

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี

พรชัย มั่งคั่ง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

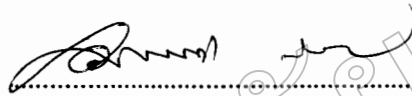
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

มีนาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณางาน
นิพนธ์ของ พรชัย มั่งคั่ง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

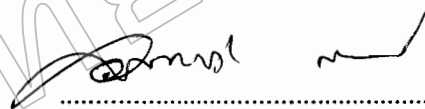
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์



.....อาจารย์ที่ปรึกษา

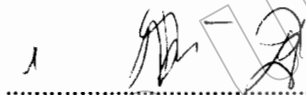
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมย์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์



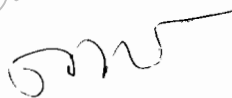
.....ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมย์)



.....กรรมการ

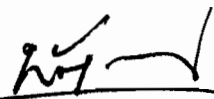
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)



.....กรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร.อุทิศ ศิริวรรณ)

คณะกรรมการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พจน์ นนทศักดิ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.2555

53920726: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กง.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ปิงจียที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้/ ร้านกาแฟแฟสด/ ผู้บริโภค/ บางแสน/
จังหวัดชลบุรี

พรชัย มั่งคั่ง: ปิงจียที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค
ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER'S DECISION
COFFEE SHOPS IN BANGSAEN, CHONBURI) อาจารย์ ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์: รศ.ดร.วุฒิชัย
สุนทรสมบัติ, DBA, 69 หน้า, ปี พ.ศ. 2554.

การวิจัยเรื่อง ปิงจียที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค
ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปิงจียทางการตลาดที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี และ เพื่อศึกษา
ความสัมพันธ์ระหว่างปิงจียส่วนบุคคลกับปิงจียทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ
แบบสอบถามซึ่งคำถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปิงจีย
ส่วนบุคคล ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปิงจียทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการ
ร้านกาแฟสดของผู้บริโภค โดยศึกษาปิงจียส่วนผสมทางการตลาด 6 ด้านได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์
(2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านการให้บริการ
และ (6) ด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการ โดยทำการศึกษาจากผู้บริโภคในเขตบางแสน
จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การศึกษาปิงจียที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค
ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตบางแสนส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิง มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีสถานภาพโสด เป็นนิสิต/
นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยเดือนละไม่เกิน 10,000 บาท

ปิงจียที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับ
มาก โดยปิงจียที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด มากที่สุดคือ ปิงจียทาง
ด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการ รองลงมาคือ ปิงจียทางด้านผลิตภัณฑ์ กับ ปิงจียทาง
ด้านราคา ปิงจียทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ปิงจียทางการให้บริการ และ
ปิงจียทางการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านกาแฟสด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด จะแตกต่างกัน
ตามเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ และ อาชีพ ส่วนอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าไม่แตกต่าง
กัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

53920726: MAJOR(SMES MANAGEMENT); MASTER OF
MANAGEMENT(MANAGEMENT)

KEYWORD: FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER'S SELECTION/COFFEE SHOPS
/ CONSUMERS/ BANGSAEN/ CHONBURI

PORNCHAI MUNGKUNG: FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER'S
DECISION COFFEE SHOPS IN BANGSAEN, CHONBURI. INSTRUCTOR: ASSOC.
PROF.DR. WUTTHICHAT SUNTHORNSAMAI, DBA, 69 P. 2011.

The objectives of the study about factors affecting on the customer's decision of selecting coffee shops in Bangsaen, Chonburi are to examine factors affecting on the customer's decision of selecting coffee shops in Bangsaen, Chonburi and to study relation between personal factor and marketing factor affecting on the customer's decision of selecting coffee shops in Bangsaen, Chonburi. The tool for this study is questionnaire divided into three parts: Part 1) Personal factor questionnaire Part 2) marketing factor related with customer's decision of selecting coffee shops by examining marketing mixes as following 1) product 2) price 3) place 4) promotion 5) service 6) environment from 400 people living in Bangsaen, Chonburi.

In conclusion, the study about factors affecting on the customer's decision of selecting coffee shops in Bangsaen, Chonburi found that the most of consumers are female aged 20-30 years old with Bachelor's degree and they are single students with average income not over 10,000 Baht .

The overall factors affecting on the customer's decision of selecting coffee shop are in high level and the most influential factor on the customer's decision of selecting coffee is environment. The second are product, price, place, service and promotion, respectively.

The comparison for personal factors affecting on the customer's decision of selecting coffee shop found that the factors are different from gender, education level, status, occupation and there is no difference between age and average income /month

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานของการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	5
คุณภาพการให้บริการ(Service Quality Concept).....	12
พฤติกรรมผู้บริโภค.....	16
ส่วนประสมทางการตลาด.....	18
ข้อมูลเกี่ยวกับกาแฟสด.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	26
รูปแบบการศึกษา.....	26
ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	26
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
การสร้างเครื่องมือ.....	29

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล และการจัดทำข้อมูล	29
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์	31
การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	34
การวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	40
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	58
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
สรุปผลการศึกษา	58
อภิปรายผลการศึกษา	59
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเนื้อหา	60
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป	61
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	64
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	65
ประวัติย่อของผู้วิจัย	69

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของประชาชนที่บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี จำแนกสถานภาพทั่วไป	32
4-2 แสดงจำนวนและร้อยละของประชาชนที่บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด	34
4-3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนของประชาชนที่บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี ด้านผลิตภัณฑ์	35
4-4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนของประชาชนที่บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี ด้านราคา	36
4-5 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนของประชาชนที่บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	37
4-6 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนของประชาชนที่บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด	38
4-7 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนของประชาชนที่บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี ด้านการให้บริการ	38
4-8 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนของประชาชนที่บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี ด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการ	39
4-9 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ การเลือก ใช้บริการร้านกาแฟ จำแนกตามเพศ	40
4-10 แสดง การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ การเลือก ใช้บริการร้านกาแฟ จำแนกตามอายุ	41
4-11 แสดง การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามระดับการศึกษา	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-12 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	43
4-13 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	44
4-14 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	45
4-15 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามระดับ การศึกษา	45
4-16 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา.....	46
4-17 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการจำแนกตามระดับ การศึกษา	47
4-18 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจเลือกใช้ บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามสถานภาพ	48
4-19 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ บริการร้านกาแฟสด จำแนกตามอาชีพ	49
4.20 แสดง การเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ บริการร้านกาแฟสด ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ.....	50
4.21 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ บริการร้านกาแฟสด ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ บริการร้านอาหารแฟสด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอาชีพ.....	52
4.23 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ บริการร้านอาหารแฟสด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ.....	53
4.24 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ บริการร้านอาหารแฟสด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	54
4.25 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ บริการร้านอาหารแฟสด ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	55
4.26 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจ บริการร้านอาหารแฟสด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 3

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University