--------|--------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|--------------------|--------|
|                               | ต่ำกว่า 5,000 บาท |        | 5,001 - 10,000 บาท |        | 10,001 - 15,000 บาท |        | 15,001 - 20,000 บาท |        | 20,001 - 25,000 บาท |        | มากกว่า 25,000 บาท |        |
|                               | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ |
| ให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว | 57                | 57.6   | 44                 | 59.5   | 20                  | 51.3   | 15                  | 57.7   | 14                  | 77.8   | 26                 | 59.1   |
| เอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี          | 58                | 58.6   | 44                 | 59.5   | 26                  | 66.7   | 15                  | 57.7   | 11                  | 61.1   | 24                 | 54.5   |
| ภาพลักษณ์ของบุคลากรดี         | 24                | 24.2   | 17                 | 23.0   | 9                   | 23.1   | 6                   | 23.1   | 4                   | 22.2   | 11                 | 25.0   |
| มีการแนะนำสินค้า              | 25                | 25.3   | 12                 | 16.2   | 9                   | 23.1   | 6                   | 23.1   | 6                   | 33.3   | 8                  | 18.2   |
| อื่นๆ                         | 3                 | 3.0    | 1                  | 1.4    | 0                   | 0.0    | 1                   | 3.8    | 0                   | 0.0    | 1                  | 2.3    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | 18                | 18.2   | 9                  | 12.2   | 4                   | 10.3   | 4                   | 15.4   | 2                   | 11.1   | 3                  | 6.8    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี รองลงมาคือ พนักงานให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว และภาพลักษณ์ของบุคลากรดี

แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาท คิดว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ พนักงานให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว รองลงมาคือ พนักงานเอาใจใส่ดูแลลูกค้าดี

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ด้านกระบวนการให้บริการ      | รายได้ต่อเดือน    |        |                    |        |                     |        |                     |        |                     |        |                    |        |
|-----------------------------|-------------------|--------|--------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|--------------------|--------|
|                             | ต่ำกว่า 5,000 บาท |        | 5,001 - 10,000 บาท |        | 10,001 - 15,000 บาท |        | 15,001 - 20,000 บาท |        | 20,001 - 25,000 บาท |        | มากกว่า 25,000 บาท |        |
|                             | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ |
| ได้รับสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง | 64                | 64.6   | 44                 | 59.5   | 21                  | 53.8   | 17                  | 65.4   | 12                  | 66.7   | 26                 | 59.1   |
| กระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก   | 44                | 44.4   | 38                 | 51.4   | 19                  | 48.7   | 12                  | 46.2   | 9                   | 50.0   | 21                 | 47.7   |
| มีมาตรฐานของการให้บริการ    | 30                | 30.3   | 24                 | 32.4   | 13                  | 33.3   | 9                   | 34.6   | 12                  | 66.7   | 17                 | 38.6   |
| อื่นๆ                       | 2                 | 2.0    | 1                  | 1.4    | 0                   | 0.0    | 0                   | 0.0    | 0                   | 0.0    | 0                  | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ | 16                | 16.2   | 5                  | 6.8    | 5                   | 12.8   | 6                   | 23.1   | 2                   | 11.1   | 0                  | 0.0    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนที่มากที่สุดคือ ถูกค่าได้รับสินค้ารวดเร็วและถูกต้อง รองลงมาคือ ร้านกาแฟมีกระบวนการบริการไม่ยุ่งยาก และร้านกาแฟมีมาตรฐานของการให้บริการตามลำดับ



ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ            | รายได้ต่อเดือน    |        |                    |        |                     |        |                     |        |                     |        |                    |        |
|------------------------------------|-------------------|--------|--------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|--------------------|--------|
|                                    | ต่ำกว่า 5,000 บาท |        | 5,001 - 10,000 บาท |        | 10,001 - 15,000 บาท |        | 15,001 - 20,000 บาท |        | 20,001 - 25,000 บาท |        | มากกว่า 25,000 บาท |        |
|                                    | จำนวน             | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน               | ร้อยละ | จำนวน              | ร้อยละ |
| การตกแต่งสวยงาม                    | 57                | 57.6   | 42                 | 56.8   | 27                  | 69.2   | 17                  | 65.4   | 11                  | 61.1   | 21                 | 47.7   |
| มีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ | 53                | 53.5   | 44                 | 59.5   | 30                  | 76.9   | 21                  | 80.8   | 10                  | 55.6   | 21                 | 47.7   |
| พนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี         | 40                | 40.4   | 31                 | 41.9   | 26                  | 66.7   | 15                  | 57.7   | 11                  | 61.1   | 15                 | 34.1   |
| กิจการมีภาพลักษณ์ดี                | 36                | 36.4   | 21                 | 28.4   | 13                  | 33.3   | 9                   | 34.6   | 5                   | 27.8   | 6                  | 13.6   |
| บรรยากาศเป็นกันเอง                 | 62                | 62.6   | 39                 | 52.7   | 26                  | 66.7   | 13                  | 50.0   | 10                  | 55.6   | 24                 | 54.5   |
| อื่นๆ                              | 1                 | 1.0    | 3                  | 4.1    | 0                   | 0.0    | 0                   | 0.0    | 0                   | 0.0    | 0                  | 0.0    |
| ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ        | 8                 | 8.1    | 3                  | 4.1    | 0                   | 0.0    | 2                   | 7.7    | 1                   | 5.6    | 1                  | 2.3    |

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบให้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ บรรยากาศเป็นกันเอง รองลงมาคือ การตกแต่งร้านสวยงาม และร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาทที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ รองลงมาคือ การตกแต่งร้านสวยงาม และบรรยากาศเป็นกันเอง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ ร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ รองลงมาคือ การตกแต่งร้านสวยงาม และพนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาทที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ การตกแต่งร้านสวยงาม และพนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมดี รองลงมาคือ ร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ บรรยากาศเป็นกันเอง และกิจการมีภาพลักษณ์ดี ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของร้านกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทที่มีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ บรรยากาศเป็นกันเอง รองลงมาคือ การตกแต่งร้านสวยงาม และร้านกาแฟมีทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ ตามลำดับ