

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
3.1 ขอบเขตการศึกษา	9
3.2 วิธีการศึกษา	10
3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	12
3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ	
ร้านอาหารประเภทต้มยำ	17
2.1 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทต้มยำ	
ประเภต้มยำ	17
2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทต้มยำ จำแนกตามเพศ	24
2.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทต้มยำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านอาหารประเภทดื่มชา	54
3.1 ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการในด้านต่าง ๆ	54
3.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ประเภทดื่มชาต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ	61
3.3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ประเภทดื่มชาต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะในการใช้บริการร้านอาหาร ประเภทดื่มชา	87
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	98
5.1 สรุปผลการศึกษา	98
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	113
5.3 ข้อค้นพบ	122
5.4 ข้อเสนอแนะ	123

บรรณานุกรม 127

ภาคผนวก 129

ประวัติผู้เขียน 136

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 แสดงการกระจายการเก็บข้อมูล	10
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	15
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	15
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	16
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของอาหาร ที่ชอบมากที่สุด	17
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ รับประทานติ่มซำ	18
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการ รับประทานติ่มซำ	19
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มารับประทาน ติ่มซำบ่อยที่สุด	20
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการ รับประทานติ่มซำ	21
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มา รับประทานติ่มซำด้วยกัน	21
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนที่มา ใช้บริการ	22
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยใน การใช้บริการแต่ละครั้ง	22
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ใน การมาใช้บริการร้านอาหารประเภทติ่มซำ	23
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จัก ร้านอาหารประเภทติ่มซำ	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทอาหารที่ชอบมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	24
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่รับประทานติ่มซำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	25
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการรับประทานติ่มซำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	26
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่มารับประทานติ่มซำบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการรับประทานติ่มซำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	28
4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มารับประทานติ่มซำกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	29
4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนคนที่มาใช้บริการกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	30
4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	31
4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	32
4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารประเภทติ่มซำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	33
4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทอาหารที่ชอบมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	34
4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่รับประทานติ่มซำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	36
4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการรับประทานติ่มซำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	38
4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่มารับประทานติ่มซำบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการรับประทานดื่มชากับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	42
4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มารับประทานดื่มชากับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	44
4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนคนที่มาใช้บริการกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	48
4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	50
4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารประเภทดื่มชาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
4.36 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	54
4.37 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	55
4.38 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	56
4.39 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	57
4.40 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	58
4.41 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	59
4.42 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	61
4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านราคา จำแนกตามเพศ	63
4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านการจัด จำหน่าย จำแนกตามเพศ	64
4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	65
4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ	66
4.48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	67
4.49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้าน กระบวนการ จำแนกตามเพศ	69
4.50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
4.51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	73
4.52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านการจัด จำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
4.53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
4.54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
4.55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อไปจ้อย่อยด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
4.57 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบในการใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	87
4.58 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของปัจจัยด้านราคาพบในการใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	89
4.59 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่พบในการใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	90
4.60 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบในการใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	92
4.61 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของปัจจัยด้านบุคคลที่พบในการใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	93
4.62 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพที่พบในการใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	94
4.63 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของปัจจัยด้านกระบวนการที่พบในการใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	96
4.64 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม	97
5.1 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการและระดับของปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดบริการของการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	115
5.2 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ 10 อันดับแรก และระดับของปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดบริการต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทดื่มชา	119