

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ทฤษฎีและแนวคิด	4
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
3.1 ขอบเขตการศึกษา	9
3.2 ขอบเขตประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	9
3.3 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	10
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
3.5 ระยะเวลาและสถานที่ใช้ในการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟบน ถนนนันทน์นิมมานเหมินท์ทั้งหมดประกอบ ด้วยสถานะส่วนบุคคล กิจกรรม สม สนใจ และความคิดเห็น ของผู้บริโภคในร้านกาแฟ บนถนนนันทน์นิมมาน เหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่	13
ส่วนที่ 2 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนันทน์นิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคล กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ และปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้พบในการใช้บริการร้านกาแฟ	34
ส่วนที่ 4 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มทำงานรายได้ดี ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ และปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้พบในการใช้บริการร้านกาแฟ	66
ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม ประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคล กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ และปัญหาที่ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มพบในการใช้บริการร้านกาแฟ	97
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	106
5.1 สรุปผลการศึกษา	106
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	114
5.3 ข้อค้นพบ	116
5.4 ข้อเสนอแนะ	118
บรรณานุกรม	120
ภาคผนวก	121
แบบสอบถาม	122
ประวัติผู้เขียน	130

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ	13
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามอายุ	14
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา	14
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้หลัก	15
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามพาหนะหลักที่ใช้เป็นประจำในชีวิตประจำวันเป็นประจำ	16
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามที่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่	16
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามภูมิลำเนาเดิมก่อนมาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่	17
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามอาชีพ	17
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามกิจกรรมในการพักผ่อนยามว่าง	18
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทกีฬาที่ชื่นชอบ	19
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามสถานที่รับประทานอาหารเช้า	20

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามสาเหตุที่มักไปรับประทานอาหารนอกบ้าน	20
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อมากที่สุด	21
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามสถานที่ซื้อสินค้า	22
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบไปเมื่อมีโอกาส	22
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการร้านกาแฟ	23
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่นิยมทานที่ร้านกาแฟ	24
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ	24
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้ง	25
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามสื่อความบันเทิงที่สนใจมากที่สุด	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทของเพลงที่สนใจมากที่สุด	26
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามรูปแบบร้านที่สนใจเข้าไปรับบริการมากที่สุด	27
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภคมากที่สุด	27
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามความสำคัญด้านการบริการมากที่สุด	28
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามการส่งเสริมการขายที่ทำให้ความสนใจมากที่สุด	28
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามร้านกาแฟที่นำใช้บริการควรมีองค์ประกอบอะไรเป็นสำคัญนอกเหนือจากรสชาติ	29
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามสื่อที่เลือกใช้ในการรับรู้ข่าวสารมากที่สุด	30
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามสิ่งที่อยากให้ร้านกาแฟมี	31
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟเฉลี่ย 1 ครั้งต่อ 1 คน	32
31	แสดงการแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ	34
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามเพศ	34
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามอายุ	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามระดับการศึกษา	35
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามระดับของรายได้	36
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้หลัก	36
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้เป็นประจำ	37
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามที่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่	37
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามภูมิภาคเดิม	38
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามอาชีพ	38
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามกิจกรรมในการพักผ่อนยามว่าง	39
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามประเภทกีฬาที่ชื่นชอบ	40
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามสถานที่รับประทานมื้อค่ำ	41
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามสาเหตุที่ไปทานอาหารนอกบ้าน	41
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามประเภทสินค้าที่ชอบซื้อ	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามสถานที่ประจำที่ซื้อสินค้า	43
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามสถานที่เที่ยวที่ชอบ ไปเที่ยวเมื่อมีโอกาส	43
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการร้านกาแฟ	44
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่นิยมนทาน	44
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ	45
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	45
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามสื่อบันเทิงที่สนใจ	46
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามประเภทเพลงที่สนใจ	47
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามรูปแบบร้านที่สนใจใช้บริการ	48
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามความสนใจด้านผลิตภัณฑ์	48
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามความสนใจด้านการให้บริการของพนักงาน	49
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามความสนใจด้านการส่งเสริมการขาย	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้อยากไปใช้บริการนอกเหนือจากรสชาติของผลิตภัณฑ์	50
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามสื่อที่ใช้รับรู้ข่าวสาร	51
60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามสิ่งที่อยากให้ร้านกาแฟมี	52
61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟเฉลี่ย 1 ครั้งต่อ 1 คน	53
62	แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญ	54
63	แสดงปัจจัยด้านราคาของผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญ	55
64	แสดงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญ	56
65	แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญ	57
66	แสดงปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญ	58
67	แสดงปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญ	59
68	แสดงปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญ	60
69	แสดงปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภครวมกลุ่มนักเรียน นักศึกษาพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
70	แสดงปัญหาด้านราคาของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	62
71	แสดงปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	62
72	แสดงปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	63
73	แสดงปัญหาด้านบุคลากรของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	63
74	แสดงปัญหาด้านกระบวนการการให้บริการที่ผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	64
75	แสดงปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	65
76	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มคนทำงาน จำแนกตามเพศ	66
77	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานจำแนกตามอายุ	66
78	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานจำแนกตามระดับการศึกษา	67
79	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานจำแนกตามระดับของรายได้	67
80	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้หลัก	68
81	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้เป็นประจำ	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
82	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามที่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่	69
83	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามภูมิลำเนาเดิม	69
84	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามอาชีพ	70
85	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามกิจกรรมในการพักผ่อนยามว่าง	71
86	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามประเภทกีฬาที่ชื่นชอบ	72
87	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามสถานที่รับประทานมื้อค่ำ	73
88	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามสาเหตุที่ไปทานอาหารนอกบ้าน	73
89	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามประเภทสินค้าที่ชอบซื้อ	74
90	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามสถานที่ประจำที่ซื้อสินค้า	75
91	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามสถานที่เที่ยวที่ชอบไปเที่ยวเมื่อมีโอกาส	75
92	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการร้านกาแฟ	76
93	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่นิยมนทาน	76
94	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ	77
95	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
96	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามสื่อบันเทิงที่สนใจ	78
97	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามประเภทเพลงที่สนใจ	78
98	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามรูปแบบร้านที่สนใจใช้บริการ	79
99	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามความสนใจด้านผลิตภัณฑ์	79
100	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามความสนใจด้านการให้บริการของพนักงาน	80
101	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามความสนใจด้านการส่งเสริมการขาย	80
102	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้อยากไปใช้บริการนอกเหนือจากรสชาติของผลิตภัณฑ์	81
103	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงาน จำแนกตามสื่อที่ใช้รับรู้ข่าวสาร	82
104	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามสิ่งที่อยากให้ร้านกาแฟมี	83
105	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟเฉลี่ย 1 ครั้งต่อ 1 คน	84
106	แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญ	85
107	แสดงปัจจัยด้านราคาของผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญ	86
108	แสดงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภครวมกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญ	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
109	แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญ	88
110	แสดงปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญ	89
111	แสดงปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญ	90
112	แสดงปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญ	91
113	แสดงปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภครู้สึกว่าพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	92
114	แสดงปัญหาด้านราคาที่ผู้บริโภครู้สึกว่าพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	93
115	แสดงปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภครู้สึกว่าพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	93
116	แสดงปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริโภครู้สึกว่าพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	94
117	แสดงปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้บริโภครู้สึกว่าพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	94
118	แสดงปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้บริโภครู้สึกว่าพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	94
119	แสดงปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภครู้สึกว่าพบในการใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์	96
120	เปรียบเทียบผู้บริโภครู้สึกว่าใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม ด้านประชากรศาสตร์	97
121	เปรียบเทียบผู้บริโภครู้สึกว่าใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม ด้านกิจกรรม	98
122	เปรียบเทียบผู้บริโภครู้สึกว่าใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม ด้านความสนใจ	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
123	เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม ด้านความคิดเห็น	100
124	เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม เรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	100
125	เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม เรื่องปัจจัยด้านราคา	101
126	เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม เรื่องปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	101
127	เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม เรื่องปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	102
128	เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม เรื่องปัจจัยด้านบุคลากร	103
129	เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม เรื่องปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	103
130	เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม เรื่องปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	104
131	เปรียบเทียบผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 กลุ่ม เรื่องปัญหาที่พบในการใช้บริการร้านกาแฟ	105