

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1</b>	
บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2</b>	
แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
<b>บทที่ 3</b>	
ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการดำเนินการ	13
<b>บทที่ 4</b>	
การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง	18
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ	
ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	36
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของ	
ผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง	
จำแนกตามเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
<b>บทที่ 5</b>	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	94
อภิปรายผลการศึกษา	107
ข้อค้นพบ	113
ข้อเสนอแนะ	114
<b>บรรณานุกรม</b>	121
<b>ภาคผนวก</b>	123
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	132

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	4
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	16
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง ที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด	18
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟดังกล่าว	19
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทเครื่องเค็มที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	20
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทขนม/อาหารว่างที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	21
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ	21
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ	22
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง	22
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ	23
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ช่วงวันที่ไปใช้บริการร้านกาแฟบ่อยที่สุด	23

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านกาแฟ	24
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการใช้บริการร้านกาแฟ	24
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	25
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลร้านกาแฟ	25
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในครั้งต่อไป	26
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการใช้บริการร้านกาแฟ	26
4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง	27
4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง	29
4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง	30
4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง	31
4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง	32

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของ ผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง	33
4.27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง	35
4.28 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ร้านกาแฟที่ใช้บริการบ่อยที่สุด และเพศ	36
4.29 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้ บริการร้านกาแฟดังกล่าว และเพศ	38
4.30 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องดื่ม ที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด และเพศ	39
4.31 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนม/อาหารว่าง ที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด และเพศ	41
4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการมาใช้บริการร้านกาแฟ และเพศ	42
4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจในเลือกร้านกาแฟ และเพศ	43
4.34 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวน ผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง และเพศ	44
4.35 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ ในการใช้บริการร้านกาแฟ และเพศ	45
4.36 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันที่มาใช้ บริการร้านกาแฟ และเพศ	46
4.37 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ บริการร้านกาแฟ และเพศ	47

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.38 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการใช้บริการ และเพศ	48
4.39 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง และเพศ	49
4.40 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลร้านกาแฟ และเพศ	50
4.41 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในครั้งต่อไป และเพศ	51
4.42 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการใช้บริการร้านกาแฟ และเพศ	52
4.43 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านกาแฟที่ใช้บริการบ่อยที่สุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	53
4.44 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
4.45 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องดื่มที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
4.46 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนม/อาหารว่างที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
4.47 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการร้านกาแฟ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
4.48 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
4.49 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
4.50 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.51 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันที่มาใช้บริการ ร้านกาแฟ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
4.52 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ ร้านกาแฟ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
4.53 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการใช้บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
4.54 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ต่อครั้ง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
4.55 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล ร้านกาแฟ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	68
4.56 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือก ใช้บริการร้านกาแฟในครั้งต่อไป และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
4.57 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ ในการใช้บริการร้านกาแฟ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
4.58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ	72
4.59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ	74
4.60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ	75
4.61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปางจำแนกตามเพศ	77
4.63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปางจำแนกตามเพศ	78
4.64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการบริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปางจำแนกตามเพศ	80
4.65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยเฉลี่ยต่อเดือน	81
4.66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยเฉลี่ยต่อเดือน	83
4.67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยเฉลี่ยต่อเดือน	84
4.68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยเฉลี่ยต่อเดือน	86
4.69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยเฉลี่ยต่อเดือน	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.70 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ การตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยเฉลี่ยต่อเดือน	89
4.71 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยเฉลี่ยต่อเดือน	92
5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมือง ลำปางของผู้ตอบแบบสอบถาม	94
5.2 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยทั้งหมดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จากปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย	97
5.3 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ	103
5.4 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ	104
5.5 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟ ในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	105
5.6 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	106