

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
ขอบเขตเนื้อหา	8
ขอบเขตประชากร	8
วิธีการศึกษา	8
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของ นักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	29

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการร้านกาแฟ ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	40
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนัก ศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	51
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนัก ศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	62
ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการร้านกาแฟ ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	76
ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการร้านกาแฟ ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	87
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	101
สรุปผลการศึกษา	101
อภิปรายผล	114
ข้อค้นพบ	116
ข้อเสนอแนะ	117
บรรณานุกรม	120
ภาคผนวก	121
แบบสอบถาม	122
ประวัติผู้เขียน	133

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา	14
4 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	14
5 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคณะที่กำลังศึกษา	15
6 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่พักอาศัย	16
7 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านกาแฟที่เคยใช้ บริการภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	17
8 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้ บริการร้านกาแฟ	18
9 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้ บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	19
10 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้บริการ	20
11 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการต่อครั้ง	20
12 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ บริการ	21
13 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่มาใช้ บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	22
14 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนที่มาใช้ บริการในแต่ละครั้ง	22
15 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสื่อที่ทำให้ รู้จักร้านกาแฟ	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรศกาแฟที่ทานคิมเป็นประจำ	24
17 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่ชอบ	25
18 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามของแถมที่ชอบสำหรับเทศกาลต่างๆ	26
19 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสินค้าที่บริโภคในการใช้บริการแต่ละครั้ง	27
20 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้และนั่งในร้านกาแฟต่อครั้ง	28
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	29
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา	31
23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	32
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	33
25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร	34
26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	36
27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	38
28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบบ้านผลิตภัณฑ์	40
29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบบ้านราคา	42
30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบบ้านช่องทางการจัดจำหน่าย	43
31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบบ้านการส่งเสริมการตลาด	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบด้านบุคลากร	45
33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบด้านกระบวนการให้บริการ	47
34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	49
35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	51
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	53
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	54
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	55
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	56
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	58
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	60
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามชั้นปีที่ กำลังศึกษา	62
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามชั้นปีที่กำลัง ศึกษา	64
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก ตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	66
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม ชั้นปีที่กำลังศึกษา	68
46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามชั้นปีที่กำลัง ศึกษา	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ กำลังศึกษา จำแนกตามชั้นปีที่	72
48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	74
49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	76
50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านราคา จำแนกตามเพศ	78
51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	79
52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	80
53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	81
54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	83
55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	85
56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	87
57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านราคา จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	89
58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามชั้นปีที่ กำลังศึกษา	91
59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามชั้นปีที่ กำลังศึกษา	93
60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านบุคลากร จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	95
61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามชั้นปีที่ กำลังศึกษา	97
62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	99

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารแฟ้ จำแนกตามเพศ	109
64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดจากการใช้บริการร้านอาหารแฟ้ จำแนกตามเพศ	110
65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารแฟ้ จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	111
66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดจากการใช้บริการร้านอาหารแฟ้ จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	112