

บทที่ 4

ผลการศึกษาข้อมูล

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ในครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 220 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์และแปลผล สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 4.1 ถึงตาราง 4.17)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต (ตาราง 4.18 ถึงตาราง 4.25)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ (ตาราง 4.26 ถึงตาราง 4.32)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด (ตาราง 4.33 ถึงตาราง 4.68)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	86	39.1
หญิง	134	60.9
รวม	220	100

จากตาราง 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.9 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.1

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

กลุ่มอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	59	26.8
25-35 ปี	126	57.3
36-45 ปี	29	13.2
45 ปีขึ้นไป	6	2.7
รวม	220	100

จากตาราง 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ อายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.8 และอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.2

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

กลุ่มอาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	51	23.2
นักเรียน/นักศึกษา	58	26.4
พนักงานบริษัทเอกชน	39	17.70
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	70	31.8
อื่นๆ	2	0.9
รวม	220	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง เกษียณ

จากตาราง 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมาประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.4 และประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 23.2

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	102	46.4
15,000-30,000 บาท	80	36.4
30,001-45,000 บาท	17	7.7
45,000 บาทขึ้นไป	21	9.5
รวม	220	100

จากตาราง 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.4 และรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	24	10.9
ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า	18	8.2
ปริญญาตรี	140	63.6
สูงกว่าปริญญาตรี	38	17.3
รวม	220	100

จากตาราง 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงสุดสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.3 และระดับการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 10.9

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านกาแฟในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ที่เคยใช้บริการ

ชื่อร้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านสตาร์บัค คอฟฟี่	154	70.0
ร้านกาแฟวาวิ	156	70.9
ร้านกาแฟคอฟฟี่เวิร์ล	81	36.8
ร้าน Chic Cafe	35	15.9
ร้าน Coffee 4 u	42	19.1
ร้าน Mag Coffee	46	20.9
ร้านกาแฟคอดอยช้าง	90	40.9
ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน	152	69.1
ร้าน The Aries Coffee	27	12.3
ร้าน Segafredo Zanetti Espresso	34	15.5
ร้าน Blue Cup Coffee	41	18.6

จากตาราง 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ร้านกาแฟวาวิ คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมาเคยใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ร้านสตาร์บัค คอฟฟี่ คิดเป็นร้อยละ 70.0 และเคยใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน คิดเป็นร้อยละ 69.1

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการไปใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	48	21.8
1-2 ครั้ง	104	47.3
3-4 ครั้ง	42	19.1
มากกว่า 4 ครั้ง	26	11.8
รวม	220	100

จากตาราง 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการไปใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา มีความถี่ในการไปใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และมีความถี่ในการไปใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.1

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่นิยมบริโภคกาแฟ

วัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์-ศุกร์	23	10.5
วันเสาร์-วันอาทิตย์	73	33.2
ไม่แน่นอน	124	56.4
รวม	220	100.0

จากตาราง 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวันที่นิยมบริโภคกาแฟไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมา มีวันที่นิยมบริโภคกาแฟ วันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 33.2 และมีวันที่นิยมบริโภคกาแฟ วันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 10.5

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ก่อนเวลา 12:00 น.	13	5.9
12:00 น. - 15:00 น.	145	65.9
15:01น. - 17:00 น.	44	20.0
หลังเวลา 17:00 น.	18	8.2
รวม	220	100

จากตาราง 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 12:00 น. - 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมามีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 15:01น. - 17:00 น. คิดเป็นร้อยละ 20 และมีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด หลังเวลา 17:00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.2

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง

ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	89	40.5
1-2 ชั่วโมง	110	50.0
2 ชั่วโมงขึ้นไป	14	6.4
อื่นๆ	7	3.2
รวม	220	100

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง ไม่แน่นอน

จากตาราง 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 1 - 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมามีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง ไม่เกิน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.5 และมีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 2 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.4

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ชักชวนให้ไปร้านกาแฟในแต่ละครั้ง

ผู้ชักชวน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	120	54.5
เพื่อนร่วมงาน/เพื่อน	140	63.6
สมาชิกในครอบครัว	61	27.7
ลูกค้า	7	3.2
หัวหน้างาน/ผู้บังคับบัญชา	10	4.5

จากตาราง 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ชักชวนให้ไปร้านกาแฟในแต่ละครั้งเป็นเพื่อนร่วมงาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมามีผู้ชักชวนให้ไปร้านกาแฟในแต่ละครั้งเป็นตนเอง คิดเป็นร้อยละ 54.5 และมีผู้ชักชวนให้ไปร้านกาแฟในแต่ละครั้งเป็น สมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 27.7

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง

จำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	14	6.4
2-3 คน	128	58.2
4-6 คน	45	20.5
ไม่แน่นอน	33	15.0
รวม	220	100.0

จากตาราง 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมามีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง 4-6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และมีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้งไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง โดยเฉลี่ยต่อคน

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง โดยเฉลี่ยต่อคน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	37	16.8
100-200 บาท	140	63.6
200-300 บาท	33	15.0
มากกว่า 300 บาท	10	4.5
รวม	220	100

จากตาราง 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง โดยเฉลี่ยต่อคน คนละ 100-200 บาทคิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมาใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง โดยเฉลี่ยต่อคน คนละ ต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.8 และใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง โดยหารต่อคน คนละ 200-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มประเภทสินค้าที่บริโภคเป็นประจำ

กลุ่มประเภทสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์จากกาแฟ	160	72.7
ผลิตภัณฑ์จากชา	47	21.4
ผลิตภัณฑ์จากช็อคโกแลต	112	50.9
น้ำผลไม้	67	30.5
ขนมเค้ก คุกกี้	119	54.1
อื่นๆ	9	4.1

หมายเหตุ อื่นๆ หมายถึง อาหาร

จากตาราง 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประเภทสินค้าที่บริโภคเป็นประจำ ผลิตภัณฑ์จากกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมามีกลุ่มประเภทสินค้าที่บริโภคเป็นประจำ ขนม

เค้ก คุกกี้ คิดเป็นร้อยละ 54.1 และมีกลุ่มประเภทสินค้าที่บริโภคเป็นประจำ ผลิตภัณฑ์จากช็อคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 50.9

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักร้านค้าแฟฟ

สื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โฆษณาทางหนังสือแจกฟรีของเชียงใหม่	41	18.6
เพื่อน/คนรู้จัก	138	62.7
ป้ายหน้าร้าน	176	80.0
ใบปลิว/แผ่นพับ	10	4.5
โปสเตอร์ติดตามสถานที่ต่างๆ	40	18.2
อื่นๆ	8	3.6

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง เดินผ่าน

จากตาราง 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านค้าแฟฟจาก ป้ายหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา มีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านค้าแฟฟจาก เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 62.7 และมีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านค้าแฟฟจาก โฆษณาทางหนังสือแจกฟรีของเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 18.6

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่

ชอบ

การส่งเสริมการขาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล	31	14.1
มีบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	53	24.1
ซื้อ 1 แลก 1	90	40.9
มีคู่มือส่วนลด	26	11.8
มีการชิงโชค ชิงรางวัล	1	0.5
อื่นๆ	19	8.6
รวม	220	100.0

หมายเหตุ อื่นๆหมายถึง ไม่มี หรือไม่ชอบการส่งเสริมการขาย และไม่จำเป็น

จากตาราง 4.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการขายแบบซื้อ 1 แลก 1 คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 24.1 และ ชอบการส่งเสริมการขายแบบการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล คิดเป็นร้อยละ 14.1

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึกในการใช้บริการร้านกาแฟ

ความรู้สึก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	69	31.4
แพงเกินความเป็นจริง	26	11.8
ประทับใจทุกครั้งที่ใช้บริการ	42	19.05
อื่นๆ	83	37.75
รวม	220	100.0

จากตาราง 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกในการใช้บริการร้านกาแฟอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมา มีความรู้สึกในการใช้บริการร้านกาแฟแล้วคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป คิดเป็นร้อยละ 31.4 และมีความรู้สึกในการใช้บริการร้านกาแฟแล้ว ประทับใจทุกครั้งที่ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 19.05

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

ตาราง 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของร้าน	25 (11.4)	105 (47.7)	70 (31.8)	16 (7.3)	4 (1.8)	3.60 (มาก)	8
ความสดใหม่ของกาแฟที่ จำหน่ายในร้าน	45 (20.5)	105 (47.7)	67 (30.5)	3 (1.4)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	5
ความสดใหม่ของเครื่องดื่มที่ จำหน่ายในร้าน	48 (21.8)	105 (47.7)	63 (28.6)	4 (1.8)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	4
ความสะอาดของกาแฟที่ จำหน่ายในร้าน	73 (33.2)	80 (36.4)	63 (28.6)	4 (1.8)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	3
ความสะอาดของเครื่องดื่มที่ จำหน่ายในร้าน	74 (33.6)	81 (36.8)	62 (28.2)	3 (1.4)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	2
ความหลากหลายของชนิด กาแฟที่จำหน่ายในร้าน	33 (15.0)	86 (39.1)	82 (37.3)	19 (8.6)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	8
ความหลากหลายของชนิด เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน	34 (15.5)	86 (39.1)	79 (35.9)	20 (9.1)	1 (0.5)	3.60 (มาก)	8
ความหลากหลายของชนิด กาแฟที่จำหน่ายในร้าน	33 (15.0)	86 (39.1)	82 (37.3)	19 (8.6)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	8
ความหลากหลายของชนิด เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน	34 (15.5)	86 (39.1)	79 (35.9)	20 (9.1)	1 (0.5)	3.60 (มาก)	8
ความหลากหลายของขนมที่ จำหน่ายในร้าน	31 (14.1)	69 (31.4)	74 (33.6)	39 (17.7)	7 (3.2)	3.35 (ปานกลาง)	13
รสชาติของกาแฟคงที่	60 (27.3)	83 (37.7)	62 (28.2)	15 (6.8)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	6

ตาราง 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รสชาติของเครื่องดื่มคองที่	44 (20.0)	92 (41.8)	67 (30.5)	17 (7.7)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	7
รสชาติของขนมคองที่	36 (16.4)	75 (34.1)	82 (37.3)	24 (10.9)	3 (1.4)	3.53 (มาก)	12
ภาชนะบรรจุสะอาด	73 (33.2)	100 (45.5)	38 (17.3)	9 (4.1)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	1
ภาชนะที่บรรจุกาแฟมี หลายขนาดให้เลือก	37 (16.8)	70 (31.8)	90 (40.9)	22 (10.0)	1 (0.5)	3.55 (มาก)	11
การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่ แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมันต่ำ	26 (11.8)	57 (25.9)	74 (33.6)	33 (15.0)	30 (13.6)	3.07 (ปาน กลาง)	14
ค่าเฉลี่ยรวม						3.70 (มาก)	

จากตาราง 18 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.70 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ภาชนะบรรจุสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความสดใหม่ของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความสดใหม่ของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.87) รสชาติของกาแฟคองที่ (ค่าเฉลี่ย 3.85) รสชาติของเครื่องดื่มคองที่ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ชื่อเสียงของร้าน, ความหลากหลายของชนิดกาแฟที่จำหน่ายในร้าน, ความหลากหลายของชนิดเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.60) ภาชนะที่บรรจุกาแฟมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.55) รสชาติของขนมคองที่ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ความหลากหลายของขนมที่จำหน่ายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.35) และ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.07

ตาราง 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่การ แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีป้ายราคาบอกชัดเจน	50 (22.7)	100 (45.5)	67 (30.5)	3 (1.4)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	1
ราคาของกาแฟมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	50 (22.7)	101 (45.9)	64 (29.1)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	2
ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมี ความเหมาะสมกับคุณภาพ	40 (18.2)	93 (42.3)	74 (33.6)	12 (5.5)	1 (0.5)	3.72 (มาก)	3
ราคาของขนมมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	38 (17.3)	76 (34.5)	77 (35.0)	26 (11.8)	3 (1.4)	3.55 (มาก)	5
มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ	34 (15.5)	89 (40.5)	71 (32.2)	21 (9.5)	5 (2.3)	3.57 (มาก)	4
มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	32 (14.5)	75 (34.1)	85 (38.6)	21 (9.5)	7 (3.2)	3.47 (ปาน กลาง)	7
มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต	28 (12.7)	81 (36.8)	87 (39.5)	17 (7.7)	7 (3.2)	3.48 (ปาน กลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.65 (มาก)	-

จากตาราง 4.19 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน(ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ราคาของขนมมีความเหมาะสมกับคุณภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.55)

และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.48) และ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม(ค่าเฉลี่ย 3.47)

ตาราง 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย	53 (24.1)	93 (42.3)	54 (24.5)	15 (6.8)	5 (2.3)	3.79 (มาก)	1
ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม	37 (16.8)	94 (42.7)	81 (36.8)	8 (3.6)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	3
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	62 (28.2)	73 (33.2)	64 (29.1)	18 (8.2)	3 (1.4)	3.79 (มาก)	1
ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย	28 (12.7)	49 (22.3)	63 (28.6)	47 (21.4)	33 (15.0)	2.96 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.57 (มาก)	-

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.57 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.79) ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.73) และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.96)

**ตาราง 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด**

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	15 (6.8)	50 (22.7)	87 (39.5)	49 (22.3)	19 (8.6)	2.97 (ปานกลาง)	3
การมีการสะสมยอดเพื่อ แลกรางวัล	16 (7.3)	63 (28.6)	61 (27.7)	50 (22.7)	30 (13.6)	2.93 (ปานกลาง)	4
มีการจัดทำบัตรสมาชิก เพื่อรับส่วนลด	29 (13.2)	63 (28.6)	48 (21.8)	40 (18.2)	40 (18.2)	3.00 (ปานกลาง)	2
มีการชิงโชค ชิงรางวัล	14 (6.4)	42 (19.1)	71 (32.3)	45 (20.5)	48 (21.8)	2.68 (ปานกลาง)	6
การให้คู่มือส่วนลด	30 (13.6)	52 (23.6)	50 (22.7)	46 (20.9)	42 (19.1)	2.92 (ปานกลาง)	5
มีโปรแกรมส่งเสริมการ ขายที่น่าสนใจ เช่น การ ซื้อ 1 แถม 1	40 (18.2)	63 (28.6)	44 (20.0)	35 (15.9)	38 (17.3)	3.15 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						2.94 (ปานกลาง)	-

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.94 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 (ค่าเฉลี่ย 3.15) มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.00) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.97) การมีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.93) การให้คู่มือส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 2.92) และมีการชิงโชค ชิงรางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.68)

**ตาราง 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล**

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่อง ของกาแฟ	29 (13.2)	99 (45.0)	86 (39.1)	4 (1.8)	2 (0.9)	3.68 (มาก)	8
พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชง กาแฟ	32 (14.5)	105 (47.7)	77 (35.0)	5 (2.3)	1 (0.5)	3.74 (มาก)	4
พนักงานชงกาแฟมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ	55 (25.0)	79 (35.9)	78 (35.5)	6 (2.7)	2 (0.9)	3.81 (มาก)	3
พนักงานชงกาแฟสามารถให้ คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	48 (21.8)	76 (34.5)	84 (38.2)	11 (5.0)	1 (0.5)	3.72 (มาก)	6
พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและ แต่งกายเหมาะสม	57 (25.9)	89 (40.5)	64 (29.1)	9 (4.1)	1 (0.5)	3.87 (มาก)	2
พนักงานโดยรวมสามารถตอบข้อ ซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการ ทราบได้เป็นอย่างดี	49 (22.3)	82 (37.3)	70 (31.8)	17 (7.7)	2 (0.9)	3.72 (มาก)	6
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของ พนักงานโดยรวม	41 (18.6)	81 (36.8)	73 (33.2)	24 (10.9)	1 (0.5)	3.62 (มาก)	9
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานโดยรวม	69 (31.4)	70 (31.8)	70 (31.8)	9 (4.1)	2 (0.9)	3.89 (มาก)	1
จำนวนพนักงาน โดยรวมเพียงพอที่จะ ให้บริการ	42 (19.1)	92 (41.8)	74 (33.6)	11 (5.0)	1 (0.5)	3.74 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.75 (มาก)	0.57

จากตาราง 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารแปอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.89) พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.81) พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ และจำนวนพนักงานโดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.74) พนักงานชงกาแฟสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆได้และพนักงานโดยรวมสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.72) พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.62)

**ตาราง 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ**

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับที่ การแปล ผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะดวกรวดเร็วในการ ให้บริการ	65 (29.5)	82 (37.3)	68 (30.9)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	1
ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	59 (26.8)	78 (35.5)	76 (34.5)	6 (2.7)	1 (0.5)	3.85 (มาก)	3
ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้า และชำระเงิน มีความรวดเร็ว	47 (21.4)	89 (40.5)	76 (34.5)	8 (3.6)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	4
ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับ สินค้ามีความรวดเร็ว	51 (23.2)	88 (40.0)	67 (30.5)	14 (6.4)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	4
มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	48 (21.8)	98 (44.5)	58 (26.4)	14 (6.4)	2 (0.9)	3.80 (มาก)	4
การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้อง ครบถ้วน	53 (24.1)	101 (45.9)	62 (28.2)	4 (1.8)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.85 (มาก)	-

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.85 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว และมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.80)

ตาราง 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอทางกายภาพ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่ การแปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัด	44 (20.0)	92 (41.8)	72 (32.7)	9 (4.1)	3 (1.4)	3.75 (มาก)	6
การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของ ร้านมีความเป็นกันเอง	60 (27.3)	87 (39.5)	68 (30.9)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	3
ความสะอาดของร้าน	71 (32.3)	100 (45.5)	48 (21.8)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	1
การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ และ อุปกรณ์เป็นระเบียบ	48 (21.8)	107 (48.6)	63 (28.6)	2 (0.9)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	4
การมีที่นั่งสะดวกสบาย	63 (28.6)	101 (45.9)	49 (22.3)	7 (3.2)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	2
ความทันสมัยของ อุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและ เครื่องดื่ม	42 (19.1)	96 (43.6)	76 (34.5)	6 (2.7)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	5
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มี บริการไว้สำหรับลูกค้า	41 (18.6)	72 (32.7)	74 (33.6)	30 (13.6)	3 (1.4)	3.54 (มาก)	8
การมีบริการใช้ อินเทอร์เน็ต	53 (24.1)	55 (25.0)	35 (15.9)	24 (10.9)	53 (24.1)	3.14 (ปานกลาง)	9
การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรี ภายในร้าน	46 (20.9)	43 (19.5)	42 (19.1)	32 (14.5)	57 (25.9)	2.95 (ปานกลาง)	10
มีสัญลักษณ์ของร้านจดจำ ได้ง่าย	47 (21.4)	76 (34.5)	67 (30.5)	26 (11.8)	4 (1.8)	3.62 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.67 (มาก)	-

จากตาราง 4.23 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.67 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.10) การมีที่นั่งสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.92) การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.79) ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัด(ค่าเฉลี่ย 3.75) มีสัญลักษณ์ของร้านจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.62) หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีบริการไว้สำหรับลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 3.54) และ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ การมีบริการใช้อินเตอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.14) และ การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ตาราง 4.25 ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.85	มาก
ด้านบุคคล	3.75	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	3.70	มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	3.67	มาก
ด้านราคา	3.65	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.57	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.94	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คืออันดับแรก ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.75) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.65) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต อยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตาราง 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านไม่ค่อยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	51	23.2
กาแฟที่จำหน่ายในร้านไม่ค่อยสดใหม่	29	13.2
เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้านไม่ค่อยสดใหม่	18	8.2
กาแฟที่จำหน่ายในร้านไม่ค่อยสะอาด	20	9.1
เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้านไม่ค่อยสะอาด	21	9.5
ไม่มีความหลากหลายของชนิดกาแฟที่จำหน่ายในร้าน	29	13.2
ไม่มีความหลากหลายของชนิดเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน	31	14.1
ไม่มีความหลากหลายของขนมที่จำหน่ายในร้าน	48	21.8
รสชาติของกาแฟไม่คงที่	86	39.1
รสชาติของเครื่องดื่มไม่คงที่	46	20.9
รสชาติของขนมไม่คงที่	41	18.6
ภาชนะบรรจุไม่สะอาด	23	10.5
ขนาดบรรจุภัณฑ์ไม่หลากหลาย	34	15.5
ไม่มีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	73	33.2

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.26 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ รสชาติของกาแฟไม่คงที่ คิดเป็นร้อยละ 39.1 ไม่มีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น คิดเป็นร้อยละ 33.2 และร้านไม่ค่อยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 23.2

ตาราง 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีป้ายราคาบอกชัดเจน	31	14.1
ราคาของกาแฟไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	51	23.2
ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	33	15.0
ราคาของขนมไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	58	26.4
ไม่มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ	36	16.4
ไม่มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	28	12.7
ไม่มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	13	5.9

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.27 พบว่าปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาของขนมไม่เหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 26.4 ราคาของกาแฟไม่เหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 23.2 และไม่มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ คิดเป็นร้อยละ 16.4

ตาราง 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ยาก	67	30.5
ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม	26	11.8
ที่นั่งรับรองลูกค้าไม่เพียงพอ	78	35.5
ทางร้านไม่มี Website	85	38.6

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.28 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ทางร้านไม่มี Website คิดเป็นร้อยละ 38.6 ที่นั่งรับรองลูกค้าไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 35.5 และที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ยาก คิดเป็นร้อยละ 30.5

ตาราง 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	43	19.5
ไม่มีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล	52	23.6
ไม่มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	57	25.9
ไม่มีการชิงโชค ชิงรางวัล	81	36.8
ไม่มีการให้คูปองส่วนลด	85	38.6
ไม่มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	93	42.3

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.29 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือไม่มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 42.3 ไม่มีการให้คูปองส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 38.6 และไม่มีการชิงโชค ชิงรางวัล คิดเป็นร้อยละ 36.8

ตาราง 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล

ปัญหาด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานชงกาแฟ ไม่มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ	30	13.6
พนักงานชงกาแฟ ไม่มีทักษะในการชงกาแฟ	27	12.3
พนักงานชงกาแฟ ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	47	21.4
พนักงานชงกาแฟ ไม่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับเมนูใหม่ๆ ได้	42	19.1
บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน โดยรวมไม่เหมาะสม	26	11.8
พนักงาน โดยรวมไม่สามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้	46	20.9
พนักงาน โดยรวมไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา	36	16.4
พนักงาน โดยรวมไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	42	19.1
จำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	41	18.6

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.30 พบว่าปัญหาด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานชงกาแฟ ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 21.4 พนักงาน โดยรวมไม่สามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้คิดเป็นร้อยละ 20.9 เท่ากัน และพนักงานชงกาแฟ ไม่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับเมนูใหม่ๆ ได้และพนักงาน โดยรวมไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี คิดเป็นร้อยละ 19.1 เท่ากัน

ตาราง 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การให้บริการมีความล่าช้า	50	22.7
ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้ายุ่งยากซับซ้อน	24	10.9
ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินล่าช้ามาก	29	13.2
ระยะเวลาที่ใช้ในการได้รับสินค้ามีความล่าช้ามาก	50	22.7
ไม่มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	41	18.6
การเสิร์ฟสินค้าไม่มีความถูกต้อง	27	12.3

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.31 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การให้บริการมีความล่าช้าและระยะเวลาที่ใช้ในการได้รับสินค้ามีความล่าช้ามาก คิดเป็นร้อยละ 22.7 ไม่มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 18.6 และระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินล่าช้ามาก คิดเป็นร้อยละ 13.2

ตาราง 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ป้ายหน้าร้านมองเห็นได้ไม่ชัด	34	15.5
การตกแต่งร้านและบรรยากาศของร้าน ไม่สวยงามและทันสมัย	34	15.5
ร้านไม่มีความสะอาด	30	13.6
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์ไม่เป็นระเบียบ	29	13.2
ที่นั่ง (เก้าอี้) นั่งไม่สบาย	49	22.3
อุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟและเครื่องดื่ม ไม่มีความทันสมัย	14	6.4
ไม่มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้ให้บริการลูกค้า	38	17.3
ไม่มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้	106	48.2
ไม่มีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน	92	41.8
สัญลักษณ์ของร้านจำได้ยาก	26	11.8

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.32 พบว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ไม่มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 48.2 ไม่มีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน คิดเป็นร้อยละ 41.8 และที่นั่ง (เก้าอี้) นั่งไม่สบายคิดเป็นร้อยละ 22.3

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้
บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด

ตาราง 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				รวม
	ชาย n = 86		หญิง n = 134		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
ชื่อเสียงของร้าน	3.51	มาก 10	3.65	มาก 8	มาก 3.58
ความสดใหม่ของกาแฟที่ จำหน่ายในร้าน	3.80	มาก 6	3.92	มาก 4	มาก 3.86
ความสดใหม่ของเครื่องดื่มที่ จำหน่ายในร้าน	3.88	มาก 5	3.90	มาก 5	มาก 3.89
ความสะอาดของกาแฟที่ จำหน่ายในร้าน	4.06	มาก 1	3.98	มาก 3	มาก 4.02
ความสะอาดของเครื่องดื่มที่ จำหน่ายในร้าน	3.98	มาก 3	4.06	มาก 2	มาก 4.02
ความหลากหลายของชนิดกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน	3.64	มาก 7	3.58	มาก 11	มาก 3.61
ความหลากหลายของชนิด เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน	3.58	มาก 9	3.61	มาก 9	มาก 3.60
ความหลากหลายของขนมที่ จำหน่ายในร้าน	3.27	ปานกลาง 13	3.41	ปานกลาง 13	ปานกลาง 3.34
รสชาติของกาแฟคงที่	3.92	มาก 4	3.81	มาก 7	มาก 3.87
รสชาติของเครื่องดื่มคงที่	3.60	มาก 8	3.83	มาก 6	มาก 3.72

ตาราง 4.33 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				รวม
	ชาย n = 86		หญิง n = 134		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
รสชาติของขนมปังที่	3.41	ปานกลาง 12	3.61	มาก 9	มาก 3.51
ภาชนะบรรจุสะอาด	4.01	มาก 2	4.12	มาก 1	มาก 4.07
ภาชนะที่บรรจุกาแฟมีหลาย ขนาดให้เลือก	3.50	มาก 11	3.57	มาก 12	มาก 3.54
การมีเครื่องคัมนิคพิเศษที่ แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องคัมนาเขียวป่น หรือ เครื่องคัมน้ำมันดำ	3.07	ปานกลาง 14	3.07	ปานกลาง 14	ปานกลาง 3.07
รวม	3.66	มาก	3.72	มาก	มาก 3.69

จากตาราง 4.33 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชายและเพศหญิงอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และ 3.66 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 4.06 รองลงมา ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 4.01 และความสะอาดของเครื่องคัมนิคที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา ความสะอาดของเครื่องคัมนิคที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 และ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98

ตาราง 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ				รวม
	ชาย n = 86		หญิง n = 134		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
มีป้ายราคาบอกชัดเจน	3.85	มาก 1	3.93	มาก 2	มาก 3.89
ราคาของกาแฟมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.79	มาก 2	3.96	มาก 1	มาก 3.88
ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมี ความเหมาะสมกับคุณภาพ	3.58	มาก 3	3.81	มาก 3	มาก 3.70
ราคาของขนมมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.35	มาก 7	3.67	มาก 4	มาก 3.51
มีราคาให้เลือกตามภาระบรรจุ	3.47	มาก 4	3.64	มาก 5	มาก 3.56
มีราคาตามส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	3.36	มาก 6	3.54	มาก 7	ปาน กลาง 3.45
มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต	3.37	มาก 5	3.55	มาก 6	ปาน กลาง 3.46
รวม	3.54	มาก	3.73	มาก	มาก 3.64

จากตาราง 4.34 พบว่าปัจจัยด้านราคาจำแนกตามเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชายและเพศหญิงอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และ 3.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81

ตาราง 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ				รวม
	ชาย n = 86		หญิง n = 134		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปลผล
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย	3.71	มาก 1	3.84	มาก 1	มาก 3.78
ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม	3.66	มาก 3	3.77	มาก 3	มาก 3.72
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	3.70	มาก 2	3.84	มาก 1	มาก 3.77
ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย	2.86	ปานกลาง 4	3.03	ปานกลาง 4	ปานกลาง 3.96
รวม	3.48	มาก	3.62	มาก	มาก 3.55

จากตาราง 4.35 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชายและเพศหญิงอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และ 3.62 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.70 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย และมีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.84 รองลงมา ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77

ตาราง 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	เพศ				รวม
	ชาย n = 86		หญิง n = 134		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	2.86	ปานกลาง 3	3.04	ปานกลาง 4	ปานกลาง 2.95
การมีกระแสสมยอมอดเพื่อแลก รางวัล	2.79	ปานกลาง 4	3.02	ปานกลาง 5	ปานกลาง 2.91
มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับ ส่วนลด	2.87	ปานกลาง 2	3.09	ปานกลาง 2	ปานกลาง 2.98
มีการชิงโชค ชิงรางวัล	2.50	ปานกลาง 6	2.79	ปานกลาง 6	ปานกลาง 2.65
การให้คู่มือส่วนลด	2.71	ปานกลาง 5	3.05	ปานกลาง 3	ปานกลาง 2.88
มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่ น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1	2.92	ปานกลาง 1	3.29	ปานกลาง 1	ปานกลาง 3.11
รวม	2.76	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	ปานกลาง 2.91

จากตาราง 4.36 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชายและเพศหญิงอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 และ 3.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.87 และ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.29 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.09 และ การให้คูปองส่วนลด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.05



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ				รวม
	ชาย n = 86		หญิง n = 134		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ	3.58	มาก 8	3.74	มาก 6	มาก 3.66
พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ	3.65	มาก 6	3.79	มาก 5	มาก 3.72
พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.78	มาก 3	3.84	มาก 3	มาก 3.81
พนักงานชงกาแฟสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	3.74	มาก 5	3.71	มาก 8	มาก 3.73
พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม	3.81	มาก 2	3.91	มาก 1	มาก 3.86
พนักงานโดยรวมสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้เป็นอย่างดี	3.60	มาก 7	3.80	มาก 4	มาก 3.7
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม	3.58	มาก 8	3.65	มาก 9	มาก 3.62
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม	3.88	มาก 1	3.89	มาก 2	มาก 3.89
จำนวนพนักงานโดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ	3.76	มาก 4	3.73	มาก 7	มาก 3.75
รวม	3.71	มาก	3.78	มาก	มาก 3.75

จากตาราง 4.37 พบว่าด้านบุคคลจำแนกตามเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชายและเพศหญิงอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และ 3.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81 และ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมา มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.89 และ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84

ตาราง 4.38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	เพศ				รวม
	ชาย n = 86		หญิง n = 134		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
ความสะดวกรวดเร็วในการ ให้บริการ	3.91	มาก 2	3.96	มาก 1	มาก 3.94
ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	3.86	มาก 3	3.85	มาก 4	มาก 3.86
ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งสินค้า และชำระเงิน มีความรวดเร็ว	3.79	มาก 4	3.80	มาก 6	มาก 3.80
ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับ สินค้ามีความรวดเร็ว	3.73	มาก 5	3.84	มาก 5	มาก 3.79
มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	3.69	มาก 6	3.87	มาก 3	มาก 3.78
การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้อง ครบถ้วน	3.94	มาก 1	3.91	มาก 2	มาก 3.93
รวม	3.82	มาก	3.87	มาก	มาก 3.85

จากตาราง 4.38 พบว่าด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชายและเพศหญิงอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และ 3.87 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96

รองลงมา การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ตาราง 4.39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพจำแนกเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	เพศ				รวม
	ชาย n = 86		หญิง n = 134		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	แปลผลค่าเฉลี่ย
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัด	3.63	มาก 6	3.83	มาก 5	มาก 3.73
การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง	3.87	มาก 3	3.95	มาก 3	มาก 3.91
ความสะอาดของร้าน	4.01	มาก 1	4.15	มาก 1	มาก 4.08
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	3.87	มาก 3	3.94	มาก 4	มาก 3.91
การมีที่นั่งสะดวกสบาย	3.99	มาก 2	4.01	มาก 2	มาก 4.00
ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ ชงกาแฟและเครื่องดื่ม	3.74	มาก 5	3.82	มาก 6	มาก 3.78
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีบริการไว้สำหรับลูกค้า	3.40	ปานกลาง 8	3.63	มาก 8	มาก 3.52
การมีบริการใช้อินเทอร์เน็ต	3.02	ปานกลาง 9	3.22	ปานกลาง 9	ปานกลาง 3.12

ตาราง 4.39 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ทางกายภาพ	เพศ				รวม
	ชาย n = 86		หญิง n = 134		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายใน ร้าน	2.94	ปานกลาง 10	2.96	ปานกลาง 10	2.95
มีสัญลักษณ์ของร้านจดจำได้ง่าย	3.55	มาก 7	3.66	มาก 7	3.61
 รวม	3.60	มาก	3.72	มาก	3.66

จากตาราง 4.39 พบว่าด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชายและเพศหญิงอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และ 3.72 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99 และ การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเองและการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.15 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.01 และ การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเองอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95

ตาราง 4.40 แสดงค่าเฉลี่ย และให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
ชื่อเสียงของร้าน	3.61	มาก 11	3.61	มาก 8	3.51	มาก 11	มาก 3.58
ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน	3.95	มาก 4	3.85	มาก 6	3.83	มาก 6	มาก 3.88
ความสดใหม่ของ เครื่องดื่มที่จำหน่ายใน ร้าน	3.95	มาก 4	3.87	มาก 4	3.89	มาก 4	มาก 3.90
ความสะอาดของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน	4.02	มาก 3	4.01	มาก 2	4.00	มาก 3	มาก 4.01
ความสะอาดของ เครื่องดื่มที่จำหน่ายใน ร้าน	4.12	มาก 1	3.98	มาก 3	4.03	มาก 2	มาก 4.04
ความหลากหลายของ ชนิดกาแฟที่จำหน่ายใน ร้าน	3.71	มาก 9	3.52	มาก 10	3.71	มาก 8	มาก 3.65
ความหลากหลายของ ชนิดเครื่องดื่มที่ จำหน่ายในร้าน	3.64	มาก 10	3.58	มาก 9	3.60	มาก 9	มาก 3.61
ความหลากหลายของ ขนมที่จำหน่ายในร้าน	3.51	มาก 13	3.29	ปานกลาง 13	3.34	ปานกลาง 13	ปานกลาง 3.38
รสชาติของกาแฟที่	3.81	มาก 7	3.87	มาก 4	3.89	มาก 5	มาก 3.86
รสชาติของเครื่องดื่ม คองที่	3.88	มาก 6	3.67	มาก 7	3.77	มาก 7	มาก 3.77
รสชาติของขนมคองที่	3.73	มาก 8	3.48	ปานกลาง 12	3.40	ปานกลาง 12	มาก 3.54

ตาราง 4.40(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
ภาชนะบรรจุสะอาด	4.08	มาก 2	4.08	มาก 1	4.06	มาก 1	มาก 4.07
ภาชนะที่บรรจุกาแฟมี หลายขนาดให้เลือก	3.56	มาก 12	3.52	มาก 10	3.60	มาก 10	มาก 3.56
การมีเครื่องคั่วชนิด พิเศษที่แตกต่างจากร้าน อื่น เช่น เครื่องคั่วชา เขียวป่น หรือเครื่องคั่ว ไขมันต่ำ	3.15	ปานกลาง 14	3.06	ปานกลาง 14	3.00	ปานกลาง 14	ปานกลาง 3.07
รวม	3.77	มาก	3.67	มาก	3.69	มาก	มาก 3.71

จากตาราง 4.40 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟโดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 25-35 และช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77, 3.67 และ 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของเครื่องคั่วที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.12 ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.08 และความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 - 35 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.08 ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.01 และ ความสะอาดของเครื่องคั่วที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.06 ความสะอาดของเครื่องคั่วที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.03 และ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.00

ตาราง 4.41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
มีป้ายราคาบอกชัดเจน	3.90	มาก 1	3.87	มาก 1	4.00	มาก 1	มาก 3.92
ราคาของกาแฟมีความ เหมาะสมกับคุณภาพ	3.88	มาก 2	3.87	มาก 1	4.00	มาก 1	มาก 3.92
ราคาของเครื่องดื่ม ชนิดอื่นมีความ เหมาะสมกับคุณภาพ	3.64	มาก 3	3.74	มาก 3	3.80	มาก 3	มาก 3.73
ราคาของขนมมีความ เหมาะสมกับคุณภาพ	3.56	มาก 4	3.56	มาก 5	3.46	ปานกลาง 6	มาก 3.53
มีราคาให้เลือกตาม ภาชนะบรรจุ	3.42	ปานกลาง 7	3.60	มาก 4	3.71	มาก 4	มาก 3.58
มีราคาตามส่วนผสม ของผลิตภัณฑ์ที่ เพิ่มเติม	3.49	ปานกลาง 5	3.46	ปานกลาง 6	3.49	ปานกลาง 7	ปานกลาง 3.48
มีบริการรับชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต	3.49	ปานกลาง 5	3.44	ปานกลาง 7	3.60	ปานกลาง 5	มาก 3.51
รวม	3.63	มาก	3.65	มาก	3.72	มาก	มาก 3.67

จากตาราง 4.41 พบว่าปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 25-35 และช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63, 3.65 และ 3.72 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.90 ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.88 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.64

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 - 35 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน และราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.87 ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.74 และ มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน และราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.00 รองลงมา ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.80 และ มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.71

ตาราง 4.42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่ หาได้ง่าย	3.78	มาก 1	3.80	มาก 1	3.77	มาก 2	มาก 3.78
ระยะเวลาเปิดปิด ให้บริการมีความ เหมาะสม	3.69	มาก 2	3.75	มาก 3	3.69	มาก 3	มาก 3.71
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้ เพียงพอ	3.68	มาก 3	3.79	มาก 2	3.97	มาก 1	มาก 3.81
ทางร้านมี Website ทำ ให้ลูกค้ารู้จักและ เข้าถึงได้ง่าย	3.07	ปานกลาง 4	2.94	ปานกลาง 4	2.86	ปานกลาง 4	ปานกลาง 2.96
รวม	3.56	มาก	3.57	มาก	3.57	มาก	มาก 3.57

จากตาราง 4.42 พบว่าปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้
บริการร้านกาแฟ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 25-35 และช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56, 3.57 และ 3.57 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจให้ อยู่ในระดับ
มาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.78 ระยะเวลาเปิด
ปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.69 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26 - 35 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก
มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา มีที่นั่ง
รองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.79 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย
3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.77 และ มีระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.69

ตาราง 4.43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	แปลผลค่าเฉลี่ย
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.17	ปานกลาง 1	2.90	ปานกลาง 4	2.86	ปานกลาง 5	ปานกลาง 2.98
การมีบริการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล	3.03	ปานกลาง 3	2.87	ปานกลาง 5	3.00	ปานกลาง 2	ปานกลาง 2.97
มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	3.07	ปานกลาง 2	2.98	ปานกลาง 2	3.00	ปานกลาง 2	ปานกลาง 3.02
มีการชิงโชค ชิงรางวัล	2.86	ปานกลาง 6	2.58	ปานกลาง 6	2.71	ปานกลาง 6	ปานกลาง 2.72
การให้คูปองส่วนลด	2.90	ปานกลาง 5	2.93	ปานกลาง 3	2.91	ปานกลาง 4	ปานกลาง 2.91
มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1	3.07	ปานกลาง 2	3.17	ปานกลาง 1	3.17	ปานกลาง 1	ปานกลาง 3.14
รวม	3.02	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	ปานกลาง 2.96

จากตาราง 4.43 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 25-35 และช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02, 2.91 และ 2.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.17 มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25-35 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.07 มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 2.98 และ การให้คูปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 2.93

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.17 การมีการระดมยอดเพื่อแลกรางวัล และมีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ตาราง 4.44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ลำดับที่
พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ	3.61	มาก 7	3.67	มาก 8	3.80	มาก 5	มาก 3.69
พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ	3.64	มาก 5	3.75	มาก 5	3.86	มาก 3	มาก 3.75
พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.69	มาก 3	3.83	มาก 2	3.97	มาก 1	มาก 3.83
พนักงานชงกาแฟสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	3.66	มาก 4	3.74	มาก 6	3.77	มาก 7	มาก 3.72
พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม	4.00	มาก 1	3.83	มาก 2	3.83	มาก 4	มาก 3.89
พนักงานโดยรวมสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้เป็นอย่างดี	3.64	มาก 5	3.74	มาก 6	3.80	มาก 5	มาก 3.73
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม	3.53	มาก 9	3.66	มาก 9	3.66	มาก 9	มาก 3.62

ตาราง 4.44(ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ลำดับที่
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม	3.78	มาก 2	3.91	มาก 1	3.97	มาก 1	มาก 3.89
จำนวนพนักงานโดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ	3.61	มาก 7	3.80	มาก 4	3.74	มาก 8	มาก 3.72
รวม	3.68	มาก	3.77	มาก	3.82	มาก	มาก 3.76

จากตาราง 4.44 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 25-35 และช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68, 3.77 และ 3.82 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.00 มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.78 และ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25-35 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.92 พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและพนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.97 เท่ากัน และ พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ มีค่าเฉลี่ย 3.86

ตาราง 4.45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
ความสะดวก รวดเร็วในการ ให้บริการ	3.85	มาก 2	3.96	มาก 1	4.03	มาก 1	มาก 3.95
ขั้นตอนในการสั่ง สินค้าไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.76	มาก 4	3.86	มาก 3	4.00	มาก 2	มาก 3.87
ระยะเวลาที่ใช้ใน การสั่งสินค้าและ ชำระเงิน มีความ รวดเร็ว	3.75	มาก 5	3.79	มาก 6	3.91	มาก 3	มาก 3.82
ระยะเวลาที่ใช้ใน การรอรับสินค้ามี ความรวดเร็ว	3.73	มาก 6	3.85	มาก 4	3.74	มาก 5	มาก 3.77
มีบริการเสิร์ฟที่ โต๊ะ	3.80	มาก 3	3.85	มาก 4	3.63	มาก 6	มาก 3.76
การเสิร์ฟสินค้ามี ความถูกต้อง ครบถ้วน	3.92	มาก 1	3.96	มาก 1	3.80	มาก 4	มาก 3.89
รวม	3.80	มาก	3.88	มาก	3.85	มาก	มาก 3.84

จากตาราง 4.45 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 25-35 และช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80, 3.88 และ 3.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.92 ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.85 และมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ มีค่าเฉลี่ย 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และการเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 เท่ากัน และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.03 ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.91

ตาราง 4.46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอทาง กายภาพ	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
ป้ายหน้าร้าน สวยงาม มองเห็น ได้ชัด	3.71	มาก 7	3.79	มาก 5	3.66	มาก 7	มาก 3.72
การตกแต่งร้าน สวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้าน มีความเป็นกันเอง	4.02	มาก 3	3.89	มาก 4	3.86	มาก 2	มาก 3.92
ความสะอาดของ ร้าน	4.14	มาก 1	4.10	มาก 1	4.00	มาก 1	มาก 4.08
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็น ระเบียบ	3.98	มาก 4	3.90	มาก 3	3.86	มาก 2	มาก 3.91
การมีที่นั่ง สะดวกสบาย	4.05	มาก 2	4.04	มาก 2	3.77	มาก 4	มาก 3.95
ความทันสมัยของ อุปกรณ์ที่ใช้ชง กาแฟและเครื่องดื่ม	3.85	มาก 5	3.78	มาก 6	3.74	มาก 5	มาก 3.79
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีบริการ ไว้สำหรับลูกค้า	3.58	มาก 8	3.51	มาก 8	3.57	มาก 8	มาก 3.55
การมีบริการใช้ อินเทอร์เน็ต	3.17	ปาน กลาง 9	3.13	ปาน กลาง 9	3.11	ปาน กลาง 9	ปาน กลาง 3.14

ตาราง 4.46(ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอทาง กายภาพ	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59		25 - 35 ปี n = 126		35 ปีขึ้นไป n = 35		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
การมีบริการใช้ ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน	3.03	ปาน กลาง 10	2.96	ปาน กลาง 10	2.77	ปาน กลาง 10	ปาน กลาง 2.92
มีสัญลักษณ์ของ ร้านจดจำได้ง่าย	3.75	มาก 6	3.54	มาก 7	3.69	มาก 6	มาก 3.66
รวม	3.73	มาก	3.66	มาก	3.60	มาก	3.84

จากตาราง 4.46 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 25-35 และช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73, 3.66 และ 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.14 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.05 และ คือ การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง ค่าเฉลี่ย 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.10 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.04 และ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.00 การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 เท่ากัน

ตาราง 4.47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	อาชีพ								รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
ชื่อเสียงของร้าน	3.51	มาก 10	3.55	มาก 12	3.72	มาก 9	3.62	มาก 9	มาก 3.6
ความสดใหม่ของกาแฟที่ จำหน่ายในร้าน	3.87	มาก 5	3.86	มาก 4	3.90	มาก 5	3.87	มาก 6	มาก 3.88
ความสดใหม่ของเครื่องดื่มที่ จำหน่ายในร้าน	3.87	มาก 5	3.83	มาก 5	3.97	มาก 1	3.93	มาก 5	มาก 3.90
ความสะอาดของกาแฟที่ จำหน่ายในร้าน	4.08	มาก 1	3.88	มาก 3	3.92	มาก 4	4.11	มาก 2	มาก 3.99
ความสะอาดของเครื่องดื่มที่ จำหน่ายในร้าน	4.06	มาก 2	3.97	มาก 2	3.97	มาก 1	4.09	มาก 3	มาก 4.02
ความหลากหลายของ ชนิดกาแฟที่ จำหน่ายในร้าน	3.70	มาก 7	3.67	มาก 7	3.67	มาก 11	3.44	มาก 12	มาก 3.62
ความหลากหลายของ ชนิดเครื่องดื่มที่ จำหน่ายในร้าน	3.55	มาก 9	3.59	มาก 9	3.74	มาก 8	3.57	มาก 11	มาก 3.61
ความหลากหลายของ ขนมที่จำหน่าย ในร้าน	3.23	ปาน กลาง 12	3.40	ปาน กลาง 13	3.44	ปาน กลาง 13	3.37	ปาน กลาง 13	ปาน กลาง 3.36

ตาราง 4.47(ต่อ)

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	อาชีพ								รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
รสชาติของ กาแฟที่	3.92	มาก 4	3.66	มาก 8	3.87	มาก 6	3.96	มาก 4	มาก 3.85
รสชาติของ เครื่องดื่มคองที่	3.66	มาก 8	3.72	มาก 6	3.85	มาก 7	3.76	มาก 7	มาก 3.75
รสชาติของขนม คองที่	3.23	ปาน กลาง 12	3.59	มาก 9	3.67	มาก 10	3.64	มาก 8	มาก 3.53
ภาชนะบรรจุ สะอาด	4.02	มาก 3	4.05	มาก 1	3.97	มาก 1	4.20	มาก 1	มาก 4.06
ภาชนะที่บรรจุ กาแฟมีหลาย ขนาดให้เลือก	3.45	ปาน กลาง 11	3.57	มาก 11	3.51	มาก 12	3.61	มาก 10	มาก 3.53
การมีเครื่องดื่ม ชนิดพิเศษที่ แตกต่างจาก ร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชา เขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมัน ต่ำ	3.00	ปาน กลาง 14	3.02	ปาน กลาง 14	3.13	ปาน กลาง 14	3.14	ปาน กลาง 14	มาก 3.07
รวม	3.65	มาก	3.67	มาก	3.74	มาก	3.74	มาก	มาก 3.70

จากตาราง 4.47 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65, 3.67, 3.74 และ 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.08 ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.05 ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.97 และ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน และภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.20 ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.11 และ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.09

ตาราง 4.48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ								รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
มีป้ายราคาบอก ชัดเจน	3.96	มาก 1	3.78	มาก 2	4.03	มาก 1	3.87	มาก 2	มาก 3.91
ราคาของกาแฟมี ความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.92	มาก 2	3.79	มาก 1	3.92	มาก 2	3.93	มาก 1	มาก 3.89
ราคาของ เครื่องดื่มชนิดอื่น มีความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.72	มาก 3	3.52	มาก 4	3.90	มาก 3	3.80	มาก 3	มาก 3.73
ราคาของขนมมี ความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.40	ปาน กลาง 7	3.50	มาก 6	3.51	มาก 4	3.71	มาก 5	มาก 3.53
มีราคาให้เลือก ตามภาชนะบรรจุ	3.55	มาก 4	3.45	ปาน กลาง 7	3.49	ปาน กลาง 5	3.74	มาก 4	มาก 3.56
มีราคาตาม ส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่ เพิ่มเติม	3.43	ปาน กลาง 5	3.52	มาก 4	3.38	ปาน กลาง 7	3.51	มาก 6	ปาน กลาง 3.46
มีบริการชำระ เงินด้วยบัตร เครดิต	3.42	ปาน กลาง 6	3.53	มาก 3	3.49	ปาน กลาง 5	3.49	ปาน กลาง 7	ปาน กลาง 3.48
รวม	3.63	มาก	3.58	มาก	3.67	มาก	3.72	มาก	มาก 3.65

จากตาราง 4.48 พบว่าปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63, 3.58, 3.67 และ 3.72 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.92 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.79 มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.78 และ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.53

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.03 ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.92 และราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.93 มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.87 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.80

ตาราง 4.49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัด จำหน่าย	อาชีพ								รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
ที่ตั้งร้านอยู่ใน ทำเลที่หาได้ง่าย	3.85	มาก 2	3.66	มาก 1	3.82	มาก 2	3.84	มาก 1	มาก 3.79
ระยะเวลาเปิดปิด ให้บริการมีความ เหมาะสม	3.75	มาก 3	3.64	มาก 2	3.69	มาก 3	3.80	มาก 2	มาก 3.72
มีที่นั่งรองรับ ลูกค้าได้เพียงพอ	3.94	มาก 1	3.60	มาก 3	3.92	มาก 1	3.74	มาก 3	มาก 3.80
ทางร้านมี Website ทำให้ ลูกค้ารู้จักและ เข้าถึงได้ง่าย	2.81	ปาน กลาง 4	3.03	ปาน กลาง 4	2.92	ปาน กลาง 4	3.04	ปาน กลาง 4	ปาน กลาง 2.19
รวม	3.59	มาก	3.48	มาก	3.59	มาก	3.60	มาก	มาก 3.57

จากตาราง 4.49 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าแพ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59, 3.48, 3.59 และ 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.94 ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.85 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.66

ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.64 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.82 และระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.84 ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.80 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.74

ตาราง 4.50 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ								รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
การโฆษณา ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	2.91	ปาน กลาง 3	3.09	ปาน กลาง 1	2.97	ปาน กลาง 3	2.91	ปาน กลาง 5	ปาน กลาง 2.97
การมีเอกสาร ขอเพื่อแลก รางวัล	2.75	ปาน กลาง 5	3.00	ปาน กลาง 3	2.79	ปาน กลาง 5	3.09	ปาน กลาง 2	ปาน กลาง 2.91
มีการจัดทำบัตร สมาชิกเพื่อรับ ส่วนลด	2.94	ปาน กลาง 2	2.97	ปาน กลาง 4	3.08	ปาน กลาง 2	3.04	ปาน กลาง 4	ปาน กลาง 3.01
มีการชิงโชค ชิง รางวัล	2.47	ปาน กลาง 6	2.79	ปาน กลาง 6	2.72	ปาน กลาง 6	2.71	ปาน กลาง 6	ปาน กลาง 2.67
การให้คู่มือ ส่วนลด	2.83	ปาน กลาง 4	2.83	ปาน กลาง 5	2.92	ปาน กลาง 4	3.06	ปาน กลาง 3	ปาน กลาง 2.91
มีโปรแกรม ส่งเสริมการขาย ที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แดม 1	3.04	ปาน กลาง 1	3.02	ปาน กลาง 2	3.21	ปาน กลาง 1	3.30	ปาน กลาง 1	ปาน กลาง 3.14
รวม	2.82	ปาน กลาง	2.95	ปาน กลาง	2.95	ปาน กลาง	3.02	ปาน กลาง	ปาน กลาง 2.94

จากตาราง 4.50 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82, 2.95, 2.95 และ 3.02 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.04 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 2.94 และ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 2.91

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.09 มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.02 และ มีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล มีค่าเฉลี่ย 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.21 มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.08 และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 2.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.30 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล มีค่าเฉลี่ย 3.09 และ การให้คูปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.06

ตาราง 4.51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคคล	อาชีพ								รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
พนักงานชงกาแฟมีความรู้ในเรื่องของกาแฟ	3.87	มาก 5	3.60	มาก 7	3.59	มาก 9	3.64	มาก 9	มาก 3.68
พนักงานชงกาแฟมีทักษะในการชงกาแฟ	3.89	มาก 4	3.67	มาก 3	3.69	มาก 3	3.70	มาก 7	มาก 3.74
พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.08	มาก 1	3.66	มาก 4	3.67	มาก 4	3.83	มาก 3	มาก 3.81
พนักงานชงกาแฟสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	3.87	มาก 5	3.64	มาก 5	3.62	มาก 8	3.74	มาก 5	มาก 3.72
พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม	3.98	มาก 3	3.84	มาก 1	3.67	มาก 4	3.93	มาก 1	มาก 3.86
พนักงานโดยรวมสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้เป็นอย่างดี	3.87	มาก 5	3.62	มาก 6	3.67	มาก 4	3.73	มาก 6	มาก 3.72

ตาราง 4.51 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคคล	อาชีพ								รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ลำดับที่
ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ของพนักงาน โดยรวม	3.64	มาก 9	3.50	มาก 9	3.67	มาก 4	3.69	มาก 8	มาก 3.63
มารยาทและ มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน โดยรวม	4.00	มาก 2	3.78	มาก 2	3.87	มาก 1	3.90	มาก 2	มาก 3.89
จำนวนพนักงาน โดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ	3.83	มาก 8	3.57	มาก 8	3.82	มาก 2	3.77	มาก 4	มาก 3.75
รวม	3.89	มาก	3.65	มาก	3.70	มาก	3.77	มาก	มาก 3.75

จากตาราง 4.51 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89, 3.65, 3.70 และ 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.08 มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ มีค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.84 มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.78 และพนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ มีค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.87 จำนวนพนักงานโดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.82 และพนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.93 มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.90 และพนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83

ตาราง 4.52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	อาชีพ								
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
ความสะดวก รวดเร็วในการ ให้บริการ	4.04	มาก 1	3.74	มาก 3	3.92	มาก 1	4.04	มาก 1	3.94
ขั้นตอนในการ ตัดสินใจไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	3.96	มาก 3	3.69	มาก 5	3.82	มาก 4	3.93	มาก 3	3.85
ระยะเวลาที่ใช้ ในการสั่ง สินค้าและ ชำระเงิน มี ความรวดเร็ว	3.81	มาก 5	3.71	มาก 4	3.74	มาก 6	3.89	มาก 5	3.79
ระยะเวลาที่ใช้ ในการรอรับ สินค้ามีความ รวดเร็ว	3.72	มาก 6	3.69	มาก 6	3.85	มาก 3	3.93	มาก 4	3.80
มีบริการเสริม ที่โต๊ะ	3.83	มาก 4	3.83	มาก 2	3.79	มาก 5	3.76	มาก 6	3.80
การเสริม สินค้ามีความ ถูกต้อง ครบถ้วน	3.98	มาก 2	3.86	มาก 1	3.87	มาก 2	3.96	มาก 2	3.92
รวม	3.89	มาก	3.75	มาก	3.83	มาก	3.92	มาก	3.85

จากตาราง 52 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89, 3.75, 3.83 และ 3.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.98 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.86 มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ มีค่าเฉลี่ย 3.83 และ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.74

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.92 การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.87 และระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.04 การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.96 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.93

ตาราง 4.53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	อาชีพ								รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
ป้ายหน้าร้าน สวยงาม มองเห็นได้ชัด	3.68	มาก 7	3.62	มาก 7	3.87	มาก 4	3.84	มาก 5	มาก 3.75
การตกแต่งร้าน สวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของ ร้านมีความเป็น กันเอง	3.89	มาก 4	3.97	มาก 2	3.79	มาก 5	3.97	มาก 3	มาก 3.90
ความสะอาด ของร้าน	4.11	มาก 1	4.00	มาก 1	4.10	มาก 1	4.16	มาก 1	มาก 4.09
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และ อุปกรณ์เป็น ระเบียบ	3.96	มาก 3	3.86	มาก 4	3.92	มาก 3	3.91	มาก 4	มาก 3.91
การมีที่นั่ง สะดวกสบาย	3.98	มาก 2	3.97	มาก 2	4.03	มาก 2	4.03	มาก 2	มาก 4.00
ความทันสมัย ของอุปกรณ์ที่ ใช้ชงกาแฟและ เครื่องดื่ม	3.77	มาก 5	3.83	มาก 5	3.79	มาก 5	3.77	มาก 6	มาก 3.79
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มี บริการไว้ สำหรับลูกค้า	3.55	มาก 8	3.55	มาก 8	3.49	มาก 7	3.54	มาก 8	มาก 3.53

ตาราง 4.53 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	อาชีพ								รวม
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53		นักเรียน/นักศึกษา n=58		พนักงาน บริษัทเอกชน n=39		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
การมีบริการใช้อินเตอร์เน็ต	3.15	ปานกลาง 9	3.12	ปานกลาง 9	2.92	ปานกลาง 9	3.27	ปานกลาง 9	ปานกลาง 3.11
การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน	2.96	ปานกลาง 10	2.97	ปานกลาง 10	2.67	ปานกลาง 10	3.09	ปานกลาง 10	ปานกลาง 2.92
มีสัญลักษณ์ของร้านจดจำได้ง่าย	3.74	มาก 6	3.76	มาก 6	3.36	ปานกลาง 8	3.56	มาก 7	มาก 3.60
รวม	3.68	มาก	3.67	มาก	3.59	มาก	3.71	มาก	มาก 3.66

จากตาราง 4.53 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68, 3.67, 3.59 และ 3.71 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.11 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 3.98 และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.00 การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และการมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.10 การมีที่นั่ง สะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.03 และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.16 การมีที่นั่ง สะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.03 และ การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้าน มีความเป็น ก้นเอง มีค่าเฉลี่ย 3.97



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102		15,000 - 30,000 บาท n = 80		30,000 บาทขึ้นไป n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
ชื่อเสียงของร้าน	3.54	มาก 12	3.56	มาก 9	3.82	มาก 8	3.64
ความสดใหม่ของกาแฟที่ จำหน่ายในร้าน	3.82	มาก 5	3.83	มาก 6	4.11	มาก 5	3.92
ความสดใหม่ของเครื่องดื่ม ที่จำหน่ายในร้าน	3.84	มาก 4	3.86	มาก 4	4.11	มาก 5	3.94
ความสะอาดของกาแฟที่ จำหน่ายในร้าน	3.93	มาก 3	3.96	มาก 3	4.32	มาก 1	4.07
ความสะอาดของเครื่องดื่ม ที่จำหน่ายในร้าน	3.98	มาก 2	3.99	มาก 2	4.24	มาก 2	4.07
ความหลากหลายของชนิด กาแฟที่จำหน่ายในร้าน	3.63	มาก 8	3.57	มาก 8	3.61	มาก 13	3.60
ความหลากหลายของชนิด เครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน	3.62	มาก 9	3.53	มาก 10	3.71	มาก 11	3.62
ความหลากหลายของขนม ที่จำหน่ายในร้าน	3.41	มาก 13	3.14	ปาน กลาง 13	3.66	มาก 12	ปานกลาง 3.40
รสชาติของกาแฟคั่วที่	3.72	มาก 6	3.86	มาก 4	4.21	มาก 4	3.93
รสชาติของเครื่องดื่มคั่วที่	3.69	มาก 7	3.74	มาก 7	3.89	มาก 7	3.77
รสชาติของขนมคั่วที่	3.59	มาก 11	3.34	ปาน กลาง 11	3.79	มาก 10	3.57
ภาชนะบรรจุสะอาด	4.06	มาก 1	4.03	มาก 1	4.24	มาก 2	ปานกลาง 4.11
ภาชนะที่บรรจุกาแฟมี หลายขนาดให้เลือก	3.62	มาก 9	3.33	ปาน กลาง 12	3.82	มาก 8	3.59

ตาราง 4.54(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						รวม
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102		15,000 - 30,000 บาท n = 80		30,000 บาทขึ้นไป n = 38		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
การมีเครื่องดัดชนิดพิเศษ ที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดัดชาเขียวปิ่น หรือ เครื่องดัดไขมันต่ำ	3.00	ปาน กลาง 14	2.92	ปาน กลาง 14	3.58	มาก 14	ปานกลาง 3.17
รวม	3.68	มาก	3.62	มาก	3.94	มาก	มาก 3.75

จากตาราง 4.54 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68, 3.62 และ 3.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.06 ความสะอาดของเครื่องดัดที่กำหนดในร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.98 และ ความสะอาดของกาแฟที่กำหนดในร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.03 ความสะอาดของเครื่องดัดที่กำหนดในร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.99 และ ความสะอาดของกาแฟที่กำหนดในร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000บาทขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของกาแฟที่กำหนดในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.32 ความสะอาดของเครื่องดัดที่กำหนดในร้าน และภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.24

ตาราง 4.55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102		15,000 - 30,000 บาท n = 80		30,000 บาทขึ้นไป n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีป้ายราคาบอก ชัดเจน	3.90	มาก 1	3.84	มาก 1	4.00	มาก 2	มาก 3.91
ราคาของกาแฟมี ความเหมาะสมกับ คุณภาพ	3.86	มาก 2	3.83	มาก 2	4.11	มาก 1	มาก 3.93
ราคาของเครื่องดื่ม ชนิดอื่นมีความ เหมาะสมกับ คุณภาพ	3.67	มาก 3	3.68	มาก 3	3.97	มาก 3	ปานกลาง 3.77
ราคาของขนมมี ความเหมาะสมกับ คุณภาพ	3.53	มาก 7	3.38	ปานกลาง 5	3.95	มาก 4	มาก 3.62
มีราคาให้เลือกตาม ภาชนะบรรจุ	3.57	มาก 4	3.43	ปานกลาง 4	3.89	มาก 5	มาก 3.63
มีราคาตาม ส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่ เพิ่มเติม	3.55	มาก 5	3.30	ปานกลาง 7	3.63	มาก 6	ปานกลาง 3.49
มีบริการรับชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต	3.54	มาก 6	3.37	ปานกลาง 6	3.55	มาก 7	ปานกลาง 3.49
รวม	3.66	มาก	3.55	มาก	3.87	มาก	มาก 3.69

จากตาราง 4.55 พบว่าปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66, 3.55 และ 3.87 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.90 ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.86 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.84 ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.83 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.11 มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.97

ตาราง 4.56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102		15,000 - 30,000 บาท n = 80		30,000 บาทขึ้นไป n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย	3.70	มาก 1	3.71	มาก 2	4.21	มาก 1	มาก 3.87
ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม	3.66	มาก 3	3.70	มาก 3	3.97	มาก 3	มาก 3.78
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	3.68	มาก 2	3.76	มาก 1	4.13	มาก 2	มาก 3.86
ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย	3.02	ปานกลาง 4	2.75	ปานกลาง 4	3.26	มาก 4	ปานกลาง 3.01
รวม	3.52	มาก	3.48	ปานกลาง	3.89	มาก	มาก 3.63

จากตาราง 4.56 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52, 3.48 และ 3.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.68 และระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย

3.76 ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.71 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.21 มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.97



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102		15,000 - 30,000 บาท n = 80		30,000 บาทขึ้นไป n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	แปลผลค่าเฉลี่ย
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.00	ปานกลาง 2	2.85	ปานกลาง 2	3.13	ปานกลาง 4	ปานกลาง 2.99
การมีกระแสลมยอดเพื่อแลกเปลี่ยนรางวัล	2.95	ปานกลาง 3	2.69	ปานกลาง 5	3.39	ปานกลาง 3	ปานกลาง 3.01
มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	2.94	ปานกลาง 4	2.85	ปานกลาง 2	3.50	มาก 2	มาก 3.10
มีการชิงโชค ชิงรางวัล	2.71	ปานกลาง 6	2.49	ปานกลาง 6	3.00	ปานกลาง 5	ปานกลาง 2.73
การให้คู่มือส่วนลด	2.86	ปานกลาง 5	2.76	ปานกลาง 4	3.39	ปานกลาง 3	ปานกลาง 3.00
มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1	3.04	ปานกลาง 1	3.08	ปานกลาง 1	3.58	มาก 1	ปานกลาง 3.23
รวม	2.92	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	ปานกลาง 3.01

จากตาราง 4.57 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92, 2.79 และ 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.04 การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.00 และ การมีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล มีค่าเฉลี่ย 2.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.08 มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด และมีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 2.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.58 มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.50 และ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง การมีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล และการให้คูปองส่วนลด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.39

ตาราง 4.58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102		15,000 - 30,000 บาท n = 80		30,000 บาทขึ้นไป n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ ในเรื่องของกาแฟ	3.63	มาก 6	3.69	มาก 7	3.79	มาก 9	มาก 3.70
พนักงานชงกาแฟ มีทักษะ ในการชงกาแฟ	3.68	มาก 4	3.75	มาก 6	3.87	มาก 6	มาก 3.77
พนักงานชงกาแฟมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	3.71	มาก 3	3.80	มาก 4	4.13	มาก 2	มาก 3.88
พนักงานชงกาแฟสามารถ ให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	3.68	มาก 4	3.65	มาก 9	4.00	มาก 3	มาก 3.78
พนักงาน โดยรวมมี บุคลิกภาพที่ดีและแต่งกาย เหมาะสม	3.84	มาก 1	3.86	มาก 1	3.97	มาก 4	มาก 3.89
พนักงาน โดยรวมสามารถ ตอบข้อซักถามและให้ ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการ ทราบได้เป็นอย่างดี	3.63	มาก 6	3.78	มาก 5	3.87	มาก 6	มาก 3.76
ความสามารถในการแก้ไข ปัญหาของพนักงาน โดยรวม	3.52	มาก 8	3.66	มาก 8	3.82	มาก 8	มาก 3.67
มารยาทและมนุษย สัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม	3.80	มาก 2	3.84	มาก 2	4.21	มาก 1	มาก 3.95
จำนวนพนักงาน โดยรวม เพียงพอที่จะให้บริการ	3.60	มาก 8	3.81	มาก 3	3.97	มาก 4	มาก 3.79
รวม	3.68	มาก	3.76	มาก	3.96	มาก	มาก 3.80

จากตาราง 4.58 พบว่าด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68, 3.76 และ 3.96 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.84 มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.80 และพนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.86 มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.84 และจำนวนพนักงานโดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.21 และ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานชงกาแฟสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ มีค่าเฉลี่ย 3.00

ตาราง 4.59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102		15,000 - 30,000 บาท n = 80		30,000 บาทขึ้นไป n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	แปลผล ค่าเฉลี่ย
ความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ	3.83	มาก 2	3.93	มาก 1	4.26	มาก 1	มาก 4.01
ขั้นตอนในการสั่ง สินค้าไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.75	มาก 4	3.87	มาก 3	4.08	มาก 3	มาก 3.90
ระยะเวลาที่ใช้ในการ สั่งสินค้าและชำระ เงิน มีความรวดเร็ว	3.73	มาก 5	3.73	มาก 6	4.13	มาก 2	มาก 3.86
ระยะเวลาที่ใช้ในการ รอรับสินค้ามีความ รวดเร็ว	3.71	มาก 6	3.80	มาก 5	4.05	มาก 4	มาก 3.85
มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	3.82	มาก 3	3.81	มาก 4	3.71	มาก 6	มาก 3.78
การเสิร์ฟสินค้ามี ความถูกต้อง ครบถ้วน	3.91	มาก 1	3.88	มาก 2	4.05	มาก 4	มาก 3.95
รวม	3.79	มาก	3.84	มาก	4.05	มาก	มาก 3.89

จากตาราง 4.59 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79, 3.84 และ 4.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.91 ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83 และมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ มีค่าเฉลี่ย 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.93 การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.88 และ ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.26 ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.13 และ ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.08

ตาราง 4.60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102		15,000 - 30,000 บาท n = 80		30,000 บาทขึ้นไป n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัด	3.79	มาก 6	3.64	มาก 6	3.87	มาก 5	มาก 3.77
การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของ ร้านมีความเป็นกันเอง	3.99	มาก 3	3.76	มาก 4	4.05	มาก 2	มาก 3.93
ความสะอาดของร้าน	4.12	มาก 1	4.00	มาก 1	4.24	มาก 1	มาก 4.12
การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็น ระเบียบ	3.93	มาก 4	3.89	มาก 3	3.92	มาก 4	มาก 3.91
การมีที่นั่งสะดวกสบาย	4.04	มาก 2	3.93	มาก 2	4.05	มาก 2	มาก 4.01
ความทันสมัยของ อุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟ และเครื่องคั้ม	3.84	มาก 5	3.69	มาก 5	3.87	มาก 5	มาก 3.80
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีบริการไว้สำหรับ ลูกค้า	3.53	มาก 8	3.47	ปานกลาง 7	3.68	มาก 8	มาก 3.56
การมีบริการใช้ อินเทอร์เน็ต	3.06	ปานกลาง 9	3.00	ปานกลาง 9	3.66	มาก 9	ปานกลาง 3.24
การมีบริการใช้ไฟฟ้า ฟรีภายในร้าน	2.80	ปานกลาง 10	2.95	ปานกลาง 10	3.34	ปานกลาง 10	ปานกลาง 3.03
มีสัญลักษณ์ของร้าน จดจำได้ง่าย	3.66	มาก 7	3.45	ปานกลาง 8	3.87	มาก 5	มาก 3.66
รวม	3.68	มาก	3.58	มาก	3.86	มาก	มาก 3.71

จากตาราง 4.60 พบว่าปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68, 3.58 และ 3.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.12 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.04 และการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.00 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 3.93 และ มีการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.24 การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และการมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.05

ตาราง 4.61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา
สูงสุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษาสูงสุด						รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 42		ปริญญาตรี n=140		สูงกว่าปริญญาตรี n = 38		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
ชื่อเสียงของร้าน	3.38	ปาน กลาง 12	3.64	มาก 8	3.66	มาก 8	มาก 3.56
ความสดใหม่ของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน	3.64	มาก 7	3.91	มาก 5	3.97	มาก 4	มาก 3.84
ความสดใหม่ของ เครื่องดื่มที่จำหน่ายใน ร้าน	3.69	มาก 6	3.94	มาก 4	3.95	มาก 6	มาก 3.86
ความสะอาดของกาแฟ ที่จำหน่ายในร้าน	3.76	มาก 4	4.03	มาก 2	4.21	มาก 2	มาก 4.00
ความสะอาดของ เครื่องดื่มที่จำหน่ายใน ร้าน	3.98	มาก 1	3.99	มาก 3	4.24	มาก 1	มาก 4.07
ความหลากหลายของ ชนิดกาแฟที่จำหน่ายใน ร้าน	3.55	มาก 9	3.64	มาก 8	3.55	มาก 11	มาก 3.58
ความหลากหลายของ ชนิดเครื่องดื่มที่ จำหน่ายในร้าน	3.48	ปาน กลาง 10	3.64	มาก 8	3.58	มาก 9	มาก 3.57
ความหลากหลายของ ขนมที่จำหน่ายในร้าน	3.29	ปาน กลาง 13	3.42	ปาน กลาง 13	3.18	ปาน กลาง 13	ปานกลาง 3.30
รสชาติของกาแฟคงที่	3.71	มาก 5	3.86	มาก 6	3.97	มาก 4	มาก 3.85
รสชาติของเครื่องดื่ม คงที่	3.79	มาก 3	3.74	มาก 7	3.71	มาก 7	มาก 3.75

ตาราง 4.61 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษาสูงสุด						
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 42		ปริญญาตรี n=140		สูงกว่าปริญญาตรี n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปลผล
รสชาติของขนมปังที่	3.57	มาก 8	3.56	มาก 12	3.37	ปานกลาง 12	มาก 3.50
ภาชนะบรรจุสะอาด	3.98	มาก 1	4.09	มาก 1	4.16	มาก 3	มาก 4.08
ภาชนะที่บรรจุกาแฟมีหลายขนาดให้เลือก	3.43	ปานกลาง 11	3.57	มาก 11	3.58	มาก 9	มาก 3.53
การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ	2.88	ปานกลาง 14	3.11	ปานกลาง 14	3.13	ปานกลาง 14	ปานกลาง 3.04
รวม	3.58	มาก	3.72	มาก	3.73	มาก	มาก 3.67

จากตาราง 4.61 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย ระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58, 3.72 และ 3.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน และภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.98 และรสชาติของเครื่องดื่มที่อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.09 ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.03 และ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของเครื่องคั้นที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.24 ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.21 และ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.16



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษาสูงสุด						
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 42		ปริญญาตรี n=140		สูงกว่าปริญญาตรี n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปลผล
มีป้ายราคาบอกชัดเจน	3.71	มาก 1	3.93	มาก 1	3.97	มาก 2	มาก 3.87
ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	3.69	มาก 2	3.91	มาก 2	4.03	มาก 1	มาก 3.88
ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	3.40	ปานกลาง 4	3.79	มาก 3	3.82	มาก 3	มาก 3.67
ราคาของขนมมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	3.26	ปานกลาง 7	3.66	มาก 4	3.42	ปานกลาง 5	ปานกลาง 3.45
มีราคาให้เลือกตามภาระบรรจุ	3.33	ปานกลาง 6	3.66	มาก 4	3.53	มาก 4	มาก 3.51
มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	3.40	ปานกลาง 4	3.51	มาก 7	3.42	ปานกลาง 5	ปานกลาง 3.44
มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.50	มาก 3	3.59	มาก 5	3.08	ปานกลาง 7	ปานกลาง 3.39
รวม	3.47	ปานกลาง	3.72	มาก	3.61	มาก	มาก 3.60

จากตาราง 4.62 พบว่าปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรีและสูงกว่า ปริญญาตรี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และ 3.61 ตามลำดับ และระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.71 ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.69 และมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.93 ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.91 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.03 มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.97 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.82

ตาราง 4.63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษาสูงสุด						
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 42		ปริญญาตรี n=140		สูงกว่าปริญญาตรี n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ยแปลผล
ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย	3.67	มาก 1	3.79	มาก 2	3.92	มาก 2	มาก 3.79
ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม	3.60	มาก 2	3.76	มาก 3	3.76	มาก 3	มาก 3.71
มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ	3.50	มาก 3	3.83	มาก 1	3.95	มาก 1	มาก 3.76
ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย	2.81	มาก 4	3.01	ปานกลาง 4	2.95	ปานกลาง 4	ปานกลาง 2.92
รวม	3.40	ปานกลาง	3.60	มาก	3.65	มาก	มาก 3.55

จากตาราง 4.63 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และ 3.65 ตามลำดับ และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.67 ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.60 และมีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.83 ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.79 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.95 ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.92 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.76

ตาราง 4.64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษาสูงสุด						รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 42		ปริญญาตรี n=140		สูงกว่าปริญญาตรี n = 38		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์	2.83	ปานกลาง 1	2.96	ปานกลาง 4	3.13	ปานกลาง 4	ปานกลาง 2.97
การมีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล	2.62	ปานกลาง 4	2.99	ปานกลาง 3	3.08	ปานกลาง 5	ปานกลาง 2.90
มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	2.64	ปานกลาง 3	3.01	ปานกลาง 2	3.39	ปานกลาง 2	ปานกลาง 3.01
มีการชิงโชคชิงรางวัล	2.43	ปานกลาง 6	2.69	ปานกลาง 6	2.89	ปานกลาง 6	ปานกลาง 2.67
การให้คูปองส่วนลด	2.50	ปานกลาง 5	2.95	ปานกลาง 5	3.26	ปานกลาง 3	ปานกลาง 2.90
มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แดม 1	2.79	ปานกลาง 2	3.15	ปานกลาง 1	3.53	มาก 1	ปานกลาง 3.16
รวม	2.64	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	ปานกลาง 2.94

จากตาราง 4.64 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดย ระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64, 2.96 และ 3.21 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 2.83 มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 มีค่าเฉลี่ย 2.79 และมีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 2.64

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.15 มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.01 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล มีค่าเฉลี่ย 2.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 มีค่าเฉลี่ย 3.53 และค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.39 และ การให้คูปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.26

ตาราง 4.65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับการศึกษาสูงสุด						รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 42		ปริญญาตรี n=140		สูงกว่าปริญญาตรี n = 38		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	
พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ	3.69	มาก 3	3.61	มาก 9	3.92	มาก 6	มาก 3.74
พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ	3.76	มาก 2	3.66	มาก 7	3.97	มาก 4	มาก 3.80
พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.64	มาก 5	3.79	มาก 3	4.08	มาก 2	มาก 3.84
พนักงานชงกาแฟสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้	3.55	มาก 6	3.72	มาก 6	3.92	มาก 6	มาก 3.73
พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม	3.79	มาก 1	3.85	มาก 1	4.05	มาก 3	มาก 3.90
พนักงานโดยรวมสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้เป็นอย่างดี	3.55	มาก 6	3.73	มาก 5	3.89	มาก 8	มาก 3.72
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม	3.40	ปานกลาง 9	3.65	มาก 8	3.76	มาก 9	มาก 3.60
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม	3.67	มาก 4	3.85	มาก 1	4.26	มาก 1	มาก 3.93
จำนวนพนักงานโดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ	3.50	มาก 8	3.76	มาก 4	3.95	มาก 5	มาก 3.74
รวม	3.62	มาก	3.74	มาก	3.98	มาก	3.78

จากตาราง 4.65 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย ระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62, 3.74 และ 3.98 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.79 พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ มีค่าเฉลี่ย 3.76 และพนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม และมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และพนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.26 พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.08 และ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.05

ตาราง 4.66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษาสูงสุด						รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 42		ปริญญาตรี n=140		สูงกว่าปริญญาตรี n = 38		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผลลำดับที่	
ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	3.74	มาก 2	3.95	มาก 1	4.13	มาก 1	มาก 3.94
ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.69	มาก 3	3.86	มาก 3	4.00	มาก 2	มาก 3.85
ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว	3.69	มาก 3	3.78	มาก 6	3.97	มาก 4	มาก 3.81
ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว	3.57	มาก 6	3.83	มาก 5	3.95	มาก 5	มาก 3.78
มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ	3.62	มาก 5	3.84	มาก 4	3.87	มาก 6	มาก 3.78
การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน	3.76	มาก 1	3.95	มาก 1	4.00	มาก 2	มาก 3.90
รวม	3.68	มาก	3.87	มาก	3.99	มาก	มาก 3.85

จากตาราง 4.66 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย ระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี

ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68, 3.87 และ 3.99 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.76 ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.74 และ ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และการเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.95 และขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.00

ตาราง 4.67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอทาง กายภาพ	ระดับการศึกษาสูงสุด						
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 42		ปริญญาตรี n=140		สูงกว่าปริญญาตรี n = 38		รวม
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัด	3.69	มาก 6	3.79	มาก 6	3.68	มาก 7	มาก 3.72
การตกแต่งร้าน สวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมี ความเป็นกันเอง	3.83	มาก 3	3.96	มาก 3	3.87	มาก 4	มาก 3.89
ความสะอาดของร้าน	4.02	มาก 1	4.09	มาก 1	4.21	มาก 1	มาก 4.11
การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็น ระเบียบ	3.76	มาก 4	3.96	มาก 3	3.92	มาก 3	มาก 3.88
การมีที่นั่ง สะดวกสบาย	3.90	มาก 2	3.99	มาก 2	4.13	มาก 2	มาก 4.01
ความทันสมัยของ อุปกรณ์ที่ใช้ชงกาแฟ และเครื่องคัมน	3.76	มาก 4	3.81	มาก 5	3.76	มาก 6	มาก 3.78
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีบริการไว้ สำหรับลูกค้า	3.45	ปานกลาง 7	3.57	มาก 8	3.50	มาก 10	มาก 3.51
การมีบริการใช้ อินเทอร์เน็ต	2.90	ปานกลาง 9	3.09	ปานกลาง 9	3.61	มาก 8	ปานกลาง 3.2
การมีบริการใช้ไฟฟ้า ฟรีภายในร้าน	2.79	ปานกลาง 10	2.83	ปานกลาง 10	3.58	มาก 9	ปานกลาง 3.07
มีสัญลักษณ์ของร้าน จดจำได้ง่าย	3.43	ปานกลาง 8	3.61	มาก 7	3.84	มาก 5	มาก 3.63
รวม	3.55	มาก	3.67	มาก	3.81	มาก	มาก 3.68

จากตาราง 4.67 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดย ระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55, 3.67 และ 3.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.02 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 3.90 และการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.09 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 3.99 และการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี มีปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.21 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.13 และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.92