

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและปัญหาในการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
ขอบเขตการศึกษา	14
ขอบเขตประชากรกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง	14
ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา	14
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	21
ส่วนที่ 3 การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	26
ส่วนที่ 4 ข้อมูลการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	55
กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นคว้าว้าพบ และข้อเสนอแนะ	131
สรุปผลการศึกษา	131
อภิปรายผล	164
ข้อค้นพบ	168
ข้อเสนอแนะ	169
ข้อจำกัดในการศึกษา	174
บรรณานุกรม	175
ภาคผนวก	177
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	178
ภาคผนวก ข ข้อมูลร้านกาแฟตัวบด	186
ประวัติผู้เขียน	198

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	18
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดต่าง ๆ	21
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายที่ใช้ที่ร้านกาแฟคั่วบดครั้ง	22
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่ทำในร้านกาแฟคั่วบด	22
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านกาแฟคั่วบดที่ชอบไปใช้บริการมากที่สุด	23
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ชอบไปใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดตามตารางที่ 10 มากที่สุด	24
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ชอบไปใช้บริการร้านแบดส์แคนยอน ร้านกาแฟวาวิ และร้านสตาร์บัคส์มากที่สุด	25
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟคั่วบดจากการโฆษณา	26
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟคั่วบดจากการส่งเสริมการขาย	27
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟคั่วบดจากการสื่อสาร ณ จุดซื้อ	28
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟคั่วบดจากการประชาสัมพันธ์	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟคั่วบดจากการขายโดยพนักงานขาย	30
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟคั่วบดจากการสนับสนุนทางการตลาด	31
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟคั่วบดจากกิจกรรมทางการตลาด	32
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟคั่วบดจากกิจกรรมการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ	33
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของการโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	34
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	36
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของการสื่อสาร ณ จุดซื้อ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	38
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	40
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของการขายโดยพนักงานขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	42
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของการสนับสนุนทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของกิจกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	46
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของการสื่อสารการตลาด โดยตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	48
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด	50
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการทราบข้อมูลข่าวสารจากกิจกรรมการสื่อสารการตลาดของร้านกาแฟคั่วบด	51
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของวัตถุประสงค์ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านกาแฟคั่วบด	52
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่ทำให้ไม่ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารจากกิจกรรมการสื่อสารการตลาดของร้านกาแฟคั่วบด	54
33	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	55
34	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	56
35	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสาร ณ จุดซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	57
36	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
37	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการขายโดยพนักงานขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	59
38	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสนับสนุนทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	60
39	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	61
40	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดโดยตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	62
41	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	63
42	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	64
43	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	66
44	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสาร ณ จุดซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	68
45	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	70
46	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการขายโดยพนักงานขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	72
47	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสนับสนุนทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
48	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	76
49	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดโดยตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	78
50	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	80
51	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	82
52	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	84
53	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสาร ณ จุดซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	86
54	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	88
55	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการขายโดยพนักงานขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	90
56	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสนับสนุนทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	92
57	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

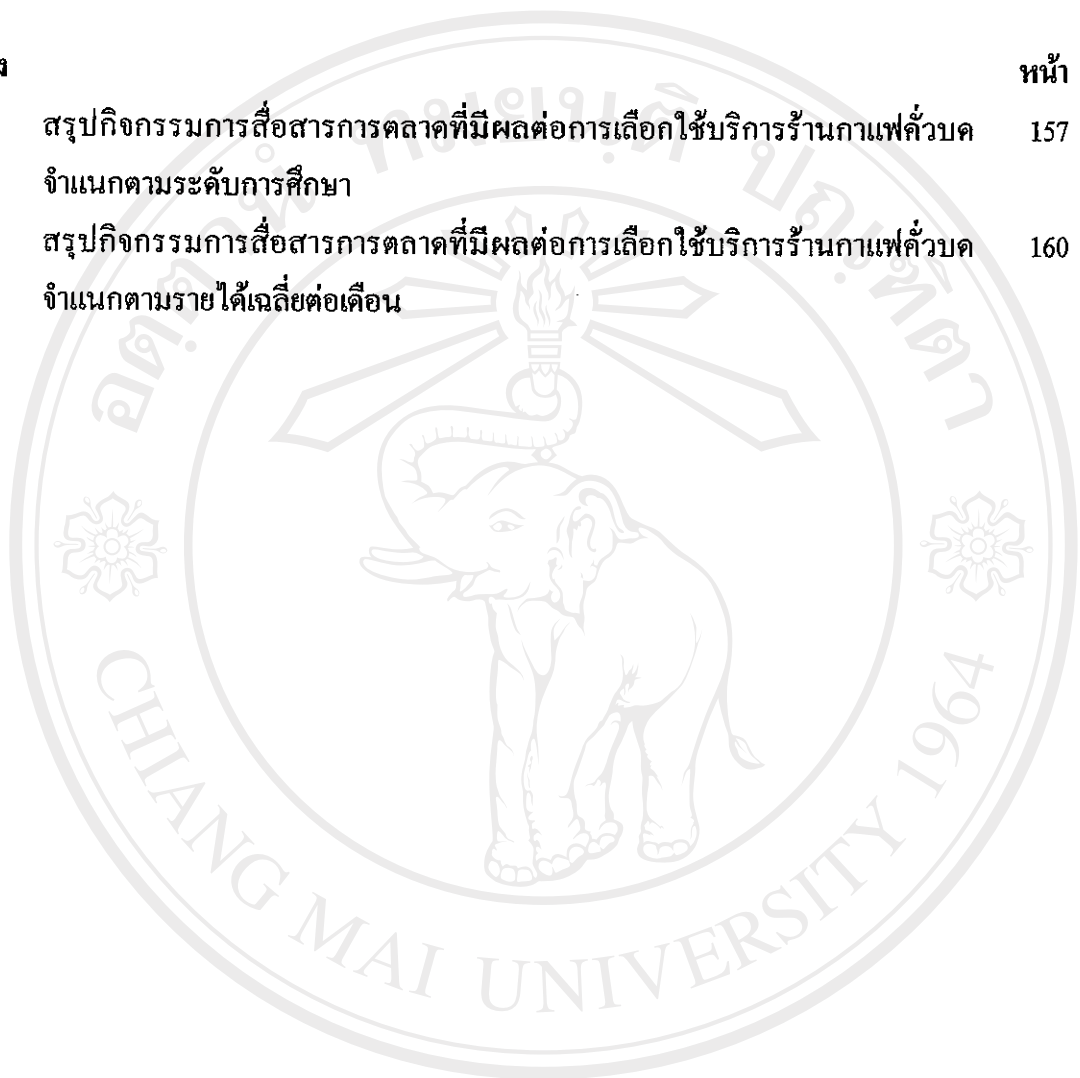
ตาราง		หน้า
58	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด โดยตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	96
59	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	98
60	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100
61	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103
62	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสาร ณ จุดซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	106
63	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	109
64	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการขายโดยพนักงานขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	112
65	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสนับสนุนทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	115
66	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
67	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด โดยตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	120
68	ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมการสื่อสาร การตลาดอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	123
69	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด เป็นประจำ จำแนกตามเพศ	124
70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด เป็นประจำ จำแนกตามอายุ	125
71	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด เป็นประจำ จำแนกตามระดับการศึกษา	125
72	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด เป็นประจำ จำแนกตามอาชีพ	126
73	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด เป็นประจำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	127
74	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด เป็นประจำ จำแนกตามร้านกาแฟคั่วบดที่ชอบไปใช้บริการ	128
75	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการ ร้านกาแฟคั่วบดเป็นประจำเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	129
76	สรุปกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามเพศ	153
77	สรุปกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามอายุ	154

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
78	สรุปกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามระดับการศึกษา	157
79	สรุปกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	160



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved