

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(3)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(11)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	3
1.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	4
1.5 สมมติฐานการศึกษา.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2. วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
2.3 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์.....	30
2.4 ความรู้เกี่ยวกับกาเฟสด.....	35
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
3. วิธีการดำเนินการวิจัย.....	46
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	46
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	47
3.3 การสร้างเครื่องมือในการศึกษา.....	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	49
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4 ผลการวิจัย.....	52
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค.....	53
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของกลุ่ม ผู้บริโภค.....	54
4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟสด.....	59
4.4 การทดสอบสมมติฐาน.....	65
5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	114
สรุปผลการวิจัย.....	114
อภิปรายผล.....	119
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย.....	122
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	124
บรรณานุกรม.....	125
ภาคผนวก.....	128
ประวัติผู้เขียน.....	135

สารบัญญัตินี้

ตารางที่	หน้า
2.1 คำถาม 7 คำถาม (6W's และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 คำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค (7O's).....	20
4.1 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์.....	53
4.2 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามความถี่ในการบริโภคกาแฟสดต่อ สัปดาห์.....	55
4.3 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามช่วงเวลา que เลือกใช้บริการกาแฟสด.....	55
4.4 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามประเภทกาแฟที่เลือกบริโภคที่บริโภค....	56
4.5 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้าน กาแฟสด.....	56
4.6 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง.....	57
4.7 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการ.....	57
4.8 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามร้านกาแฟที่ใช้บริการ.....	58
4.9 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้ บริการร้านกาแฟสด.....	58
4.10 จำนวน และร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการทำกิจกรรมเวลาอยู่ร้านกาแฟ.....	59
4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด.....	60
4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด.....	61
4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผล ต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด.....	61
4.14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด.....	62
4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด.....	63
4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มี ผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.17	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด.....	64
4.18	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด.....	65
4.19	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	66
4.20	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	70
4.21	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	74
4.22	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	78
4.23	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	83
4.24	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	87
4.25	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	91
4.26	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	95
4.27	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	99
4.28	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลากรกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	103
4.29	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพกับพฤติกรรม การใช้บริการร้านกาเฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	110

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา.....	5
2.1 แสดงส่วนประสมทางการตลาด.....	17
2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of buyer behavior).....	23