

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในกาศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสมัยระบบแฟรนไชส์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ในเขตกรุงเทพมหานคร การเก็บตัวอย่างจะใช้เชิงคุณภาพเป็นหลักในการกำหนดขนาดตัวอย่างตามความเหมาะสม 120 ตัวอย่าง การเลือกตัวอย่างใช้วิธีตามแบบสะดวก โดยกำหนดให้สุ่มตัวอย่างเป็นชาย 50% และหญิง 50 % ตามแต่ละร้านที่เข้าไปเก็บตัวอย่าง ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ การหาค่าอัตราร้อยละ มีรายงานตารางแจกแจง และค่าเฉลี่ยของค่าลำดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดบริการกับข้อมูลเฉพาะตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งวิเคราะห์การแปลความหมายข้อมูลออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1. แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
(ตารางที่ 1- ตารางที่ 7)
- ส่วนที่ 2. แสดงจำนวน และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์
 - 2.1 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์
(ตารางที่ 8 – ตารางที่ 16)
 - 2.2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์
(ตารางที่ 17 – ตารางที่ 24)
- ส่วนที่ 3. ปัญหาที่พบในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์
(ตารางที่ 25)
- ส่วนที่ 4. ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ และพฤติกรรมการใช้บริการ ความคิดเห็นและปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์
(ตารางที่ 26 – ตารางที่ 38)
- ส่วนที่ 5. ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ และพฤติกรรมการใช้บริการ ความคิดเห็นและปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์
(ตารางที่ 39 – ตารางที่ 51)
- ส่วนที่ 6. ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ และพฤติกรรมการใช้บริการ ความคิดเห็นและปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์
(ตารางที่ 52 – ตารางที่ 64)

ส่วนที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละ และข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	60	50.00
หญิง	60	50.00
รวม	120	100.00

จากตารางแสดงกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่แยกตามเพศ เป็นไปตามข้อกำหนดของระเบียบวิธีวิจัยคือ เป็นชายร้อยละ 50 และหญิง ร้อยละ 50

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	97	80.83
สมรส	23	19.17
รวม	120	100.00

จากตารางแสดงกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่แยกตามสถานภาพสมรสพบว่า สถานภาพโสดถึงร้อยละ 80.83 และสถานภาพสมสร้อยละ 19.17

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
16-20 ปี	18	15.00
21-25 ปี	42	35.00
26-30 ปี	27	22.50
31-35 ปี	20	16.67
36-40 ปี	9	7.50
41-45 ปี	4	3.33
46-50 ปี	0	0.00
51 ปี ขึ้นไป	0	0.00
รวม	120	100.00

จากตารางแสดงกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่แยกตามอายุ พบว่า ช่วงอายุ 21 – 25 ปี มีมากที่สุดถึงร้อยละ 35.00 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-30 ร้อยละ 22.50 ช่วงอายุ 31-35 ปี ร้อยละ 16.67 ช่วงอายุ 16-20 มีร้อยละ 15.00 ช่วงอายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.50 และช่วงอายุ 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.33

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	0	0
มัธยมศึกษา	9	7.50
อาชีวะ/อนุปริญญา	6	5.00
ปริญญาตรี	100	83.33
ปริญญาโท	4	3.33
ปริญญาเอก	1	0.83
รวม	120	100.00

จากตารางแสดงกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่แยกตามการศึกษาพบว่าเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือกลุ่มมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 7.50 และกลุ่มอาชีวะ/อนุปริญญาในระดับร้อยละ 5.00 กลุ่มปริญญาโทร้อยละ 3.33 และสุดท้ายคือกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.83

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ/ตำแหน่งงานปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	6	5.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	0.83
เจ้าของกิจการขนาดเล็ก	11	9.17
เจ้าของกิจการขนาดกลางถึงใหญ่	4	3.33
พนักงานบริษัท	43	35.83
นักศึกษา	45	37.50
แม่บ้าน	2	1.67
ว่างงาน	8	6.67
รวม	120	100.00

จากตารางแสดงกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่แยกตามอาชีพพบว่าเป็น กลุ่มนักศึกษามากกว่ากลุ่มอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทรองลงมาคือร้อยละ 35.83 และกลุ่มเจ้าของกิจการขนาดเล็กร้อยละ 9.17

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	52	43.33
10,000 - 19,999 บาท	25	21.83
20,000 - 29,999 บาท	18	15.00
30,000 - 39,999 บาท	13	10.83
40,000 บาทขึ้นไป	12	10.00
รวม	120	100.00

จากตารางแสดงกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่แยกตามระดับรายได้พบว่า เป็น กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-19,999 บาท ร้อยละ 21.83 และกลุ่มรายได้ระหว่าง 20,000-29,999 บาท ร้อยละ 15.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการอยู่

ร้านกาแฟที่ทำการเก็บตัวอย่าง	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1. ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ เซ็นทรัล ลาดพร้าว	10	6.67
2. ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ เซ็นทรัล ซิดลม	10	6.67
3. ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ โซโก้	10	6.67
4. ร้านสตาร์บัคส์ คอฟฟี่ เซ็นทรัล บางนา	10	6.67
5. คอฟฟี่ เวิลด์ มานูจากรอง	10	6.67
6. คอฟฟี่ เวิลด์ ซีคอน	10	6.67
7. คอฟฟี่ เวิลด์ เซ็นเตอร์พ้อยท์	10	6.67
8. คอฟฟี่ เวิลด์ สาขา สีลม	10	6.67
9. ร้าน ยู ซี ซี เอสเปรสโซ เซ็นทรัล ลาดพร้าว	10	6.67
10. ร้าน ยู ซี ซี เอสเปรสโซ สยามดิสคัฟเวอรี	10	6.67
11. ร้าน ยู ซี ซี เอสเปรสโซ เอ็มโพเรียม	10	6.67
12. ร้าน โอ บอง แปง สยามเซ็นเตอร์	10	6.67
รวม	120	100.00

จากตารางแสดงผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้าน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะพบว่าเป็นไปตามข้อกำหนดในระเบียบวิธีวิจัยโดยจะสุ่มจากร้านกาแฟที่กำหนดไว้ สาขาละ 10 ตัวอย่างเท่าๆกัน โดยจะเป็นเพศชายและหญิงอย่างละเท่าๆกัน

ส่วนที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์

ส่วนที่ 2.1 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความบ่อยของการมาใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์

ความบ่อยในการมาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง/เดือน	27	22.50
2-3 ครั้ง/เดือน	52	43.33
4 ครั้งหรือมากกว่าต่อเดือน	29	24.17
อื่น ๆ	12	10.00
รวม	120	100.00

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ของการมาใช้บริการร้านกาแฟพบว่า กลุ่มที่มาใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือนมีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมา เป็นกลุ่มที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 24.17 และกลุ่มที่มาใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 22.50 ส่วนที่ตอบว่าอื่น ๆ มักจะไม่ค่อยได้มาใช้บริการ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง

การใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	30	25.00
100 - 200 บาท	70	58.33
200 - 300 บาท	18	15.00
อื่นๆ	2	1.67
รวม	120	100.00

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้จ่ายในการใช้บริการพบว่าลักษณะการใช้จ่ายต่อครั้ง 100–200 บาท มีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมา เป็นครั้งละ 100 บาทหรือต่ำกว่าคิดเป็นร้อยละ 25.00 และใช้จ่ายระหว่าง 200–300 บาทคิดเป็นร้อยละ 15.00 ส่วนที่ตอบว่าอื่นๆ คือเพิ่งจะมาใช้บริการครั้งแรก

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง

จำนวนในการใช้บริการ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ/ครั้ง				
	< 100	100 - 200	200 - 300	อื่น ๆ	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
1 ครั้ง/เดือน	8	17	2	0	27
	6.67	14.17	1.67	0.00	22.50
2-3 ครั้ง/เดือน	11	28	12	1	52
	9.17	23.33	10.00	0.83	43.33
4 ครั้ง/เดือน	9	16	3	1	29
	7.50	13.33	2.50	0.83	24.17
อื่น ๆ	2	9	1	0	12
	1.67	7.50	0.83	0.00	10.00
รวม	30	70	18	2	120
	25.00	58.33	15.00	1.67	100.00

จากตารางแสดงตามสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.33 และไม่ว่าจะมีการใช้บริการบ่อยเพียงใดก็จะมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง อยู่ในช่วงระหว่าง 100-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ โดยรวม 58.33 ส่วนที่ตอบว่าอื่นๆคือ มีการใช้จ่ายที่ไม่แน่นอน หรือไม่ค่อยได้มาใช้บริการ หรือเพิ่งมาใช้บริการครั้งแรก

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนที่ผู้มาใช้บริการร่วม

จำนวนผู้ที่ใช้บริการร่วม	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	9	7.50
2 คน	65	54.17
3 คน	11	9.17
มากกว่า 3 คน	35	29.17
รวม	120	100.00

จากตารางพบว่า ส่วนใหญ่มาใช้บริการครั้งละ 2 คน มากกว่า 3 คน และ 3 คน ตามลำดับคิดเป็นร้อยละ 54.17 และ 29.17 และ 9.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ใช้บริการร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ใช้บริการร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	89	74.17
ครอบครัว	16	13.33
ลูกค้า	3	2.50
อื่น ๆ	12	10.00
รวม	120	100.00

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการร้านกาแฟกับเพื่อนมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 74.17 รองลงมาเป็นครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 13.33 มาถึงลูกค้าร้อยละ 2.50 และมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนที่ตอบว่าอื่นๆ ก็มักจะมาใช้บริการคนเดียว หรือเพิ่งมาใช้บริการครั้งแรก

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามกับจำนวนผู้ที่มาใช้บริการร่วม

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการ ร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามกับผู้ให้บริการร่วม				
	คนเดียว	2 คน	3 คน	มากกว่า 3 คน	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
เพื่อน	3	48	9	29	89
	33.33	40.00	7.5	24.17	74.17
ครอบครัว	0	10	2	4	16
	0	8.33	1.67	3.33	13.33
ลูกค้า	0	3	0	0	3
	0	2.50	0	0	2.50
อื่นๆ	6	4	0	2	12
	5.00	3.33	0	1.67	10.00
รวม	9	65	11	35	120
	7.50	54.17	9.17	29.17	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมาใช้บริการครั้งละ 2 คนคิดเป็นร้อยละโดยรวม 54.17 และมักจะมากับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ไม่ว่าจะมากี่คนก็ตาม คิดเป็นร้อยละโดยรวมถึง 74.17 ส่วนที่ตอบว่าอื่นๆ คือมักจะมาใช้บริการคนเดียว หรือเพิ่งมาใช้บริการครั้งแรกกับคนรู้จัก หรือนัดพบกันครั้งแรก

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดประสงค์ที่มาใช้บริการ

จุดประสงค์ในการเข้าร้านกาแฟ	จำนวน	ร้อยละ
พบปะทักทายเพื่อนฝูง	56	26.67
พูดคุยธุรกิจ	10	4.76
เสริมภาพลักษณ์ความเป็นคนทันสมัย	3	1.43
นั่งรอการซื้อปิ้ง	30	14.29
พักผ่อนหย่อนใจ	43	20.48
ดื่มกาแฟ/ทานของว่าง	68	32.38
รวม	210	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการเพื่อดื่มกาแฟและทานของว่าง คิดเป็นร้อยละ 32.38 รองลงมาเพื่อพบปะทักทายเพื่อนฝูง และพักผ่อนหย่อนใจคิดเป็นร้อยละ 26.67 และ 20.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านกาแฟที่เคยใช้บริการ

ร้านกาแฟที่เคยใช้บริการ	สาขา	จำนวน	ร้อยละ
สตาร์บัคส์	เซ็นทรัล ลาดพร้าว	10	8.70
สตาร์บัคส์	สีลม	13	11.30
สตาร์บัคส์	เซ็นทรัล ซิตลม	8	6.96
คอฟฟี่เวิลด์	เซ็นเตอร์พอยท์	15	13.04
โอ บอง แปง	สยามเซ็นเตอร์	26	22.61
แบล็คแคนยอน	เซ็นทรัลบางนา	4	3.48
แบล็คแคนยอน	เซ็นทรัล ลาดพร้าว	5	4.35
แบล็คแคนยอน	เซ็นทรัล พระราม 3	9	7.83
แบล็คแคนยอน	เวิลด์เทรดเซ็นเตอร์	14	12.17
ยู ซี ซี เอสเปรสโซ	สยามดิสคัฟเวอรี	11	9.57
	รวม	115	100.00
	ไม่ได้ตอบ	24	

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ ที่สาขาอื่นนอกเหนือจากสาขาที่กำลังตอบแบบสอบถามอยู่ พบว่ากลุ่มร้านสตาร์บัคส์ เป็นร้านที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.96 รองลงมาเป็นกลุ่มร้านแบล็คแคนยอน ซึ่งรวมคิดเป็นร้อยละ 24.35 และร้าน โอ บอง แปง คิดเป็นร้อยละ 22.61

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบในร้านกาแฟ

สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ ในร้านกาแฟ	จำนวน	ร้อยละ
การตกแต่งร้าน	60	23.62
รสชาติอาหาร	28	11.02
รสชาติกาแฟ	56	22.05
มีรายการอาหารและเครื่องดื่มมาก	28	11.02
ราคาถูก	13	5.12
ไป มาสะดวก	39	15.35
พนักงานบริการดี	30	11.81
รวม	254	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ประทับใจการตกแต่งร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.62 รองลงมาเป็นการชื่นชอบในรสชาติกาแฟ และการที่สถานที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ไป มาสะดวก คิดเป็นร้อยละ 22.05 และ 15.35 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2.2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบัณฑิตทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการร้านที่ชอบ จำแนกตามปัจจัยของผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบร้านกาแฟ

ผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
มีกาแฟให้เลือกหลายแบบ	51	23.50
รสชาติกาแฟ	74	34.10
ชื่อเสียงของร้าน	50	23.04
มีรายการอาหาร/เครื่องดื่มให้เลือกด้วย	42	19.35
รวม	217	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านกาแฟโดยเลือกรสชาติกาแฟเป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 34.10 รองลงมาเป็นการมีกาแฟให้เลือกหลายแบบ ชื่อเสียงของร้านและ การมีรายการอาหารอื่นให้เลือก คิดเป็นร้อยละ 23.50 และ 23.04 และ 19.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการ จำนวนตามปัจจัยทางด้านราคา

ปัจจัยทางด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านประเภทอื่น	28	22.76
ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านกาแฟร้านอื่น	45	36.59
ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	50	40.65
รวม	123	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าราคาไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการถึงร้อยละ 40.65 และราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านกาแฟอื่น 36.59 และราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านประเภทอื่นร้อยละ 22.76

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการ โดยปัจจัยทางด้านสถานที่

ปัจจัยทางด้านสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ไปมาสะดวก	62	28.44
ตกแต่งสวยงาม	43	19.72
นั่งสบาย	74	33.94
อยู่ในศูนย์การค้าที่มีของให้ซื้อมากแล้ว	39	17.89
รวม	218	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกใช้บริการตามร้านกาแฟที่รู้สึกที่นั่งสบายมากที่สุดถึงร้อยละ 33.94 รองลงมาจะเป็นร้านที่ไป-มา สะดวก ตกแต่งสวยงาม และอยู่ในศูนย์การค้าที่มีไปซื้อของอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 28.44 19.72 และ 17.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการ โดยปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไปเพราะผลของโฆษณา	19	15.57
ไปเพราะมีคดแลกแจกแถม	12	9.84
ไม่มีผลต่อการใช้บริการ	91	74.59
รวม	122	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคคิดว่าการส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ถึงร้อยละ 74.59 และคิดว่าการเลือกใช้บริการมีผลจากการโฆษณาร้อยละ 15.57 และเลือกใช้บริการเพราะมีการคด แลก แจก แถม คิดเป็นร้อยละ 9.84

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการ โดยปัจจัยทางด้านบุคลากร

ปัจจัยทางด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
มีระเบียบเรียบร้อย	44	20.56
บริการดี	81	37.85
แนะนำสินค้าดี	39	18.22
มีความเป็นมิตรกับลูกค้า	50	23.36
รวม	214	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการที่พนักงานบริการดีถึงร้อยละ 37.85 รองลงมาเป็นการความเป็นมิตรกับลูกค้า และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และแนะนำสินค้าดี คิดเป็นร้อยละ 23.36 20.56 และ 18.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการ โดยปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ความรวดเร็วในการให้บริการ	80	44.20
ความรวดเร็วในการคิดเงิน	42	23.20
ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าและบริการ	59	32.60
รวม	181	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ โดยให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.20 และความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าและบริการ และความรวดเร็วในการคิดเงิน คิดเป็นร้อยละ 32.60 และ 23.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการ โดยปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์

ปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์	จำนวน	ร้อยละ
ดูเป็นคนรุ่นใหม่ทันสมัย	49	38.58
ดูสุภาพคลาสิก	66	51.97
อื่น ๆ ระบุ	12	9.45
รวม	127	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ โดยให้ความสำคัญกับโดยปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ของร้านที่ ดูสุภาพ คลาสิก มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.97 และการที่ร้านตกแต่งแล้วดูเหมาะสมสำหรับคนรุ่นใหม่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 38.58 และที่คิดว่าอะไรก็ได้ หรือเห็นว่าภาพลักษณ์ของร้านไม่เป็นที่ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 9.45

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการตลาด

ปัจจัยทางการตลาด	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3	ลำดับ 4	ลำดับ 5	ลำดับ 6	ลำดับ 7	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
ผลิตภัณฑ์	59	23	20	8	3	2	5	120	5.84	มากที่สุด
ราคา	10	43	29	13	10	12	3	120	4.85	มาก
สถานที่	40	28	31	6	6	7	2	120	5.51	มาก
การส่งเสริมการตลาด	1	1	5	17	10	19	67	120	2.01	น้อยที่สุด
บุคลากร	0	11	10	27	33	28	11	120	3.25	น้อย
กระบวนการให้บริการ	2	6	12	25	39	30	6	120	3.28	น้อย
ภาพลักษณ์ของร้าน	8	9	12	23	20	21	27	120	3.26	น้อย

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคเลือกให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดและบริการ โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 คิดเป็นค่าเฉลี่ย 5.84 รองลงมาเป็น สถานที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.85 ราคา กระบวนการให้บริการ ภาพลักษณ์ของร้าน การส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บริการ

ปัญหาที่พบในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
กาแฟรสชาติไม่คงที่	15	11.28
บริการไม่ดี	22	16.54
ไม่มีกาแฟที่ต้องการ	7	5.26
ราคาแพง	42	31.58
คิดเงินผิดพลาด	5	3.76
ล่าช้า รอคิวนาน	37	27.82
อื่น ๆ	5	3.76
รวม	133	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคเลือกส่วนใหญ่คิดว่าราคาแพงเป็นปัญหาในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 31.58 รองลงมาเป็นการที่ต้องรอคิวนาน คิดเป็นร้อยละ 27.82 และ การบริการที่ไม่ดี กาแฟรสชาติไม่คงที่ คิดเงินผิดและไม่มีกาแฟที่ต้องการ ตามลำดับ และส่วนที่ตอบว่าอื่นๆคือ ยังไม่พบปัญหาอีกร้อยละ 3.76

ส่วนที่ 4 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและพฤติกรรมการใช้บริการ ความคิดเห็น
และปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการร้านกาแฟ

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และความบ่อยในการมาใช้บริการ

ความบ่อยของการมาใช้บริการ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1 ครั้งต่อเดือน	9	18	27
	15.00	30.00	22.67
2-3 ครั้งต่อเดือน	30	27	57
	50.00	45.00	41.33
4 ครั้งหรือมากกว่าต่อเดือน	18	11	29
	30.00	18.33	25.33
อื่นๆ	3	9	12
	5.00	15.00	10.67
รวม	60	60	120
	100.00	100.00	100.00

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและหญิงมาใช้บริการบ่อยที่สุดประมาณ 2-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และ 45.00 รองลงมาเพศชายใช้บริการ 4 ครั้งหรือมากกว่าต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ส่วนเพศหญิงมาใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.00

ตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 100 บาท	14	16	30
	23.33	26.67	25.00
100-200 บาท	32	38	70
	53.33	63.33	58.33
200-300 บาท	12	6	18
	20.00	10.00	15.00
อื่นๆ	2	0	2
	3.33	0.00	1.67
รวม	60	60	120
	100.00	100.00	100.00

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีการใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 100-200 บาทต่อครั้ง เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 53.33 และ 63.33 ตามลำดับ รองลงมาทั้งชายและหญิงใช้จ่ายต่อครั้ง น้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.33 และ 26.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและจำนวนผู้ใช้บริการร่วม

จำนวนผู้ใช้บริการร่วม	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
คนเดียว	4 6.67	5 8.33	7.50
2 คน	36 60.00	29 48.33	65 54.17
3 คน	5 8.33	6 10.00	11 9.17
มากกว่า 3 คน	15 25.00	20 33.33	35 29.17
รวม	60 100.00	60 100.00	120 100.00

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมาใช้บริการร่วมกันครั้งละ 2 คน เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 60.00 และ 48.33 ตามลำดับ รองลงมาทั้งชายและหญิง เป็นการมาใช้บริการร่วมกันครั้งละมากกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 33.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามกับผู้
ใช้บริการร่วม

ความสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการร่วม กับผู้ตอบแบบสอบถาม	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
เพื่อน	41	48	89
	68.33	80.00	74.17
ครอบครัว	11	5	16
	18.33	8.33	13.33
ลูกค้า	3	0	3
	5.00	0.00	2.50
อื่นๆ	5	7	12
	8.33	11.67	10.00
รวม	60	60	120
	100.00	100.00	100.00

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมาใช้บริการร่วมกันกับเพื่อน เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็น ร้อยละ 68.33 และ 80.00 ตามลำดับ รองลงมา เพศชายเป็นการมาใช้บริการร่วมกันกับครอบครัว คิดเป็น ร้อยละ 18.33 ส่วนเพศหญิงมาใช้บริการคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 11.67

ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและจุดประสงค์ในการมาใช้บริการ

จุดประสงค์ในการมาใช้บริการ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
พบปะทักทายเพื่อนฝูง	25	31	56
	23.81	29.52	26.67
พูดคุยธุรกิจ	9	1	10
	8.57	0.95	4.76
นั่งรอการซื้อปิ้ง	15	15	30
	14.29	14.29	14.29
ดื่มกาแฟ หรือ ทานของว่าง	33	35	68
	31.43	33.33	32.38
พักผ่อนหย่อนใจ	22	21	43
	20.95	20.00	20.48
เสริมภาพลักษณ์ความเป็นคนทันสมัย	1	2	3
	0.95	1.90	1.43
รวม	105	105	210
	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมาใช้บริการดื่มกาแฟและทานของว่าง เป็นส่วนใหญ่เหมือนกัน คิดเป็นร้อยละ 31.43 และ 33.33 รองลงมาเป็นการมาใช้บริการเพื่อนัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 23.81 และ 29.52

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประกอบที่เป็นผลิตภัณฑ์ ของร้าน	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
มีกาแฟให้เลือกหลายแบบ	28	23	51
	24.56	22.33	23.50
รสชาติกาแฟ	37	37	74
	32.46	35.92	34.10
ชื่อเสียงของร้าน	27	23	50
	23.68	22.33	23.04
มีรายการอาหารและเครื่องดื่มให้เลือก	22	20	42
	19.30	19.42	19.35
รวม	114	103	217
	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟ ระบบแฟรนไชส์ โดยเลือกที่รสชาติของกาแฟ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 32.46 และ 35.92 ตามลำดับ รองลงมาเพศชายต้องการให้มีรายการเครื่องดื่มกาแฟให้เลือกหลายแบบ คิดเป็นร้อยละ 24.56 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ โดยชื่อเสียงของร้านต้องเป็นที่รู้จัก และมีกาแฟให้เลือกหลายแบบ คิดเป็นร้อยละ 22.33 เท่าๆกัน

ตารางที่ 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านราคา

ราคา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านประเภทอื่น	15	13	28
	24.19	21.31	22.76
ไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านกาแฟอื่น	22	23	45
	35.48	37.70	36.59
ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	25	25	50
	40.32	40.98	40.65
รวม	62	61	123
	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ โดยคิดว่าราคาไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 40.32 และ 40.98 ตามลำดับ รองลงมา เป็นการที่ร้านกาแฟที่ถูกเลือกใช้บริการนั้นต้องราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านกาแฟร้านอื่น คิดเป็นร้อยละ 35.48 และ 37.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านสถานที่

สถานที่	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ไป มาสะดวก	34	28	62
	28.10	28.87	28.44
ตกแต่งสวยงาม	23	20	43
	19.01	20.62	19.72
นั่งสบาย	42	32	74
	34.71	32.99	33.94
อยู่ในศูนย์การค้าที่ไปซื้อของอยู่แล้ว	22	17	39
	18.18	17.53	17.89
รวม	121	97	218
	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ โดยคิดว่าสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ต้องเป็นที่นั่งสบาย เป็นส่วนใหญ่เหมือนกัน คิดเป็นร้อยละ 34.71 และ 32.99 ตามลำดับ รองลงมา สถานที่ตั้งของร้านควรจะไป มาสะดวก คิดเป็นร้อยละ 28.10 และ 28.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ใช้บริการเพราะผลของโฆษณา	7	12	19
	11.67	19.35	15.57
ใช้บริการเพราะมี ลด แลก แจก แคม	6	6	12
	10.00	9.68	9.84
ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	47	44	91
	78.33	70.97	74.59
รวม	60	62	122
	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นที่เหมือนกันในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ โดยคิดว่าการส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 78.33 และ 70.97 รองลงมาที่เลือกใช้บริการเพราะผลของการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 11.67 และ 19.35

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านบุคลากร

บุคลากร	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
มีระเบียบเรียบร้อย	23	21	44
	19.83	21.43	20.56
บริการดี	42	39	81
	36.21	39.80	37.85
แนะนำสินค้าได้ดี	19	20	39
	16.38	20.41	18.22
มีความเป็นมิตรกับลูกค้า	32	18	50
	27.59	18.37	23.36
รวม	116	98	214
	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบเฟรนไชส์ โดยคิดว่าบุคลากรที่บริการดีมีผลต่อการเลือกใช้บริการ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 36.21 และ 39.80 รองลงมาเพศชายให้ความสำคัญกับการที่บุคลากรมีความเป็นมิตรกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 27.59 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นที่เลือกที่แตกต่าง โดยคิดว่าบุคลากรที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 21.43

ตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ความรวดเร็วในการให้บริการ	39	41	80
	43.82	44.57	44.20
ความรวดเร็วในการคิดเงิน	21	21	42
	23.60	22.83	23.20
ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าและบริการ	29	30	59
	32.58	32.61	32.60
รวม	89	92	181
	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์เหมือนกัน โดยคิดว่าการให้บริการที่รวดเร็วมีผลต่อการเลือกใช้บริการ เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 43.82 และ 44.57 รองลงมา เป็นที่ให้ความสำคัญกับความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าและบริการถูกต้องเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 32.58 และ 32.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ของร้าน	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
คุณเป็นคนรุ่นใหม่ ทันสมัย	23	26	49
	34.85	42.62	38.58
สุขุม คลาสสิก	36	30	66
	54.55	49.18	51.97
อื่นๆ	7	5	12
	10.61	8.20	9.45
รวม	66	61	127
	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์เหมือนกัน โดยคิดว่าภาพลักษณ์ของร้านที่คุณสุขุม คลาสสิกมีผลต่อการเลือกใช้บริการ เป็นส่วนใหญ่วคิดเป็นร้อยละ 54.55 และ 49.18 รองลงมาเป็นที่ให้ความสำคัญกับร้านที่คุณเหมาะกับคนรุ่นใหม่ทันสมัยคิดเป็นร้อยละ 34.85 และ 42.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศและปัญหาในการใช้บริการ

ปัญหาในการใช้บริการ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
รสชาติกาแฟไม่คงที่	9	6	15
	15.00	8.22	11.28
บริการไม่ดี	11	11	22
	18.33	15.07	16.54
ไม่มีกาแฟที่สั่งการ	3	4	7
	5.00	5.48	5.26
ราคาแพง	16	26	42
	26.67	35.62	31.58
คิดเงินผิดพลาด	3	2	5
	5.00	2.74	3.76
ล่าช้ารอคิวนาน	16	21	37
	26.67	28.77	27.82
อื่นๆ	2	3	5
	3.33	4.11	3.76
รวม	60	73	133
	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าเพศชายมีความคิดเห็นต่อปัญหา ในการใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ โดยคิดว่าสินค้าและบริการยังมีราคาแพง และการรอคิวนาน เป็นปัญหาใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 26.67 เท่ากัน รองลงมาเป็นการที่พนักงานบริการไม่ดี ไม่สุภาพ คิดเป็นร้อยละ 18.33 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ โดยคิดว่าสินค้าและบริการยังมีราคาแพง เป็นส่วนใหญ่เช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 35.62 รองลงมา เป็นการที่ต้องรอคิวนาน และพนักงานบริการไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 28.77 และ 15.07 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและพฤติกรรมการใช้บริการ ความคิดเห็น และปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการร้านกาแฟสมัยใหม่

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และความบ่อยในการมาใช้บริการ

ความบ่อยของการมาใช้บริการ	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
1 ครั้งต่อเดือน	1	14	6	5	1	0	27
	5.56	33.33	22.22	25.00	11.11	0.00	22.50
2-3 ครั้งต่อเดือน	8	17	11	9	4	3	52
	44.44	40.48	40.74	45.00	44.44	75.00	43.33
4 ครั้งต่อเดือน	6	7	7	5	3	1	29
	33.33	16.67	25.93	25.00	33.33	25.00	24.17
อื่นๆ	3	4	3	1	1	0	12
	16.67	9.52	11.11	5.00	11.11	0.00	10.00
รวม	18	42	27	20	9	4	120
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางพบว่าความบ่อยของการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มาใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือนเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 44.44 40.48 40.74 45.00 44.44 และ 75.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
น้อยกว่า 100 บาท	5	14	7	3	0	1	30
	27.78	33.33	25.93	15.00	0.00	25.00	25.00
100-200 บาท	8	25	15	12	9	1	70
	44.44	59.52	55.56	60.00	100.00	25.00	58.33
200-300 บาท	4	2	5	5	0	2	18
	22.22	4.76	18.52	25.00	0.00	50.00	15.00
อื่นๆ	1	1	0	0	0	0	2.00
	5.56	2.38	0.00	0.00	0.00	0.00	1.67
รวม	18	42	27	20	9	4	120
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางพบว่าค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 16-40 ปี มีการใช้จ่ายต่อครั้ง ประมาณ 100-200 บาทเป็นส่วนใหญ่ แต่ช่วงอายุ 41-45 ปี มีการใช้จ่ายต่อครั้ง 200-300 บาทต่อครั้ง

ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และจำนวนผู้ใช้บริการร่วม

จำนวนผู้ใช้บริการร่วม	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
คนเดียว	2	2	2	2	0	1	9
	11.11	4.76	7.41	10.00	0.00	25.00	7.50
2 คน	6	21	16	13	7	2	65
	33.33	50.00	59.26	65.00	77.78	50.00	54.17
3 คน	3	5	1	2	0	0	11
	16.67	11.90	3.70	10.00	0.00	0.00	9.17
มากกว่า 3 คน	7	14	8	3	2	1	35
	38.89	33.33	29.63	15.00	22.22	25.00	29.17
รวม	18	42	27	20	9	4	120
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางพบว่าจำนวนผู้ใช้บริการร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 16-20 ปี มักมาใช้บริการครั้งละมากกว่า 3 คนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.89 ส่วนช่วงอายุ 21- 45 ปี มักจะมาใช้บริการ ครั้งละ 2 คนเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามกับผู้ให้บริการร่วม

ความสัมพันธ์ของผู้ให้บริการร่วม กับผู้ตอบแบบสอบถาม	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
เพื่อน	15 83.33	38 90.48	22 81.48	8 40.00	5 55.56	1 25.00	89 74.17
ครอบครัว	0 0.00	1 2.38	1 3.70	7 35.00	4 44.44	3 75.00	16 13.33
ลูกค้า	0 0.00	0 0.00	0 0.00	3 15.00	0 0.00	0 0.00	3 2.50
อื่นๆ	3 16.67	3 7.14	4 14.81	2 10.00	0 0.00	0 0.00	12 10.00
รวม	18 100.00	42 100.00	27 100.00	20 100.00	9 100.00	4 100.00	120 100.00

จากตารางพบว่าความสัมพันธ์ของผู้ที่ใช้บริการร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 16-40 ปี มักมาใช้บริการกับเพื่อนมากที่สุด ส่วนช่วงอายุ 41-45 ปี มักจะมาใช้บริการกับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและจุดประสงค์ในการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

จุดประสงค์ในการมาใช้บริการ	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
พบปะทักทายเพื่อนฝูง	12 40.00	25 32.89	9 16.67	7 23.33	3 18.75	0 0.00	56 26.67
พูดคุยธุรกิจ	1 3.33	1 1.32	3 5.56	5 16.67	0 0.00	0 0.00	10 4.76
นั่งรอการซื้อปิ้ง	5 16.67	10 13.16	8 14.81	2 6.67	5 31.25	0 0.00	30 14.29
ดื่มกาแฟ หรือ ทานของว่าง	8 26.67	26 34.21	20 37.04	9 30.00	4 25.00	1 25.00	68 32.38
พักผ่อนหย่อนใจ	3 10.00	12 15.79	14 25.93	7 23.33	4 25.00	3 75.00	43 20.48
เสริมภาพลักษณ์ความเป็น คนทันสมัย	1 3.33	2 2.63	0 0.00	0 0.00	0 0.00	0 0.00	3 1.43
รวม	30 100.00	76 100.00	54 100.00	30 100.00	16 100.00	4 100.00	210 100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าจุดประสงค์ในการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 16-20 ปี มักมาใช้บริการเพื่อการนัดพบปะ พูดคุยกับเพื่อนฝูงเป็นส่วนใหญ่ และช่วงอายุ 21-35 ปี ชอบที่จะมาดื่มกาแฟหรือทานของว่างมากกว่า ส่วนช่วงอายุ 36-40ปี จะเป็นการมานั่งรอการซื้อปิ้งเป็นส่วนใหญ่ และ ช่วงอายุ 41-45 ปี จะมาใช้บริการเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ

ตารางที่ 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประกอบที่เป็นผลิตภัณฑ์ ของร้าน	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
มีกาแฟให้เลือกหลายแบบ	3	20	10	11	6	1	51
	12.50	25.32	20.83	29.73	26.09	16.67	23.50
รสชาติกาแฟ	9	24	18	13	6	4	74
	37.50	30.38	37.50	35.14	26.09	66.67	34.10
ชื่อเสียงของร้าน	7	18	10	8	6	1	50
	29.17	22.78	20.83	21.62	26.09	16.67	23.04
มีรายการอาหารและเครื่องดื่ม ให้เลือก	5	17	10	5	5	0	42
	20.83	21.52	20.83	13.51	21.74	0.00	19.35
รวม	24	79	48	37	23	6	217
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้
บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 16-35 ปี ให้ความสำคัญกับรสชาติกาแฟมากที่สุด ช่วงอายุ 36-
40 ปีให้ความสำคัญกับ การที่มีกาแฟให้เลือกหลายแบบ รสชาติกาแฟ และชื่อเสียงของร้านมากเท่าๆกัน
ส่วนช่วงอายุ 41-45 ปี ให้ความสำคัญกับรสชาติกาแฟ

ตารางที่ 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความคิดเห็นต่อบริษัททางด้านราคา

ราคา	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
ไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านประเภทอื่น	5	11	5	5	1	1	28
	27.78	24.44	18.52	26.32	10.00	25.00	22.76
ไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านกาแฟอื่น	6	16	10	5	6	2	45
	33.33	35.56	37.04	26.32	60.00	50.00	36.59
ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	7	18	12	9	3	1	50
	38.89	40.00	44.44	47.37	30.00	25.00	40.65
รวม	18	45	27	19	10	4	123
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านราคา ในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 16-35 ปี คิดว่าราคาไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด เหมือนกัน ส่วนกลุ่มอายุ 36-45 ปี คิดว่าราคาไม่ควรแพงกว่าร้านกาแฟอื่น เป็นเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านสถานที่

สถานที่	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
ไป มาสะดวก	5	20	18	12	6	1	62
	20.83	25.32	36.73	30.77	31.58	12.50	28.44
ตกแต่งสวยงาม	3	19	7	8	4	2	43
	12.50	24.05	14.29	20.51	21.05	25.00	19.72
นั่งสบาย	9	28	15	12	8	2	74
	37.50	35.44	30.61	30.77	42.11	25.00	33.94
อยู่ในศูนย์การค้าที่ไปซื้อของอยู่แล้ว	7	12	9	7	1	3	39
	29.17	15.19	18.37	17.95	5.26	37.50	17.89
รวม	24	79	49	39	19	8	218
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านสถานที่ ในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 16-25 ปี และ 31-40 ปี คิดว่าร้านควรจะมีที่เพียงพอ นั่งสบาย เป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มอายุ 26- 35 ปี คิดว่าการที่ร้านตั้งอยู่ในที่ไป มาสะดวก เป็นปัจจัยสำคัญ และกลุ่มอายุ 41-45 ปี คิดว่าการที่ร้านตั้งอยู่ในศูนย์การค้าที่ไปซื้อของอยู่แล้ว เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
ใช้บริการเพราะผลของโฆษณา	1	8	3	5	2	0	19
	5.56	18.60	10.71	25.00	22.22	0.00	15.57
ใช้บริการเพราะมี สด แลก แจก แกรม	4	3	2	2	0	1	12
	22.22	6.98	7.14	10.00	0.00	25.00	9.84
ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	13	32	23	13	7	3	91
	72.22	74.42	82.14	65.00	77.78	75.00	74.59
รวม	18	43	28	20	9	4	122
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 16-45 ปี มีความคิดเห็นตรงกันว่า การส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาการโฆษณา และ การลด แลก แจก แกรม มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านบุคลากร

บุคลากร	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
มีระเบียบเรียบร้อย	5 25.00	17 20.48	10 20.83	9 19.57	3 23.08	0 0.00	44 20.56
บริการดี	7 35.00	32 38.55	17 35.42	18 39.13	6 46.15	1 25.00	81 37.85
แนะนำสินค้าได้ดี	3 15.00	14 16.87	8 16.67	9 19.57	3 23.08	2 50.00	39 18.22
มีความเป็นมิตรกับลูกค้า	5 25.00	20 24.10	13 27.08	10 21.74	1 7.69	1 25.00	50 23.36
รวม	20 100.00	83 100.00	48 100.00	46 100.00	13 100.00	4 100.00	214 100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านบุคลากร ในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 16-40 ปี มีความคิดเห็นตรงกันว่าหน้าที่พนักงานบริการดี สุภาพ เป็นเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาความเป็นมิตรกับลูกค้ามีส่วนช่วยในการเลือกใช้บริการเช่นกัน

ตารางที่ 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
ความรวดเร็วในการให้บริการ	10	28	21	14	6	1	80
	50.00	41.79	45.65	43.75	50.00	25.00	44.20
ความรวดเร็วในการคิดเงิน	2	16	10	10	4	0	42
	10.00	23.88	21.74	31.25	33.33	0.00	23.20
ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าและบริการ	8	23	15	8	2	3	59
	40.00	34.33	32.61	25.00	16.67	75.00	32.60
รวม	20	67	46	32	12	4	181
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 16-40 ปี คิดเหมือนกันว่าการที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มอายุ 41-45 ปี ส่วนใหญ่คิดว่าการส่งมอบสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ของร้าน	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
ดูเป็นคนรุ่นใหม่ ทันสมัย	7	23	11	7	1	0	49
	36.84	52.27	37.93	31.82	4.76	0.00	36.30
สุชุม คลาสสิก	10	16	16	12	8	0	62
	52.63	36.36	55.17	54.55	38.10	0.00	45.93
อื่นๆ	2	5	2	3	12	0	24
	10.53	11.36	6.90	13.64	57.14	0.00	17.78
รวม	19	44	29	22	21	0	135
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	0.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ของร้าน ในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า แต่ละกลุ่มอายุมีความเห็นที่แตกต่างกัน กลุ่มอายุ 16-20 ปี กลุ่ม 26-30 ปี และกลุ่ม 26-35 ปี คิดเหมือนกันเป็นส่วนใหญ่ว่าการที่ร้านดูสุชุม คลาสสิกมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ส่วนกลุ่มอายุ 21-25 ปี คิดว่า การที่ร้านดูสมัยใหม่ เหมาะกับคนทันสมัย เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ส่วนกลุ่มอายุ 36-40 ปี คิดว่า ภาพลักษณ์ของร้านจะเป็นอย่างไรก็ได้ ขอให้นั่งสบาย บรรยากาศผ่อนคลายก็พอ

ตารางที่ 51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัญหาในการใช้บริการ

ปัญหาในการใช้บริการ	อายุ						รวม
	16-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	
รสชาติกาแฟไม่คงที่	1 4.55	5 12.82	7 19.44	1 4.55	0 0.00	1 20.00	15 11.28
บริการไม่ดี	3 13.64	4 10.26	6 16.67	5 22.73	3 33.33	1 20.00	22 16.54
ไม่มีกาแฟที่ต้องการ	4 18.18	0 0.00	2 5.56	1 4.55	0 0.00	0 0.00	7 5.26
ราคาแพง	7 31.82	14 35.90	12 33.33	5 22.73	2 22.22	2 40.00	42 31.58
คิดเงินผิดพลาด	1 4.55	1 2.56	2 5.56	1 4.55	0 0.00	0 0.00	5 3.76
ล่าช้ารอคิวนาน	5 22.73	13 33.33	7 19.44	9 40.91	2 22.22	1 20.00	37 27.82
อื่นๆ	1 4.55	2 5.13	0 0.00	0 0.00	2 22.22	0 0.00	5 3.76
รวม	22 100.00	39 100.00	36 100.00	22 100.00	9 100.00	5 100.00	133 100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาที่พบในการใช้บริการ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 16-30 ปี และ 41-45 ปี มีความคิดส่วนใหญ่ตรงกันว่า ราคาแพงเป็นปัญหาในการใช้บริการมากที่สุด ส่วนกลุ่มอายุอื่นมีความคิดเห็นที่แตกต่าง โดย กลุ่มอายุ 31-35 ปี ส่วนใหญ่คิดว่า การรอคิวนาน เป็นปัญหา กลุ่มอายุ 36-40 ปี คิดว่าการบริการไม่ดีเป็นปัญหาส่วนใหญ่

ส่วนที่ 6 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และพฤติกรรมการใช้บริการ ความคิดเห็น
และปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์

ตารางที่ 52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และความบ่อยในการมาใช้บริการ

ความบ่อยของการมาใช้บริการ	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
1 ครั้งต่อเดือน	16 30.77	3 12.00	3 16.67	4 30.77	1 8.33	27 22.50
2-3 ครั้งต่อเดือน	20 38.46	14 56.00	7 38.89	6 46.15	5 41.67	52 43.33
4 ครั้งต่อเดือน	10 19.23	6 24.00	7 38.89	2 15.38	4 33.33	29 24.17
อื่นๆ	6 11.54	2 8.00	1 5.56	1 7.69	2 16.67	12 10.00
รวม	52 100.00	25 100.00	18 100.00	13 100.00	12 100.00	120 100.00

จากตารางพบว่าความบ่อยของการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ตั้งแต่ ต่ำกว่า 10,000 บาท จนถึง มากกว่า 40,000 บาท ต่อเดือน มาใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน เป็นส่วนใหญ่ เหมือนกัน

ตารางที่ 53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
น้อยกว่า 100 บาท	18	8	1	2	1	30
	34.62	32.00	5.56	15.38	8.33	25.00
100-200 บาท	25	15	11	9	10	70
	48.08	60.00	61.11	69.23	83.33	58.33
200-300 บาท	7	2	6	2	1	18
	13.46	8.00	33.33	15.38	8.33	15.00
โปรตระกูล	2	0	0	0	0	2
	3.85	0.00	0.00	0.00	0.00	1.67
รวม	52	25	18	13	12	120
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางพบว่าค่าใช้จ่ายต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ตั้งแต่ ต่ำกว่าเดือนละ 10,000 บาท จนถึง มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน ใช้จ่ายครั้งละ 100-200 บาท เป็นส่วนใหญ่เหมือนกัน

ตารางที่ 54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และจำนวนผู้ใช้บริการร่วม

จำนวนผู้ใช้บริการร่วม	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
คนเดียว	5 9.62	2 8.00	1 5.56	0 0.00	1 8.33	9 7.50
2 คน	23 44.23	11 44.00	12 66.67	11 84.62	8 66.67	65 54.17
3 คน	7 13.46	1 4.00	2 11.11	0 0.00	1 8.33	11 9.17
มากกว่า 3 คน	17 32.69	11 44.00	3 16.67	2 15.38	2 16.67	35 29.17
รวม	52 100.00	25 100.00	18 100.00	13 100.00	12 100.00	120 100.00

จากตารางพบว่าจำนวนผู้ใช้บริการร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ตั้งแต่ ต่ำกว่าเดือนละ 10,000 บาท จนถึง มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน มาใช้บริการร่วมกันครั้งละ 2 คน เป็นส่วนใหญ่เหมือนกัน

ตารางที่ 55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามกับผู้ใช้บริการร่วม

ความสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	20,000-29,999 บาท	30,000-39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
เพื่อน	43	21	11	6	8	89
	82.69	84.00	61.11	46.15	66.67	74.17
ครอบครัว	2	1	4	5	4	16
	3.85	4.00	22.22	38.46	33.33	13.33
ลูกค้า	0	0	1	2	0	3
	0.00	0.00	5.56	15.38	0.00	2.50
อื่นๆ	7	3	2	0	0	12
	13.46	12.00	11.11	0.00	0.00	10.00
รวม	52	25	18	13	12	120
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางพบว่าความสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ตั้งแต่ ต่ำกว่าเดือนละ 10,000 บาท จนถึง มากกว่า 40,000 บาท ต่อเดือน มาใช้บริการกับเพื่อน เป็นส่วนใหญ่เหมือนกัน

ตารางที่ 56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และจุดประสงค์ในการมาใช้บริการ

จุดประสงค์ในการมาใช้บริการ	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
พบปะพักทายเพื่อนฝูง	30 35.71	12 24.49	8 20.00	3 15.79	3 14.29	56 26.29
พูดคุยธุรกิจ	3 3.57	2 4.08	2 5.00	2 10.53	1 4.76	10 4.69
นั่งรอการซื้อปิ้ง	12 14.29	7 14.29	4 10.00	2 10.53	5 23.81	30 14.08
ดื่มกาแฟ หรือ ทานของว่าง	27 32.14	16 32.65	13 32.50	5 26.32	7 33.33	68 31.92
พักผ่อนหย่อนใจ	10 11.90	11 22.45	10 25.00	7 36.84	5 23.81	43 20.19
เสริมภาพลักษณ์ความเป็น คนทันสมัย	2 2.38	1 2.04	3 7.50	0 0.00	0 0.00	6 2.82
รวม	84 100.00	49 100.00	40 100.00	19 100.00	21 100.00	213 100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าความสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ตั้งแต่ ต่ำกว่าเดือนละ 10,000 บาท จนถึง 29,999 บาทต่อเดือน และกลุ่มรายได้ 40,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มาใช้บริการกับเพื่อ ดื่มกาแฟหรือทานของว่าง เป็นส่วนใหญ่ เหมือนกัน ส่วนกลุ่มรายได้ 30,000 – 39,999 บาทต่อเดือนมาใช้บริการเพื่อมานั่งพักผ่อนหย่อนใจ เป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประกอบที่เป็นผลิตภัณฑ์ของร้าน	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
มีกาแฟให้เลือกหลายแบบ	19	11	9	8	4	51
	21.11	24.44	24.32	34.78	18.18	23.50
รสชาติกาแฟ	30	16	14	9	5	74
	33.33	35.56	37.84	39.13	22.73	34.10
ชื่อเสียงของร้าน	23	11	7	3	6	50
	25.56	24.44	18.92	13.04	27.27	23.04
มีรายการอาหารและเครื่องดื่มให้เลือก	18	7	7	3	7	42
	20.00	15.56	18.92	13.04	31.82	19.35
รวม	90	45	37	23	22	217
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จนถึง 39,999 บาทต่อเดือน เลือกมาใช้บริการเพราะตั้งใจในรสชาติกาแฟ มากที่สุด และ รองลงมาเป็นการที่มีรายการกาแฟให้เลือกหลายอย่าง ส่วนกลุ่มรายได้ 40,000 บาทขึ้นไปเลือกใช้บริการเพราะมีรายการอาหารและเครื่องดื่มให้เลือกมาก เป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านราคา

ราคา	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
ไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านประเภทอื่น	13	7	3	3	2	28
	24.53	25.93	16.67	23.08	16.67	22.76
ไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านกาแฟอื่น	18	11	6	2	8	45
	33.96	40.74	33.33	15.38	66.67	36.59
ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	22	9	9	8	2	50
	41.51	33.33	50.00	61.54	16.67	40.65
รวม	53	27	18	13	12	123
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านราคา มีผลในการเลือกใช้บริการ จำนวนตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มรายได้ 20,000-39,999 บาทต่อเดือน มีความ คิดเห็นตรงกันว่าราคาไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เป็นส่วน ใหญ่ ส่วนกลุ่มรายได้ 10,000-19,999 บาทต่อเดือนและ 40,000 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นเหมือนกัน คือ ราคาต้อง ไม่แพงกว่าเมื่อเทียบกับร้านกาแฟอื่น

ตารางที่ 59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านสถานที่

สถานที่	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
ไป มาสะดวก	25	11	9	10	7	62
	29.07	22.45	28.13	40.00	26.92	28.44
ตกแต่งสวยงาม	15	13	5	5	5	43
	17.44	26.53	15.63	20.00	19.23	19.72
นั่งสบาย	29	18	12	6	9	74
	33.72	36.73	37.50	24.00	34.62	33.94
อยู่ในศูนย์การค้าที่ไปซื้อของ อยู่แล้ว	17	7	6	4	5	39
	19.767442	14.29	18.75	16.00	19.23	17.89
รวม	86	49	32	25	26	218
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านสถานที่ มีผลในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้ พบว่ากลุ่มรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 30,000-39,999 บาทต่อเดือน คิดว่า การไป มาสะดวก มีผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ กลุ่มรายได้ 10,000-29,999 บาทต่อเดือน และ 40,000 บาทขึ้นไป คิดว่าสถานที่ร้าน ที่มีที่นั่งเพียงพอและนั่งสบาย มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด

ตารางที่ 60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
ใช้บริการเพราะผลของโฆษณา	7	5	4	3	0	19
	13.21	20.00	21.05	23.08	0.00	15.57
ใช้บริการเพราะมี ลด แลก แจก แคม	7	1	1	0	3	12
	13.21	4.00	5.26	0.00	25.00	9.84
ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	39	19	14	10	9	91
	73.58	76.00	73.68	76.92	75.00	74.59
รวม	53	25	19	13	12	122
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด มีผลในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ มีความคิดเห็นตรงกันว่า การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ รองลงมาคิดว่าการโฆษณา มีส่วนช่วยดึงดูดให้เข้ามาใช้บริการ ส่วนผลของรายการส่งเสริมการขาย เช่นการ ลด แลก แจก แคม มีความสำคัญเป็นส่วนน้อย

ตารางที่ 61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านบุคลากร

บุคลากร	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
มีระเบียบเรียบร้อย	18 19.78	9 20.45	10 27.78	5 22.73	2 9.52	44 20.56
บริการดี	34 37.36	17 38.64	10 27.78	9 40.91	11 52.38	81 37.85
แนะนำสินค้าได้ดี	15 16.48	7 15.91	7 19.44	6 27.27	4 19.05	39 18.22
มีความเป็นมิตรกับลูกค้า	24 26.37	11 25.00	9 25.00	2 9.09	4 19.05	50 23.36
รวม	91 100.00	44 100.00	36 100.00	22 100.00	21 100.00	214 100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านบุคลากร มีผลในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกกลุ่มรายได้ คิดว่าการที่พนักงานบริการดี มีความสุภาพ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาส่วนใหญ่จะเป็นการที่พนักงานมีความเป็นมิตรกับลูกค้า และมีระเบียบเรียบร้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
ความรวดเร็วในการให้บริการ	33 39.29	17 51.52	12 44.44	9 47.37	9 50.00	80 44.20
ความรวดเร็วในการคิดเงิน	19 22.62	6 18.18	8 29.63	6 31.58	3 16.67	42 23.20
ความถูกต้องในการส่งมอบ สินค้าและบริการ	32 38.10	10 30.30	7 25.93	4 21.05	6 33.33	59 32.60
รวม	84 100.00	33 100.00	27 100.00	19 100.00	18 100.00	181 100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ มีผลในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกกลุ่มรายได้คิดเห็นเหมือนกันว่า ความรวดเร็วในการให้บริการ เป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ของร้าน	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
ดูเป็นคนรุ่นใหม่ ทันสมัย	23	15	6	3	2	49
	41.07	55.56	31.58	21.43	8.70	35.25
สุขุม คลาสสิก	27	9	12	9	9	66
	48.21	33.33	63.16	64.29	39.13	47.48
อื่นๆ	6	3	1	2	12	24
	10.71	11.11	5.26	14.29	52.17	17.27
รวม	56	27	19	14	23	139
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ของร้าน มีผลในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และ 20,000-39,999 บาทต่อเดือน คิดว่าการที่ร้านดูสุขุม คลาสสิก มีผลต่อการเลือกใช้บริการ มากที่สุด ส่วนกลุ่มรายได้ 10,000-19,999 บาทต่อเดือน คิดว่า การที่ร้านดูทันสมัยใหม่ เหมาะกับคนทันสมัย มีผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และปัญหาในการใช้บริการ

ปัญหาในการใช้บริการ	รายได้					รวม
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 19,999 บาท	20,000- 29,999 บาท	30,000- 39,999 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	
รสชาติกาแฟไม่คงที่	4 8.70	7 20.00	0 0.00	4 20.00	0 0.00	15 11.28
บริการไม่ดี	5 10.87	7 20.00	6 26.09	4 20.00	0 0.00	22 16.54
ไม่มีกาแฟที่ต้องการ	2 4.35	3 8.57	1 4.35	1 5.00	0 0.00	7 5.26
ราคาแพง	19 41.30	8 22.86	9 39.13	4 20.00	2 22.22	42 31.58
คิดเงินผิดพลาด	2 4.35	1 2.86	1 4.35	1 5.00	0 0.00	5 3.76
ล่าช้ารอคิวนาน	12 26.09	8 22.86	6 26.09	6 30.00	5 55.56	37 27.82
อื่นๆ	2 4.35	1 2.86	0 0.00	0 0.00	2 22.22	5 3.76
รวม	46 100.00	35 100.00	23 100.00	20 100.00	9 100.00	133 100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 120 คน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มรายได้มีปัญหาในการใช้บริการแตกต่างกัน กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และ 20,000-29,999 บาทต่อเดือน พบปัญหาราคาแพง มากที่สุด กลุ่มรายได้ 10,000-40,000 บาทขึ้นไป พบว่าปัญหาการรอคิวนาน มากที่สุด