

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ซึ่งทำการเก็บตัวอย่างทั้งหมด 220 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษานี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.9 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.1 มีอายุ 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ อายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.8 และอายุ 35 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.9 ประกอบอาชีพนักเรียน-นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาเป็น คนทำงาน คิดเป็นร้อยละ 73.6 รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.4 และรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.2 มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมามี ระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.1 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.3

เคยใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ร้านกาแฟวาวิ คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมาเคยใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ร้านสตาร์บัค คอฟฟี่ คิดเป็นร้อยละ 70.0 และเคยใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ร้านกาแฟแบล็คแคนยอน คิดเป็นร้อยละ 69.1

มีความถี่ในการไปใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา มีความถี่ในการไปใช้บริการร้านกาแฟในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และมีความถี่ ในการไปใช้บริการร้านกาแฟ ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่แอร์พอร์ต 3 - 4 ครั้ง

คิดเป็นร้อยละ 19.1 มีวันที่นิยมบริโภคกาแฟไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมา มีวันที่นิยมบริโภคกาแฟ วันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 33.2 และมีวันที่นิยมบริโภคกาแฟ วันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 10.5 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 12:00 น. - 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมา มีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด 15:01น. - 17:00 น. คิดเป็นร้อยละ 20 และมีช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด หลังเวลา 17:00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.2 มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 1 - 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา มีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง ไม่เกิน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.5 และมีระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง 2 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.4 มีผู้ชักชวนให้ไปร้านกาแฟในแต่ละครั้ง เป็นเพื่อนร่วมงาน/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมา มีผู้ชักชวนให้ไปร้านกาแฟในแต่ละครั้ง เป็นตนเอง คิดเป็นร้อยละ 54.5 และมีผู้ชักชวนให้ไปร้านกาแฟในแต่ละครั้ง เป็น สมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 27.7 มีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมา มีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้ง 4-6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และมีจำนวนผู้ใช้บริการต่อครั้งไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง โดยเฉลี่ยต่อคน คนละ 100-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมา ใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง โดยหารต่อคน คนละ ต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.8 และใช้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง โดยหารต่อคน คนละ 200-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.0 มีประเภทสินค้าที่บริโภคเป็นประจำ ผลิตภัณฑ์จากกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมา มีกลุ่มประเภทสินค้าที่บริโภคเป็นประจำ ขนมเค้ก คุกกี้ คิดเป็นร้อยละ 54.1 และมีกลุ่มประเภทสินค้าที่บริโภคเป็นประจำ ผลิตภัณฑ์จากช็อคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 50.9 มีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟจาก ป้ายหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา มีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟจาก เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 62.7 และมีสื่อที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟจาก โฆษณาทางหนังสือแจกฟรีของเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 18.6 ชอบการส่งเสริมการขายแบบซื้อ 1 แถม 1 คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมา ชอบการส่งเสริมการขายแบบ มีบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 24.1 และ ชอบการส่งเสริมการขายแบบการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล คิดเป็นร้อยละ 14.1 มีความรู้สึกในการใช้บริการร้านกาแฟ เฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา มีความรู้สึกในการใช้บริการร้านกาแฟแล้ว คุ่มค่ากับเงินที่จ่ายไป คิดเป็นร้อยละ 31.4 และมีความรู้สึกในการใช้บริการร้านกาแฟแล้ว ประทับใจ ทุกครั้งที่ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 18.6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต อยู่ในระดับมากเกือบทุกปัจจัย โดยเรียงตามระดับค่าเฉลี่ยที่มีผลและรายละเอียดของแต่ละปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.94 การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย คือ 3.92 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย คือ 3.85

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม มีค่าเฉลี่ย คือ 3.89 พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย คือ 3.87 และ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.81

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด มีค่าเฉลี่ย คือ 4.08 ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย คือ 4.03 และความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน มีค่าเฉลี่ย คือ 4.01

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ย คือ 4.10 การมีที่นั่งสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย คือ 4.00 และการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ย คือ 3.92

ปัจจัยด้านราคา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ซึ่งในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน มีค่าเฉลี่ย คือ 3.90 ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.89 และราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.72

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ซึ่งในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย คือ 3.79 มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.79 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการ มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย คือ 3.73

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.94 ซึ่งในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง 3 ลำดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 มีค่าเฉลี่ย คือ 3.15 มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ย คือ 3.00 และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย คือ 2.97

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา

จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่าปัญหา ด้านต่างๆของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ รสชาติของกาแฟไม่คงที่ คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมาให้ระดับการมีผลกับปัญหาผลิตภัณฑ์เรื่อง ไม่มีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น คิดเป็นร้อยละ 33.2 และร้าน ไม่ค่อยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 23.2

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ราคาของขนมไม่เหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาให้ระดับการมีผลกับปัญหาด้านราคาเรื่อง ราคาของกาแฟไม่เหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 23.2 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านราคา เรื่องไม่มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ คิดเป็นร้อยละ 16.4

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องทางร้านไม่มี Website คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมาให้ระดับการมีผลกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องที่นั่งรับรองลูกค้าไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 35.5 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ยาก คิดเป็นร้อยละ 30.5

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องไม่มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาให้ระดับการมีผลกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง ไม่มีการให้คูปองส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 38.6 และ ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่อง ไม่มีการชิงโชค ชิงรางวัล คิดเป็นร้อยละ 36.8

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องพนักงานชงกาแฟไม่มี ความกระตือรือร้นในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมา ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านบุคคลเรื่องพนักงานโดยรวมไม่สามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบได้คิดเป็นร้อยละ 20.9 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านบุคคลเรื่องพนักงานชงกาแฟไม่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับเมนูใหม่ๆ ได้และพนักงานโดยรวมไม่มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี คิดเป็นร้อยละ 19.1

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องการให้บริการมีความล่าช้าและระยะเวลาที่ใช้ในการได้รับสินค้ามีความล่าช้ามาก คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมา ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านกระบวนการให้บริการเรื่องไม่มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 18.6 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านกระบวนการให้บริการเรื่องระยะเวลาที่ใช้ในการส่งสินค้าและชำระเงินล่าช้ามาก คิดเป็นร้อยละ 13.2

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ เรื่องไม่มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา ให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เรื่องไม่มีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน คิดเป็นร้อยละ 41.8 และให้คะแนนระดับการมีผลกับปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพเรื่องที่นั่ง (เก้าอี้) นั่งไม่สบายคิดเป็นร้อยละ 22.3

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

จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 4.06 รองลงมา ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 4.01 และความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 และ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา

ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.70 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย และมีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมา ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.87 และ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.29 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.09 และ การให้คูปองส่วนลด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.05

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมา พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81 และ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมา มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.89 และ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99 และ การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเองและการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01 และ การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเองอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95

จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 และ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 - 35 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01 และ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 และ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมา ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.64

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 - 35 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน และราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.87 รองลงมา ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.74 และ มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน และราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่

ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา ราคาของเครื่องคั้นชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 และมีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมา ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.69 และมีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 - 35 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.77 และมีระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.69

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 รองลงมา มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.07 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25-35 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.07 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.98 และ การให้คูปองส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.93

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.17 รองลงมา การมีการระดมความคิดเห็นเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด โดยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78 และ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25-35 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมา พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและพนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 เท่ากัน และ พนักงานชงกาแฟมีทักษะในการชงกาแฟ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมา ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 และมีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25-35 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และการเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 เท่ากัน และมีโต๊ะบริการอย่างเพียงพอ ไม่ต้องจอง ไม่ต้อง

นั่งรอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.19 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมา ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05 และ คือ การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25-35 ปี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 และ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 เท่ากัน

จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 และ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมา ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 และ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสดใหม่ของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน และภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 และ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.09

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 รองลงมา มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78 และ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.53

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมา ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมา มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมา ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.64 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมา ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82 และ ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมา ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 และ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.74

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.04

รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.94 และ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.91

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.09 รองลงมา มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.02 และ การมีการระดมยอดเพื่อแลกรางวัล อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.08 และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมา การมีการระดมยอดเพื่อแลกรางวัล อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.09 และ การให้คูปองส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.06

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 และ พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมา มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.78 และ พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา จำนวนพนักงาน โดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82 และพนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมา มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมา การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 และ ขั้นตอนในการส่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมา มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 และ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.74

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมา การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87 และ ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย

4.04 รองลงมา การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 และ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และการมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 และการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้าน มีความเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 และ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93

ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.68 และระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมา ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71 และระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 และระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.04 รองลงมา การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.00 และ การมีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 2.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.08 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด และมีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 2.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.50 และ การมีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล และการให้คูปองส่วนลด โดยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.39

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมา มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 และพนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมา มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.84 และจำนวนพนักงานโดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 และ พนักงานชงกาแฟสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.00

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมา ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 และ มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมา การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.88 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 และการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 และ มีการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา การตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และการมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.05

จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน และภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.98 และรสชาติของเครื่องดื่มที่ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมา ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 และ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.21 และ ภาชนะบรรจุสะอาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.16

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมา ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.69 และมีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมา ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมา มีป้ายราคาบอกชัดเจน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.97 และ ราคาของเครื่องดื่มชนิดอื่นมีความเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.82

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งร้าน อยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมา ระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความ

เหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.60 และมีที่นั้รอรรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั้รอรรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมา ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 และระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีที่นั้รอรรับลูกค้าได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92 และระยะเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.83 รองลงมา มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.79 และมีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.64

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.15 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.01 การมีการสะสมยอดเพื่อแลกรางวัล อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมา มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.39 และ การให้คูปองส่วนลด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.26

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 รองลงมา พนักงานชงกาแฟ มีทักษะในการชงกาแฟ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76 และ พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม และมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และพนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.08 และ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมา ความสะอาดรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.74 และ ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดรวดเร็วในการให้บริการและการเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผล

ต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา ขั้นตอนในการสั่งสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการเสิร์ฟสินค้า มีความถูกต้องครบถ้วน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.00

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.90 และการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.99 และการตกแต่งร้านสวยงาม ทันสมัย บรรยากาศของร้านมีความเป็นกันเอง และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ให้ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา การมีที่นั่งสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.92

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.85 รองลงมา ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย คือ 3.75 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.70 ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย คือ 3.67 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย คือ 3.65 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย คือ 3.57 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย คือ 2.94 ซึ่งสอดคล้องกับ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล อยู่ในสองอันดับแรกเช่นกัน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในอันดับสุดท้ายเช่นกัน

จากแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่าธุรกิจบริการจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการให้บริการ คือ ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งสามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายเชื่อมโยงกับแนวคิดดังกล่าวได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง ภาชนะบรรจุสะอาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับรสชาติกาแฟมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญของความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง มีป้ายราคาบอกชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ได้ศึกษาปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟใน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (เมนู) แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พิริยะ วิกขณา พันธุ์ (2543) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนส์ไชส์ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ โดยเลือกร้านที่มีราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านกาแฟอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย และมีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับ สมเกียรติ เป็ง โท (2547) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของ ร้านกาแฟวาวิ ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ที่ตั้งร้านหาง่าย ระยะเวลาเปิดให้บริการมีความเหมาะสม ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ บ้านหรือที่ทำงาน แต่ไม่สอดคล้องกับ พิริยะ วิกขณาพันธุ์ (2543) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนส์ไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผล การศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับสถานที่ร้านมีที่นั่ง พักผ่อนสบายที่สุด รองลงมาให้ ความสำคัญกับการที่เป็นที่ไปมาสะดวก ตกแต่งสวยงาม และอยู่ในศูนย์การค้าที่มาช้อปปิ้งอยู่แล้ว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พิริยะ วิกขณา พันธุ์ (2543) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนส์ไชส์ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อ รายการส่งเสริมการตลาด เช่นการลด แลก แจก แถม กับการเลือกใช้บริการ แต่ที่มาใช้บริการอยู่ก็จะ เป็นผลของการโฆษณา ไม่สอดคล้องกับ ชลธิรา อินทรเทพ (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค กาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า การส่งเสริมการตลาด เช่น การ ลด แลก แจก แถม ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และไม่สอดคล้องกับ สมเกียรติ เป็ง โท (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของ ร้านกาแฟวาวิ ในอำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่อง การบริการของพนักงานขายโดยรวม และคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน แต่ไม่สอดคล้องกับ พิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำให้ความสำคัญต่อการบริการดี ความเป็นมิตรกับลูกค้ำ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำให้ความสำคัญในระบบการให้บริการมีความรวดเร็ว และสอดคล้องกับ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่อง ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง ความสะอาดของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก ในเรื่อง ความสะอาดของร้าน บรรยากาศในร้าน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พิริยะ วิจักขณาพันธุ์ (2543) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำให้ความสำคัญในเรื่องของการตกแต่งร้านที่ดูสุขุม คลาสสิก ไม่พลุกพล่านมากพอกับการที่ร้านจะดูทันสมัย เหมาะกับคนรุ่นใหม่

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ใน ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต มีดังนี้

ตาราง 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน 4.06	ภาชนะบรรจุสะอาด 4.12
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมันต่ำ 3.07	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมันต่ำ 3.07

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.06 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.07 ส่วนเพศหญิง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย คือ 4.12 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.07

ตารางที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	มีป้ายราคาบอกชัดเจน 3.85	ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ 3.96
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ราคาของขนมมีความเหมาะสมกับคุณภาพ 3.35	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม 3.54

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน ค่าเฉลี่ย คือ 3.85 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ราคาของขนมมีความเหมาะสมกับคุณภาพค่าเฉลี่ย คือ 3.35 ส่วนเพศหญิง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย คือ 3.96 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ค่าเฉลี่ย คือ 3.54

ตารางที่ 5.3 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย 3.71	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย 3.84
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 2.86	ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 3.03

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.71 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 2.86 ส่วนเพศหญิง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.84 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.03

ตารางที่ 5.4 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 2.92	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 3.29
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.50	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.79

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 2.92 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.50 ส่วนเพศหญิง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แถม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.39 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.79

ตารางที่ 5.5 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านด้านบุคคล
จำแนกตามเพศ

ด้านบุคคลจำแนกตามเพศ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม 3.88	พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม 3.91
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ, ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม 3.58	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม 3.65

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.88 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.58 ส่วนเพศหญิง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย คือ 3.91 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.65

ตารางที่ 5.6 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน 3.94	ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ 3.96
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ 3.69	ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว 3.80

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน ค่าเฉลี่ย คือ 3.94 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ค่าเฉลี่ย คือ 3.69 ส่วนเพศหญิง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 3.96 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.80

ตารางที่ 5.7 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามเพศ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ความสะอาดของร้าน 4.01	ความสะอาดของร้าน 4.15
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	การมีบริการใช้อินเทอร์เน็ต 3.02	การมีบริการใช้อินเทอร์เน็ต 3.22

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามเพศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยเพศชาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ

ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.01 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีบริการใช้อินเตอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย คือ 3.02 ส่วนเพศหญิง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.15 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีบริการใช้อินเตอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย คือ 3.22

ตารางที่ 5.8 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59	25 - 35 ปี n = 126	35 ปีขึ้นไป n = 35
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ความสะอาดของ เครื่องดื่มน้ำที่จำหน่ายใน ร้าน 4.12	ภาชนะบรรจุสะอาด 4.08	ภาชนะบรรจุสะอาด 4.06
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ 3.15	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ 3.06	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ 3.00

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยอายุไม่เกิน 25 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของเครื่องดื่มที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.12 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.15 อายุ 25-35 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย คือ 4.08 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.06 และอายุ 35 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย คือ 4.06 และปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มนชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.00

ตารางที่ 5.9 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคาจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59	25 - 35 ปี n = 126	35 ปีขึ้นไป n = 35
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	มีป้ายราคาบอกชัดเจน 3.90	มีป้ายราคาบอกชัดเจน 3.87	มีป้ายราคาบอกชัดเจน 4.00
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	มีราคาให้เลือกตาม ภาชนะบรรจุ 3.42	มีบริการรับชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต 3.44	มีราคาตามส่วนผสม ของผลิตภัณฑ์ที่ เพิ่มเติม 3.49

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยอายุไม่เกิน 25 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน ค่าเฉลี่ย คือ 3.90 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ ค่าเฉลี่ย คือ 3.42 อายุ 25-35 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน ค่าเฉลี่ย คือ 3.87 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย คือ 3.44 และอายุ 35 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน ค่าเฉลี่ย คือ 4.00 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ค่าเฉลี่ย คือ 3.49

ตารางที่ 5.10 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามอายุ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59	25 - 35 ปี n = 126	35 ปีขึ้นไป n = 35
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย 3.78	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย 3.80	มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ 3.97
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 3.07	ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 2.94	ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 2.86

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยอายุไม่เกิน 25 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.78 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุดคือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.07 อายุ 25-35 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.80 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุดคือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 2.94 และอายุ 35 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ค่าเฉลี่ยคือ 3.97 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุดคือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 2.86

ตารางที่ 5.11 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59	25 - 35 ปี n = 126	35 ปีขึ้นไป n = 35
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ 3.17	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.17	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.17
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.86	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.58	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.71

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยอายุไม่เกิน 25 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ค่าเฉลี่ย คือ 3.17 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.86 อายุ 25-35 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.17 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.58 และอายุ 35 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.17 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.71

ตารางที่ 5.12 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านบุคคล
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59	25 - 35 ปี n = 126	35 ปีขึ้นไป n = 35
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจมากที่สุด	พนักงานโดยรวมมี บุคลิกภาพที่ดีและแต่ง กายเหมาะสม 4.00	มารยาทและมนุษย สัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม 3.91	มารยาทและมนุษย สัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม 3.97
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจน้อยที่สุด	ความสามารถในการ แก้ไขปัญหของ พนักงานโดยรวม 3.53	ความสามารถในการ แก้ไขปัญหของ พนักงานโดยรวม 3.66	ความสามารถในการ แก้ไขปัญหของ พนักงานโดยรวม 3.66

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการ
เลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยอายุไม่เกิน 25 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ พนักงาน
โดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย คือ 4.00 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
น้อยที่สุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.53 อายุ 25-35 ปี
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย
คือ 3.91 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหของ
พนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.66 และอายุ 35 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.97 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
น้อยที่สุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.66

ตารางที่ 5.13 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59	25 - 35 ปี n = 126	35 ปีขึ้นไป n = 35
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจมากที่สุด	การเสิร์ฟสินค้ามีความ ถูกต้องครบถ้วน 3.92	การเสิร์ฟสินค้ามีความ ถูกต้องครบถ้วน , ความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ 3.96	ความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ 4.03
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจน้อยที่สุด	ระยะเวลาที่ใช้ในการ รอรับสินค้ามีความ รวดเร็ว 3.73	ระยะเวลาที่ใช้ในการ สั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว 3.79	มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ 3.63

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยอายุไม่เกิน 25 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน ค่าเฉลี่ย คือ 3.92 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.73 อายุ 25-35 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน และความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.96 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.79 และอายุ 35 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 4.03 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ค่าเฉลี่ย คือ 3.63

ตารางที่ 5.14 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี n = 59	25 - 35 ปี n = 126	35 ปีขึ้นไป n = 35
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจมากที่สุด	ความสะอาดของร้าน 4.14	ความสะอาดของร้าน 4.10	ความสะอาดของร้าน 4.00
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจน้อยที่สุด	การมีบริการใช้ไฟฟ้า ฟรีภายในร้าน 3.03	การมีบริการใช้ไฟฟ้า ฟรีภายในร้าน 2.96	การมีบริการใช้ไฟฟ้า ฟรีภายในร้าน 2.77

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยอายุไม่เกิน 25 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.14 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 3.03 อายุ 25-35 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.10 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 2.96 และอายุ 35 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.00 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 2.77

ตารางที่ 5.15 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53	นักเรียน/ นักศึกษา n=58	พนักงาน บริษัทเอกชน n=39	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70
ระดับการมีผลต่อ การตัดสินใจมาก ที่สุด	ความสะอาดของ กาแฟที่จำหน่าย ในร้าน 4.08	ภาชนะบรรจุ สะอาด 4.05	ภาชนะบรรจุ สะอาด 3.97	ภาชนะบรรจุ สะอาด 4.20
ระดับการมีผลต่อ การตัดสินใจน้อย ที่สุด	การมีเครื่องดื่ม ชนิดพิเศษที่ แตกต่างจากร้าน อื่น เช่น เครื่องดื่ม ชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมัน ต่ำ 3.00	การมีเครื่องดื่ม ชนิดพิเศษที่ แตกต่างจากร้าน อื่น เช่น เครื่องดื่ม ชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมัน ต่ำ 3.02	การมีเครื่องดื่ม ชนิดพิเศษที่ แตกต่างจากร้าน อื่น เช่น เครื่องดื่ม ชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมัน ต่ำ 3.13	การมีเครื่องดื่ม ชนิดพิเศษที่ แตกต่างจากร้าน อื่น เช่น เครื่องดื่ม ชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมัน ต่ำ 3.14

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.08 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.00 **นักเรียน/นักศึกษา** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย คือ 4.05 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.02 **พนักงานบริษัทเอกชน** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย คือ 3.97 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.13 และ**ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย คือ 4.02 และปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มนชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.14

ตารางที่ 5.16 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53	นักเรียน/ นักศึกษา n=58	พนักงาน บริษัทเอกชน n=39	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70
ระดับการมีผลต่อ การตัดสินใจมาก ที่สุด	มีป้ายราคาบอก ชัดเจน 3.96	ราคาของกาแฟมี ความเหมาะสม กับคุณภาพ 3.79	มีป้ายราคาบอก ชัดเจน 4.03	ราคาของกาแฟมี ความเหมาะสม กับคุณภาพ 3.93
ระดับการมีผลต่อ การตัดสินใจน้อย ที่สุด	ราคาของขนมมี ความเหมาะสม กับคุณภาพ 3.40	มีราคาให้เลือก ตามภาชนะบรรจุ 3.45	มีราคาตาม ส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ที่ เพิ่มเติม 3.38	มีบริการรับชำระ เงินด้วยบัตร เครดิต 3.49

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน ค่าเฉลี่ย คือ 3.96 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ราคาของขนมมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย คือ 3.40 นักเรียน/นักศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย คือ 3.79 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ ค่าเฉลี่ย คือ 3.45 พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน ค่าเฉลี่ย คือ 4.03 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ค่าเฉลี่ย คือ 3.38 และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย คือ 3.93 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย คือ 3.49

ตารางที่ 5.17 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53	นักเรียน/ นักศึกษา n=58	พนักงาน บริษัทเอกชน n=39	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	มีที่นั่งรองรับ ลูกค้าได้เพียงพอ 3.94	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย 3.66	มีที่นั่งรองรับ ลูกค้าได้เพียงพอ 3.92	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย 3.84
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ทางร้านมี Website ทำให้ ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 2.81	ทางร้านมี Website ทำให้ ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 3.03	ทางร้านมี Website ทำให้ ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 2.92	ทางร้านมี Website ทำให้ ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 3.04

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ค่าเฉลี่ย คือ 3.94 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 2.81 นักเรียน/นักศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.66 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.03 พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ค่าเฉลี่ย คือ 3.92 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 2.92 และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.84 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.04

ตารางที่ 5.18 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53	นักเรียน/ นักศึกษา n=58	พนักงาน บริษัทเอกชน n=39	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.04	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ 3.09	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.21	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.30
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.47	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.79	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.72	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.71

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.04 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.47 นักเรียน/นักศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ค่าเฉลี่ย คือ 3.09 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.79 พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.21 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.72 และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.30 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.71

ตารางที่ 5.19 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านบุคคล
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคคล	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53	นักเรียน/ นักศึกษา n=58	พนักงาน บริษัทเอกชน n=39	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70
ระดับการมีผลต่อ การตัดสินใจมาก ที่สุด	พนักงานชงกาแฟ มีความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ 4.08	พนักงาน โดยรวม มีบุคลิกภาพที่ดี และแต่งกาย เหมาะสม 3.84	มารยาทและ มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน โดยรวม 3.87	พนักงาน โดยรวม มีบุคลิกภาพที่ดี และแต่งกาย เหมาะสม 3.93
ระดับการมีผลต่อ การตัดสินใจน้อย ที่สุด	ความสามารถใน การแก้ไขปัญหา ของพนักงาน โดยรวม 3.64	ความสามารถใน การแก้ไขปัญหา ของพนักงาน โดยรวม 3.50	พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่อง ของกาแฟ 3.59	พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่อง ของกาแฟ 3.64

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการ
เลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
คือ พนักงานชงกาแฟมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 4.08 และปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน โดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.64
นักเรียน/นักศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ พนักงาน โดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและ
แต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย คือ 3.84 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ความสามารถในการ
แก้ไขปัญหาของพนักงาน โดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.50 พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจมากที่สุด คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน โดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.87 และปัจจัย
ที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ ค่าเฉลี่ย คือ 3.59
และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ พนักงาน โดยรวมมีบุคลิกภาพที่
ดีและแต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย คือ 3.93 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ พนักงาน
ชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ ค่าเฉลี่ย คือ 3.64

ตารางที่ 5.20 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53	นักเรียน/ นักศึกษา n=58	พนักงาน บริษัทเอกชน n=39	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ 4.04	การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน 3.86	ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ 3.92	ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ 4.04
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว 3.72	ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว 3.69	ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว 3.74	มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ 3.76

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 4.04 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.72 นักเรียน/นักศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน ค่าเฉลี่ย คือ 3.86 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.69 พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 3.92 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.74 และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 4.04 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ค่าเฉลี่ย คือ 3.76

ตารางที่ 5.21 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	อาชีพ			
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ n=53	นักเรียน/ นักศึกษา n=58	พนักงาน บริษัทเอกชน n=39	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย n=70
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ความสะอาดของร้าน 4.11	ความสะอาดของร้าน 4.00	ความสะอาดของร้าน 4.10	ความสะอาดของร้าน 4.16
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน 2.96	การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน 2.97	การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน 2.67	การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน 3.09

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.11 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน โดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 2.96 นักเรียน/นักศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.00 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน โดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 2.97 พนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.10 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน โดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 2.67 และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.16 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน โดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.09

ตารางที่ 5.22 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102	15,000 - 30,000 บาท n = 80	30,000 บาทขึ้นไป n = 38
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ภาชนะบรรจุสะอาด 4.06	ภาชนะบรรจุสะอาด 4.03	ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน 4.32
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมันต่ำ 3.00	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมันต่ำ 2.92	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือ เครื่องดื่มไขมันต่ำ 3.58

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย คือ 4.06 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.00 รายได้ 15,000-30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย คือ 4.03 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 2.92 และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของกาแฟที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.32 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.58

ตารางที่ 5.23 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102	15,000 - 30,000 บาท n = 80	30,000 บาทขึ้นไป n = 38
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	มีป้ายราคาบอกชัดเจน 3.90	มีป้ายราคาบอกชัดเจน 3.84	ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ 4.11
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ราคาของขนมมีความเหมาะสมกับคุณภาพ 3.53	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม 3.30	มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต 3.55

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน ค่าเฉลี่ย คือ 3.90 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด คือ ราคาของขนมมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย คือ 3.53 รายได้ 15,000-30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน ค่าเฉลี่ย คือ 3.84 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ค่าเฉลี่ย คือ 3.30 และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย คือ 4.11 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย คือ 3.55

ตารางที่ 5.24 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102	15,000 - 30,000 บาท n = 80	30,000 บาทขึ้นไป n = 38
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย 3.70	มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ 3.76	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย 4.21
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 3.02	ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 2.75	ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 3.26

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.70 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.02 รายได้ 15,000-30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ค่าเฉลี่ย คือ 3.76 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 2.75 และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 4.21 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี Website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.26

ตารางที่ 5.25 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102	15,000 - 30,000 บาท n = 80	30,000 บาทขึ้นไป n = 38
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.04	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.08	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.58
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.71	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.49	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 3.00

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.04 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.71 รายได้ 15,000-30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.08 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.49 และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.58 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 3.00

ตารางที่ 5.26 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านบุคคล
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102	15,000 - 30,000 บาท n = 80	30,000 บาทขึ้นไป n = 38
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม 3.84	พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม 3.86	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม 4.21
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม, จำนวนพนักงานโดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ 3.60	พนักงานชงกาแฟสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ 3.65	พนักงานชงกาแฟมีความรู้ในเรื่องของกาแฟ 3.79

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย คือ 3.84 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานโดยรวม, จำนวนพนักงานโดยรวมเพียงพอที่จะให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 3.60 รายได้ 15,000-30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย คือ 3.86 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ พนักงานชงกาแฟสามารถให้คำแนะนำเมนูใหม่ๆ ได้ ค่าเฉลี่ย คือ 3.65 และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 4.21 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ พนักงานชงกาแฟ มีความรู้ในเรื่องของกาแฟ ค่าเฉลี่ย คือ 3.79

ตารางที่ 5.27 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102	15,000 - 30,000 บาท n = 80	30,000 บาทขึ้นไป n = 38
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจมากที่สุด	การเสิร์ฟสินค้ามีความ ถูกต้องครบถ้วน 3.91	ความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ 3.93	ความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ 4.26
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจน้อยที่สุด	ระยะเวลาที่ใช้ในการ รอรับสินค้ามีความ รวดเร็ว 3.71	ระยะเวลาที่ใช้ในการ สั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว 3.73	มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ 3.71

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน ค่าเฉลี่ย คือ 3.91 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.71 รายได้ 15,000-30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 3.93 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งสินค้าและชำระเงิน มีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.73 และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 4.26 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ค่าเฉลี่ย คือ 3.71

ตารางที่ 5.28 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอทาง กายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท n = 102	15,000 - 30,000 บาท n = 80	30,000 บาทขึ้นไป n = 38
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจมากที่สุด	ความสะอาดของร้าน 4.12	ความสะอาดของร้าน 4.00	ความสะอาดของร้าน 4.24
ระดับการมีผลต่อการ ตัดสินใจน้อยที่สุด	การมีบริการใช้ไฟฟ้า ฟรีภายในร้าน 2.80	การมีบริการใช้ไฟฟ้า ฟรีภายในร้าน 2.95	การมีบริการใช้ไฟฟ้า ฟรีภายในร้าน 3.34

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.12 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 2.80 รายได้ 15,000-30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.00 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 2.95 และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.25 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด การมีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 3.34

ตารางที่ 5.29 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ความสะอาดของเครื่องดื่มน้ำที่จำหน่ายในร้าน และภาชนะบรรจุสะอาด 3.98	ภาชนะบรรจุสะอาด 4.09	ความสะอาดของเครื่องดื่มน้ำที่จำหน่ายในร้าน 4.24
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ 2.88	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ 3.11	การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ 3.13

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของเครื่องดื่มน้ำที่จำหน่ายในร้าน และภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ยคือ 3.98 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 2.88 ระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ภาชนะบรรจุสะอาด ค่าเฉลี่ย คือ 4.09 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ ค่าเฉลี่ย คือ 3.11 และสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของเครื่องดื่มน้ำที่จำหน่ายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.24 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ การมีเครื่องดื่มชนิดพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น เครื่องดื่มชาเขียวปั่น หรือเครื่องดื่มไขมันต่ำ
ค่าเฉลี่ย คือ 3.13

ตารางที่ 5.30 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านราคา
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านราคา	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	มีป้ายราคาบอกชัดเจน 3.71	มีป้ายราคาบอกชัดเจน 3.93	ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ 4.03
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ราคาของขนมมีความเหมาะสมกับคุณภาพ 3.26	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม 3.51	มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต 3.08

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจนค่าเฉลี่ย คือ 3.71 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ราคาของขนมมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย คือ 3.26 ระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน ค่าเฉลี่ย คือ 3.93 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม ค่าเฉลี่ย คือ 3.51 และสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย คือ 4.03 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย คือ 3.08

ตารางที่ 5.31 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย 3.67	มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ 3.83	มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ 3.95
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ทางร้านมี website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 2.81	ทางร้านมี website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 3.01	ทางร้านมี website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย 2.95

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.67 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 2.81 ระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ค่าเฉลี่ย คือ 3.83 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 3.01 และสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าได้เพียงพอ ค่าเฉลี่ย คือ 3.95 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ทางร้านมี website ทำให้ลูกค้ารู้จักและเข้าถึงได้ง่าย ค่าเฉลี่ย คือ 2.95

ตารางที่ 5.32 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ 2.83	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.15	มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 3.53
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.43	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.69	มีการชิงโชค ชิงรางวัล 2.89

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ค่าเฉลี่ย คือ 2.83 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.43 ระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.15 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.69 และสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ค่าเฉลี่ย คือ 3.53 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีการชิงโชค ชิงรางวัล ค่าเฉลี่ย คือ 2.89

ตารางที่ 5.33 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านบุคคล
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านบุคคล	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม 3.79	พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม และมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม 3.85	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม 4.26
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ความสามารถในการแก้ไขปัญหของพนักงานโดยรวม 3.40	พนักงานชงกาแฟมีความรู้ในเรื่องของกาแฟ 3.61	ความสามารถในการแก้ไขปัญหของพนักงานโดยรวม 3.76

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม ค่าเฉลี่ย คือ 3.79 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.40ระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ พนักงานโดยรวมมีบุคลิกภาพที่ดีและแต่งกายเหมาะสม และมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.85 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ พนักงานชงกาแฟมีความรู้ในเรื่องของกาแฟ ค่าเฉลี่ย คือ 3.61 และสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 4.26 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหของพนักงานโดยรวม ค่าเฉลี่ย คือ 3.76

ตารางที่ 5.34 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน 3.76	ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและการเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน 3.95	ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ 4.13
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว 3.57	ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินมีความรวดเร็ว 3.78	มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ 4.00

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ การเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน ค่าเฉลี่ย คือ 3.76 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรับสินค้ามีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.57 ระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและการเสิร์ฟสินค้ามีความถูกต้องครบถ้วน ค่าเฉลี่ย คือ 3.95 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินมีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย คือ 3.78 และสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย คือ 4.13 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการเสิร์ฟที่โต๊ะ ค่าเฉลี่ย คือ 34.00

ตารางที่ 5.35 แสดงค่าเฉลี่ยและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและน้อยที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	ความสะอาดของร้าน 4.02	ความสะอาดของร้าน 4.09	ความสะอาดของร้าน 4.21
ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	มีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน 2.79	มีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน 2.83	หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีบริการไว้สำหรับลูกค้า 3.50

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.02 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 2.79 ระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.09 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ มีบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 2.83 และสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย คือ 4.21 และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ น้อยที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสารมีบริการไว้สำหรับลูกค้า ค่าเฉลี่ย คือ 3.50

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับมาพัฒนา ปรับปรุงและวางแผน การตลาดของร้านกาแฟใน ศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ภาชนะบรรจุสะอาด และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรก คือ รสชาติของกาแฟไม่คงที่ ดังนั้นร้านกาแฟ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของภาชนะที่บรรจุกาแฟ เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน สินค้าที่จำหน่ายต้องสะอาด สด และใหม่ อีกทั้งพยายามรักษาคุณภาพในเรื่องความคงที่ของรสชาติกาแฟให้คงที่ตลอดเวลา

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ มีป้ายราคาบอกชัดเจน และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรก คือ ราคาของขนมไม่เหมาะสมกับคุณภาพ ดังนั้นร้านกาแฟ ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน โดยอย่าตั้งราคาให้สูงจนเกินไป และควรที่จะมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน สำหรับกาแฟ เครื่องดื่มและขนมที่จำหน่ายในร้าน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลที่หาได้ง่าย และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรก คือ ทางร้านไม่มี Website ดังนั้นร้านกาแฟควรที่จะมีการจัดทำเว็บไซต์ของร้านขึ้นมา เพื่อที่ทำให้ลูกค้าได้รู้จักและเข้าถึงร้านได้มากขึ้น อีกทั้งทำเลในการตั้งร้านกาแฟนั้น ก็เป็นสิ่งสำคัญ ควรจะอยู่ในทำเลที่ลูกค้าหาได้ง่าย หรือมีคนเดินผ่านตลอดเวลา เช่น อยู่ตรงทางเดินบันไดเลื่อนขึ้นลงของศูนย์การค้า เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 และปัญหาที่พบบ่อยอันดับแรก คือ ไม่มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การซื้อ 1 แกรม 1 ดังนั้นร้านกาแฟ ควรจะมีการจัดการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจมากขึ้น เช่น มีการซื้อกาแฟในช่วงเช้า แล้วสามารถนำไปเสิร์ฟรับเงินกลับมาซื้อในช่วงบ่ายของวันนั้น ได้ในราคาลด 50% หรือตามเทศกาลต่างๆ เช่น ในช่วงเทศกาลปีใหม่ วันวาเลนไทน์ หรือในโอกาสสำคัญต่างๆ เป็นต้น โดยอาจจะมีการให้ของแถมที่ผู้บริโภคสนใจ เช่น พวงกุญแจ สมุดจดบันทึก เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานโดยรวม และปัญหาที่พบบนอันดับแรก คือ พนักงานชงกาแฟไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ดังนั้น ร้านกาแฟต้องพิจารณาในการสรรหาคนเข้าทำงาน โดยพิจารณาจากบุคลิกท่าทาง ความมีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ ตลอดจนการตอบสนองและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน และควรมีการฝึกอบรมพนักงานก่อนเข้าทำงาน นอกจากนี้ อาจมีการตอบแทนด้วยการให้รางวัล เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและมีกำลังใจในการทำงาน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และปัญหาที่พบบนอันดับแรก คือ การให้บริการมีความล่าช้าและระยะเวลาที่ใช้ในการได้ร้อรับสินค้ามีความล่าช้ามาก ดังนั้น ร้านกาแฟ ควรเน้นให้พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ควรมีการตรวจสอบการให้บริการในเรื่องความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ เรื่องความสะอาดของร้าน และปัญหาที่พบบนอันดับแรก คือ เรื่องไม่มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้ ดังนั้นสิ่งที่ร้านกาแฟควรคำนึงมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน บรรยากาศในร้าน ตลอดจนการมีที่นั่งสะดวกสบาย การตกแต่งร้าน สวยงามทันสมัย และมีการจัดเตรียมหนังสือพิมพ์ และนิตยสารไว้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีความพอใจในบริการที่ได้รับ และที่สำคัญการมีบริการอินเทอร์เน็ตให้ลูกค้าใช้ พร้อมทั้งบริการใช้ไฟฟ้าฟรีภายในร้านหรือมีบริการให้ยืมที่เสียบปลั๊กไฟฟรี จะเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งในการรักษาลูกค้า และเพื่อที่จะให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการที่ร้าน ในครั้งต่อไป