



การศึกษาอิสระ

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
FACTORS FOR SUCCESS OF AIYACHA CAFE BUSINESS IN AMPORE
MUANG, CHUMPHON PROVINCE.

นางสาวพรทิพย์ ตัสโต
รหัสนักศึกษา 63205065

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ปีการศึกษา 2564



INDEPENDENT STUDY

FACTORS FOR SUCCESS OF AIYACHA CAFE BUSINESS IN AMPORE
MUANG, CHUMPHON PROVINCE

MRS. PHONTIP TATSATO
STUDENT ID 63205065

INDEPENDENT STUDY IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT
FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2021



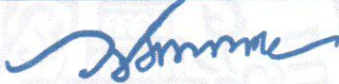
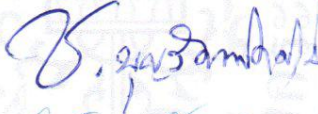

COPYRIGHT 2022

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองการศึกษาอิสระ

.....
การศึกษาอิสระเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง
จังหวัดชุมพร
Factors for success of aiyacha cafe business in Ampore muang,
Chumphon Province
ชื่อนักศึกษา นางสาวพรทิพย์ ตัสโต
รหัสประจำตัว 63205065
ปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชรระ ศิลป์เสวตร์

อาจารย์ผู้ควบคุมการศึกษาอิสระ	ลายมือชื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชรระ ศิลป์เสวตร์	
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญญาภักดิ์ หล้าแหล่ง	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 20 กรกฎาคม 2565 เวลา 09.00-09.30 น.
สถานที่สอบ ออนไลน์ ผ่านระบบ ZOOM

เห็นชอบ/รับรอง



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญวอล)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 29 เดือน กค พ.ศ. 65

การศึกษาอิสระเรื่อง	ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
ชื่อนักศึกษา	นางสาวพรทิพย์ ตัสโต
รหัสประจำตัว	63205065
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชรระ ศิลป์เสวตร์

บทคัดย่อ

การศึกษาอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าย่าน Aiyacha ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าย่าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 398 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ T-test, F-test และ Multiple Linear Regression Analysis โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Independent Study	Factors for success of aiyacha cafe business in muang district, Chumphon Province
Student's Name	MRS. Phontip Tatsato
Student ID	63205065
Degree	Bachelor of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2564
Independent Study Advisors	Asst. Prof. Watchara Sinlapasaweatr

Abstract

This independent study It aims to study the basics of Aiyacha customers, the market contribution factors that affect the success of the café business. Aiyacha analyzes factors affecting the success of the café business. Aiyacha in Ampore Mueang, Chumphon Province The questionnaire was used as a tool to collect information from a group of Aiyacha shop customers in Ampore Mueang, Chumphon Province. 398 sets The statistics used in the analysis are T-test, F-test and Multiple Linear Regression Analysis, with statistical significance at .05.

The results showed that the fundamental factors of the entrepreneur included age. Education level Different monthly incomes affect the success of the café business. Aiyacha in Ampore Mueang, Chumphon Province differs statistically significantly at .05 and market contribution factors. Product, distribution channels, marketing promotion, physical characteristics and process aspects affect the success of the café business. Aiyacha in Ampore Mueang, Chumphon Province is statistically significant at .05.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุง ผู้ศึกษาขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ที่ชี้แนะแนวทางในการศึกษาให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการศึกษาอิสระ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งยังดูแลเอาใจใส่ และให้กำลังใจในการทำการศึกษอิสระด้วยดีเสมอมา และขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์ กิตติภูมิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญัญญภัค หล้าแหล่ง ดร.ปิวิธชา พุทธเกิด ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา นอกจากนี้ขอขอบคุณคณะกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์ กิตติภูมิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญัญญภัค หล้าแหล่ง ช่วยชี้แนะแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาอิสระฉบับนี้จนทำให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีด้วยความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา รวมทั้งเพื่อน ๆ ที่เป็นกำลังใจผลักดันให้การศึกษาลุล่วงไปได้ด้วยดีพร้อมทั้งช่วยเหลือหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความรัก และความเข้าใจเสมอ

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณประโยชน์จากการศึกษาอิสระเล่มนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยั้ง ที่ให้การศึกษาอิสระศึกษาเล่มนี้สำเร็จลงได้ ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้ที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

พรทิพย์ ตัสโต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
1.6 สมมุติฐานของการวิจัย.....	6
1.7 กรอบแนวความคิดของการวิจัย.....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด.....	11
2.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านความสำเร็จ.....	12
2.5 แนวคิดและทฤษฎีด้านความน่าเชื่อถือ.....	13
2.6 แนวคิดและทฤษฎีด้านความเชื่อมั่น.....	13
2.7 แนวคิดและทฤษฎีด้านความเอาใจใส่.....	14
2.8 แนวคิดและทฤษฎีด้านการตอบสนองลูกค้า.....	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.9 แนวคิดและทฤษฎีด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	15
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	18
3.1 รูปแบบการศึกษา.....	18
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	19
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	22
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน.....	22
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	25
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	26
ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด.....	28
ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha.....	37
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจคาเฟ่ร้าน.....	42
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	50
ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	54
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	57
5.1 สรุปผลวิจัย.....	57
5.2 อภิปรายผล.....	61
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	66
ภาคผนวก.....	69
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	70
ภาคผนวก ข หนังสือรายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	78
ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม.....	103
ภาคผนวก ง ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์.....	112
ประวัติผู้วิจัย.....	146



สารบัญ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	26
4.2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	26
4.3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	27
4.4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	27
4.5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	28
4.6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน.....	28
4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	29
4.8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	29
4.9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	31
4.10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	32
4.11 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	33
4.12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	34
4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	35
4.14 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	36
4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.....	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร..... 38
4.17	ปัจจัยพื้นฐานพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตาม เพศ..... 43
4.18	ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามอายุ..... 44
4.19	การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านอายุที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร..... 44
4.20	ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามระดับการศึกษา..... 45
4.21	การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อความ สำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร..... 45
4.22	ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามอาชีพ..... 47
4.23	ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามสถานภาพ..... 48
4.24	ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 49
4.25	การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านรายได้ต่อเดือนที่ส่งผลต่อความ สำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร..... 49
4.26	ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น..... 50
4.27	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบ ANOVA..... 51
4.28	ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความ สำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร..... 51
4.29	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้า ธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ..... 54

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

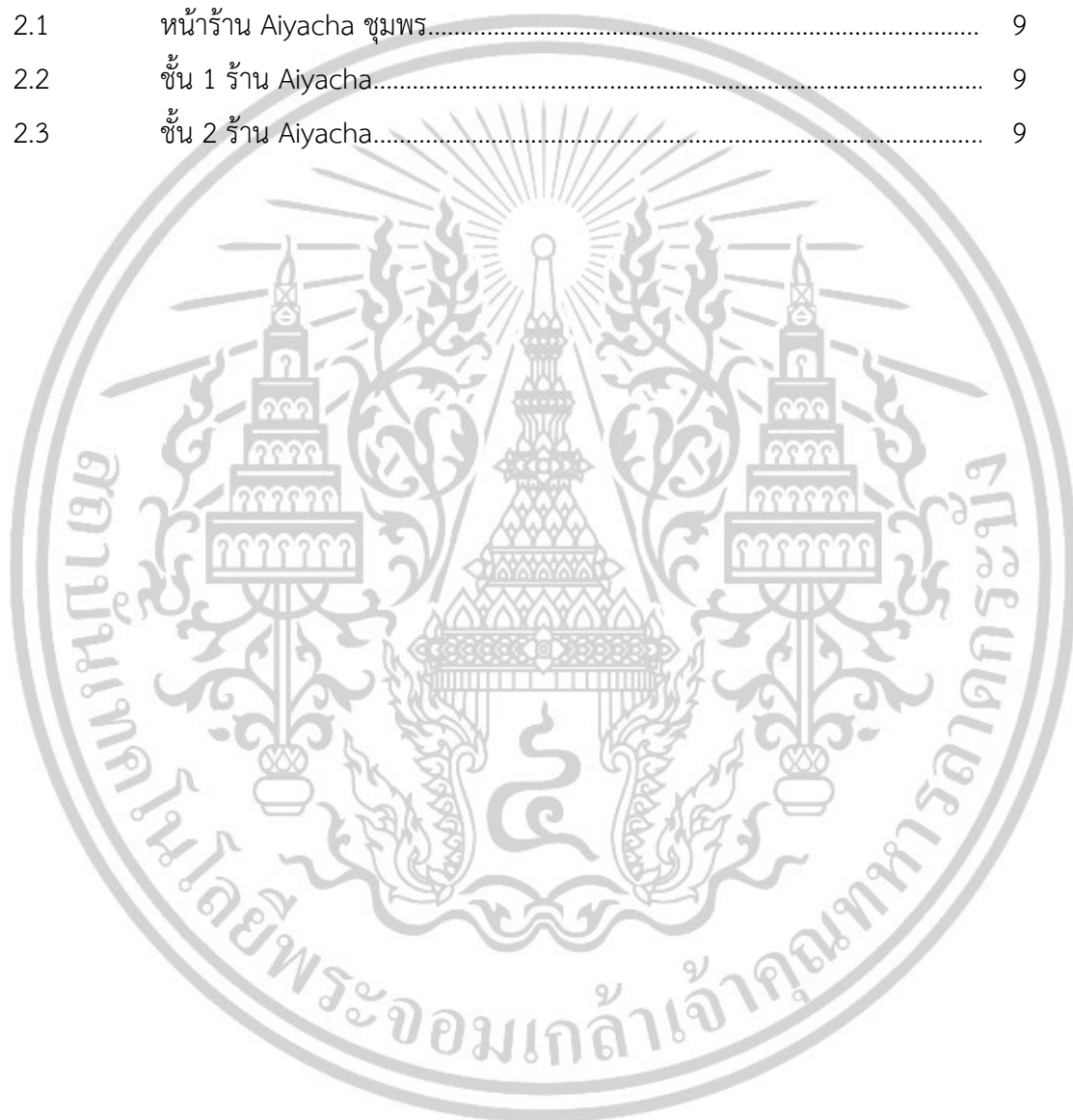
ตารางที่

- 4.30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อ
ความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร..... 55



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดของการศึกษา.....	7
2.1	หน้าร้าน Aiyacha ชุมพร.....	9
2.2	ชั้น 1 ร้าน Aiyacha.....	9
2.3	ชั้น 2 ร้าน Aiyacha.....	9



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่นิยมดื่มชาวมข่มก กาแฟเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ ชา โกโก้ กาแฟ เติบโตอย่างรวดเร็วทั่วภูมิภาค และมีปริมาณเพิ่มขึ้นมาก ข้อมูลจาก Grab Food สํารวจพบว่า ปี 2561 ที่ผ่านมา ตลาดเครื่องดื่มชาวมข่มกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เติบโตถึง 3,000 เปอร์เซ็นต์ จาก 1,500 แปรนต์ และหน้าร้านที่จำหน่ายกว่า 4,000 สาขาโดยชาวไทยบริโภคชาวมข่มกมากที่สุด เฉลี่ยคนละ 6 แก้วต่อเดือน ซึ่งร้านกาแฟเป็นธุรกิจยอดนิยมของคนรุ่นใหม่ด้วยบรรยากาศสบาย ๆ คละเคล้าด้วยกลิ่นกาแฟหอม ๆ เป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดให้ผู้คนเข้าร้านไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ชื่นชอบในรสชาติของชาวม กาแฟ หรือชื่นชอบในบรรยากาศของร้านกาแฟตลอดจนผู้ที่ยากเป็นเจ้าของธุรกิจร้านกาแฟ จึงมักจะพบเจอร้านกาแฟตามพื้นที่ต่าง ๆ นับตั้งแต่ริมถนนตลาดไปจนถึงอาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล สถาบันการศึกษา ซึ่งมีทั้งร้านขนาดเล็ก กลางไปจนถึงร้านกาแฟขนาดใหญ่ (สุดปรารถนา หนึ่งน้ำใจ และคณะ, 2563)

ปัจจุบันธุรกิจกาแฟชาวมข่มก เป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงมาก ทั้งในประเด็นของตัวผลิตภัณฑ์หลักอย่างเมล็ดชาวมข่มก ที่มีรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น รสชาติของตัวชาวมข่มกที่ถูกปรับปรุงสูตร และรูปแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามีการเพิ่มประเภทของชาให้หลากหลายขึ้น เช่น ชาแดง ชาเขียวมัทฉะ ชาอู่หลง เป็นต้น รวมไปถึงการแต่งรสชาติจากชาวมข่มกดั้งเดิมให้มีรสชาติที่แตกต่างออกไป เช่น ชาวมรสเผือก ชาวมรสน้ำผึ้ง ชาวมคาราเมล ชาวมรสสตอเบอร์รี่ เป็นต้น ทั้งนี้ยังมีในส่วนของ การเกิดขึ้นของแบรนด์ชาวมข่มกที่มีทั้งแบรนด์ในไทย หรือแบรนด์ขึ้นชื่อจากต่างประเทศที่เรียกกลุ่มลูกค้าตั้งแต่ระดับวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน ให้สนใจในตัวผลิตภัณฑ์และพร้อมจะจ่ายเงินเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมผู้บริโภคของตนเอง การเพิ่มลูกเล่นให้กับผลิตภัณฑ์รวมถึงโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ออกมาสู่ท้องตลาดเพื่อสร้างความสนใจให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น หลากหลายแบรนด์ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ตนเองให้เข้ากับเมล็ดชาวมข่มก เช่น ชาวมข่มกในชาบู ชาวมข่มกบนขนมเค้ก หรือกาแฟเพิ่มมข่มก เป็นต้น เพื่อให้ชาวมข่มกกลายเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันสู่ตลาดที่กว้างมากยิ่งขึ้น ตอบสนองต่อความหลากหลายของผู้บริโภค และเพิ่มช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

สิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าธุรกิจร้านกาแฟ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง และในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะตามสถานที่ท่องเที่ยว และตามต่างจังหวัดจะพบว่า มีร้านกาแฟเกิดขึ้น

บ่อยครั้ง ซึ่งมีทั้งที่ประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงสนใจปัจจัยความสำเร็จของ ธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ศึกษานั้นไปเป็นประโยชน์ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านคาเฟ่ และเกิดองค์ความรู้ใหม่ในการบริหารจัดการร้าน Aiyacha ในอำเภอ เมือง จังหวัดชุมพร ที่ประสบความสำเร็จ

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของลูกค้ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
- 1.2.3 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของลูกค้ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
- 1.3.2 ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
- 1.3.3 ทราบถึงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ใน อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐาน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ การตอบสนองลูกค้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยศึกษากลุ่มลูกค้ที่ใช้บริการของร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากร ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัด ชุมพร

1.4.4 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่วันที่ 10 มกราคม 2565 ถึง 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 รวมเป็นระยะเวลา 7 เดือน

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพศ หมายถึง ลักษณะความแตกต่างระหว่างหญิง และชาย ซึ่งเป็นส่วนในการแบ่งส่วนการตลาด ดังนั้น ต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบครอบ เนื่องจากในยุคปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงใน พฤติกรรมของการบริโภคไปจากเมื่อก่อน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่ผู้หญิงออกไป ทำงานนอกบ้านมากขึ้น

อายุ หมายถึง กลุ่มอายุจะมีความต่างกัน ในเรื่องของความคิด และพฤติกรรม โดยคนที่มีอายุน้อย มักจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมาก มักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติ อย่างระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย

การศึกษา หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ เป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และเป็น ปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ทักษะคิด ค่านิยม ยิ่งการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการรับรู้สารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวาง และเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐาน หรือ เหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะ แสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

สถานภาพ หมายถึง สถานะ หรือตำแหน่ง ซึ่งสถานภาพจะกำหนดสิทธิ และหน้าที่ของบุคคลที่มี ต่อผู้อื่น เพื่อให้การติดต่อสัมพันธ์กันทางสังคมมีระเบียบแบบแผน และบุคคลเดียวอาจมีหลายสถานภาพ ได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายรับทางธุรกิจโดยทั่วไป หรือจำนวนเงินที่ได้รับ ซึ่งเกณฑ์รายได้ จะเป็นตัวชี้การมี หรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจ ถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ และการศึกษา

ส่วนประสมการตลาด 7P หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ทางการตลาด ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และตามมาด้วยพฤติกรรมหลังการซื้อที่จะเป็นส่วน ช่วยให้ผู้ประกอบการรับทราบว่าคุณค่ามีความพึงพอใจต่อสินค้า หรือบริการหรือไม่ และจะต้องปรับปรุง ใดๆ เพื่อให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อซ้ำได้อีก

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขาย เพื่อก่อให้เกิดความสนใจโดยการบริโภค หรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้ หรือสัมผัสไม่ได้

ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ นั้น ๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มขององค์การ สถาบัน หรือหน่วยงานที่อยู่ภายใน หรือภายนอกโรงงานผลิต โดยทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อ การขาย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การตัดแยกสินค้า การสนับสนุนทางการเงิน การยอมรับความเสี่ยง และการให้ข้อมูลทางการตลาด

ด้านการส่งเสริมการขาย หมายถึง การส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการโฆษณา การตลาดทางตรง การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นความสนใจ โดยการส่งเสริมการขายไม่สามารถใช้เพียงเครื่องมือเดียวได้ โดยทั่วไปมักจะใช้ร่วมกับการโฆษณา การตลาดทางตรง หรือการขายโดยใช้พนักงานขาย เช่น โฆษณาให้รู้ว่ามีมัลลด แลก แจก แถม เป็นต้น

ด้านบุคคล หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นตามทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้า หรือบริการขององค์กร เช่น การตกแต่งร้าน การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านบริการที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพ

ด้านกระบวนการ หมายถึง การบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรมตามแต่รูปแบบ และวิธีการดำเนินงานขององค์กร

ความน่าเชื่อถือ คือ สถานภาพที่เราสร้างขึ้นมาจากพฤติกรรมของเราที่ทำงานร่วมกับคนอื่น ๆ เป็นพฤติกรรมที่ดี ซึ่งการจะมีความน่าเชื่อถือนั้น จะต้องมีพฤติกรรมในการทำงานหลายอย่างรวม ๆ กัน

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความสามารถในการทำให้เกิดความเชื่อมั่น แก่ลูกค้าผู้ให้บริการ หรือพนักงานขององค์กร ซึ่งเป็นลักษณะของบุคคลที่มีความเชื่อด้านทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร และมีความ

ผูกพันอย่างแท้จริงต่อค่านิยม และเป้าหมายขององค์กร พร้อมสนับสนุนกิจการขององค์กร มีความเชื่อว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่ตนเองจะทำงานด้วยความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

การเอาใจใส่ หมายถึง การเห็นอกเห็นใจถือเป็นคุณค่าเชิงบวกที่ช่วยให้บุคคลสามารถเชื่อมโยงกับผู้อื่นได้อย่างง่ายดาย ในทางกลับกันความเห็นอกเห็นใจช่วยให้คนคนหนึ่งเข้าใจ และกระตุ้นให้คนอื่นที่กำลังจะผ่านช่วงเวลาที่ไม่ดีบรรลুকการทำงานร่วมกันมากขึ้น และความเข้าใจระหว่างบุคคลที่สร้างสังคม

การตอบสนองลูกค้า หมายถึง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที และมีความเต็มใจที่อยากจะให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้งความสะดวกในการบริการแก่ลูกค้า อย่างทั่วถึงรวดเร็ว

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อม ความเป็นระเบียบ ทำเลที่ตั้ง และการตกแต่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ จะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ โดยลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

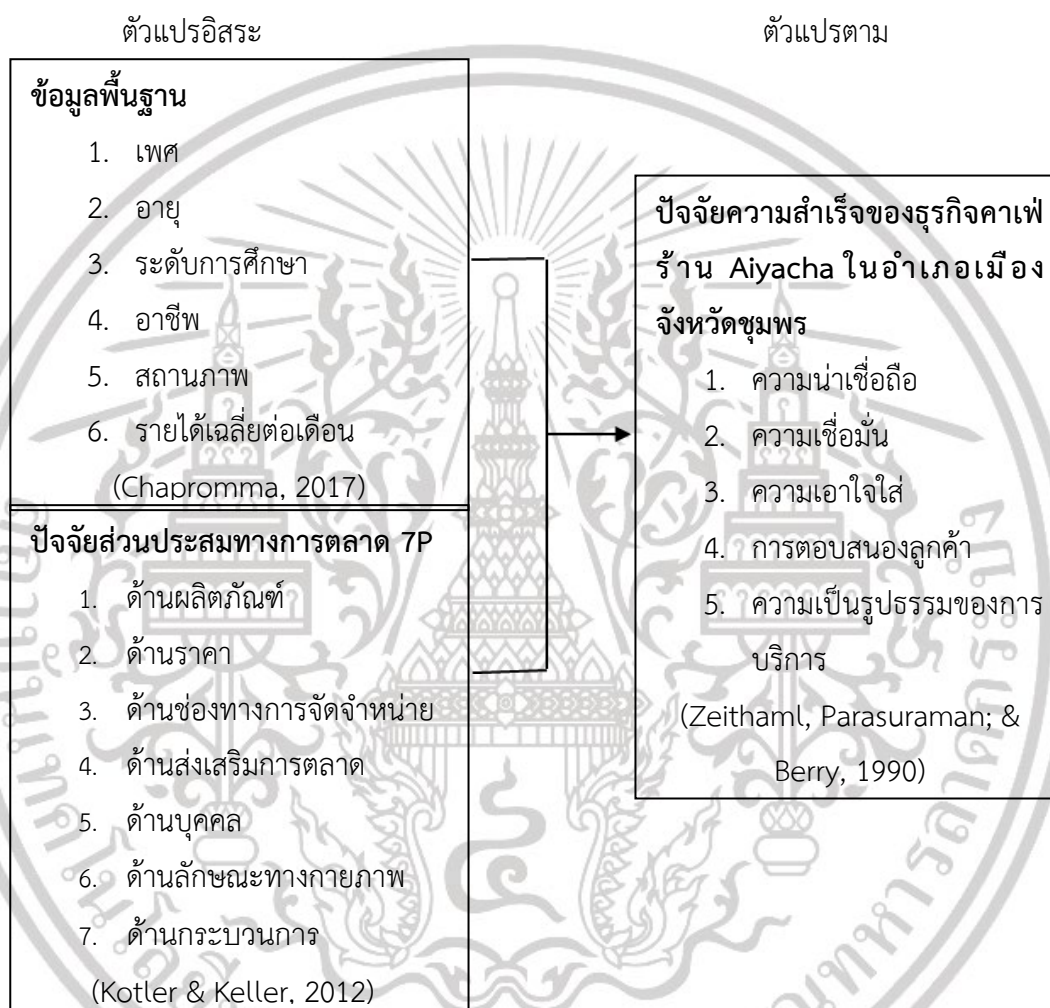
1.6 สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้าธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

1.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ครั้งนี้ ได้กำหนดแนวคิด ทฤษฎี ไว้ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านความสำเร็จ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีด้านความน่าเชื่อถือ
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีด้านความเชื่อมั่น
- 2.7 แนวคิดและทฤษฎีด้านความเอาใจใส่
- 2.8 แนวคิดและทฤษฎีด้านการตอบสนองลูกค้า
- 2.9 แนวคิดและทฤษฎีด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ร้าน Aiyacha ชุมพร เป็นร้านคาเฟ่ชานมไข่มุก อาหารจานเดียว เครื่องดื่ม/น้ำผลไม้ ร้านตั้งอยู่ใจกลางเมืองชุมพร ที่มาพร้อมบรรยากาศสุดชิว ตกแต่งสวยงามสะอาด และราคาไม่แพง ภายในร้านมีโต๊ะมากมายรองรับลูกค้า ตัวร้านมีสองชั้น ลูกค้าสามารถเลือกนั่งชั้นล่าง หรือชั้นสองได้เลย บรรยากาศสบายๆ เงียบๆ เพลงเบาๆ เหมาะแก่ผู้ที่ชอบความเป็นส่วนตัว ที่นั่งจะเป็นโซฟานั่งสบาย ภายในร้านจะมีขนมเครื่องดื่ม ขนมจะเป็นพวกขนมประเภทขนมปัง ขนมทานเล่น น้ำจะเป็นจำพวกชา แล้วก็น้ำแบบต่างๆ หลากแบบ น้ำ ขนม สั่งผ่านเดลิเวอรี่ได้ มี Wi-Fi บริการฟรี เหมาะสำหรับเด็ก ๆ เหมาะสำหรับมาเป็นกลุ่ม และนักเรียนนักศึกษา หรือวัยทำงาน ที่อยากจะนั่งคาเฟ่ และพิมพ์งานไปด้วย ก็สามารถนั่งทำงานได้อย่างชิว ๆ และทางร้าน Aiyacha ชุมพร มีแบบจัดส่ง Delivery ในเมืองและรอบเมืองสามารถสั่งได้ทาง Food panda และ Line Man

ที่ตั้ง : 113/5 ถนน ถนนกรมหลวงชุมพร ชุมพร (ตรงข้าม ธ.พัฒนาวิสาหกิจ)

โทรศัพท์ : 077974858, 0937563553

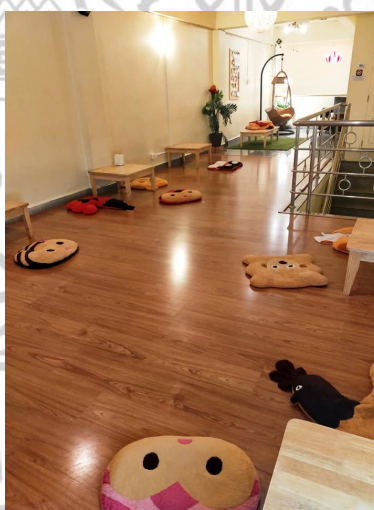
วันเวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน: 08:30 - 20:00 น.



ภาพที่ 2.1 หน้าร้าน Aiyacha ชุมพร
ที่มา : Wongnai



ภาพที่ 2.2 ชั้น 1 ร้าน Aiyacha



ภาพที่ 2.3 ชั้น 2 ร้าน Aiyacha

2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

2.2.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับประชากร เพื่อศึกษาพฤติกรรมของคนในแต่ละภูมิภาค ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยการเปลี่ยนแปลงของประชากรช่วยให้ทราบขนาด หรือจำนวนคนที่มีอยู่ในแต่ละสังคมแต่ละภูมิภาค ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางตลาด และวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่นักการตลาดต้องการให้ได้มากที่สุด (Chapromma, 2017)

เพศ หมายถึง เพศหญิง และเพศชายที่มีลักษณะแตกต่างกัน ดังนั้น ต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบครอบ ซึ่งยุคปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภคไปจากเมื่อก่อน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

อายุ หมายถึง ช่วงของอายุ ซึ่งกลุ่มอายุจะมีความต่างกัน ทั้งในเรื่องของความคิด หรือพฤติกรรมต่าง ๆ และส่วนมากผู้ที่อายุน้อย มองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก มีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติอย่างระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย

การศึกษา หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ เพื่อศึกษาหาความรู้ ให้คนมีความคิด ค่านิยม ซึ่งคนที่มีการศึกษาสูง จะมีความได้เปรียบทั้งในเรื่องการรับรู้สารที่ดี หรือผลประโยชน์ต่าง ๆ แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลที่มากพอ ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อย จะใช้สื่อประเภทวิทยุ และโทรทัศน์ โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ

สถานภาพ หมายถึง สถานะ หรือตำแหน่ง ซึ่งสถานภาพจะกำหนดสิทธิ และหน้าที่ของบุคคลที่มีต่อผู้อื่น เพื่อให้การติดต่อสัมพันธ์กันทางสังคมมีระเบียบแบบแผน และบุคคลเดียวอาจมีหลายสถานภาพได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายรับทางธุรกิจโดยทั่วไป หรือจำนวนเงินที่ได้รับ ซึ่งรายได้จะเป็นตัวชี้การมี หรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ และการศึกษา

2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด

2.3.1 ความหมายส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำ มาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดเครื่องมือทางการตลาดนี้ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยส่วนประกอบทั้ง 7 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และตามมาด้วยพฤติกรรมหลังการซื้อที่จะเป็นส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการรับทราบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้า หรือบริการหรือไม่ และจะต้องปรับปรุงอย่างไรเพื่อให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อซ้ำได้อีก (Kotler & Keller, 2012)

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่นำมาเสนอขาย จะต้องมีความ คุณภาพ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้ หรือสัมผัสไม่ได้

2. ราคา หมายถึง การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ให้เกิดความคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่ลูกค้าจ่ายไป เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการนั้น ๆ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มขององค์การ สถาบัน หรือหน่วยงานที่อยู่ภายใน หรือภายนอกโรงงานผลิต โดยทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ การซื้อ การขาย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การตัดแยกสินค้า การสนับสนุนทางการเงิน การยอมรับความเสี่ยง และการให้ข้อมูลทางการตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นความสนใจ หรือการส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการโฆษณา โดยใช้พนักงานขาย

5. ด้านบุคคล (People) หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นตามทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง (Physical Evidence and Presentation) การสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้า หรือบริการ สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านบริการที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพ

7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง การบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรมตามแต่รูปแบบ และวิธีการดำเนินงานขององค์กร

2.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านความสำเร็จ

ความสำเร็จคุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพ จาก 5 ด้านดังนี้ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990)

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง สถานภาพที่เราสร้างขึ้นมาจากพฤติกรรมของเราที่ทำงานร่วมกับคนอื่น ๆ เป็นพฤติกรรมที่ดี ซึ่งการจะมีความน่าเชื่อถือนั้น จะต้องมีความประพฤติในการทำงานหลายอย่างรวม ๆ กัน

2. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว

3. ความเชื่อมั่น (Assurance) หมายถึง สถานภาพที่เราสร้างขึ้นมาจากพฤติกรรมของเราที่ทำงานร่วมกับคนอื่น ๆ เป็นพฤติกรรมที่ดี ซึ่งการจะมีความน่าเชื่อถือนั้น จะต้องมีความประพฤติในการทำงานหลายอย่างรวม ๆ กัน

4. ความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การเห็นอกเห็นใจถือเป็นคุณค่าเชิงบวกที่ช่วยให้บุคคลสามารถเชื่อมโยงกับผู้อื่นได้อย่างง่ายดาย ในทางกลับกันความเห็นอกเห็นใจช่วยให้คนคนหนึ่งเข้าใจ และกระตุ้นให้คนอื่นที่กำลังจะผ่านช่วงเวลาที่ไม่ดีบรรลุการทำงานร่วมกันมากขึ้น และความเข้าใจระหว่างบุคคลที่สร้างสังคม

5. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ เครื่องใช้สำนักงาน และมีการตกแต่งที่สวยงาม รวมทั้งความเป็นระเบียบของสำนักงาน สถานที่ตั้ง ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ว่ามี ความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2.4.1 ความหมายของความสำเร็จ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร โดยคิดว่าเราต้องทำให้ดีที่สุดอย่าให้เสียเวลาไปอย่างเปล่าประโยชน์ และพยายามหาทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นให้ได้ เพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ ซึ่งความสำเร็จนับเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อการบรรลุเป้าหมายการประกอบการที่เหนือกว่าในกลุ่มอุตสาหกรรมนั้น ๆ (วรพรรณ รัตนทรงธรรม, 2563)

2.5 แนวคิดและทฤษฎีด้านความน่าเชื่อถือ

2.5.1 ความหมายของความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การปฏิบัติดีงานร่วมกับคนอื่น ๆ ซึ่งจะต้องมีความรู้ความสามารถ และจะต้องมีพฤติกรรมที่ดี จะต้องมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990)

ความน่าเชื่อถือ (Credibility) เป็นสิ่งที่ผู้รับสารคิดเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล จะต้องระลึกเสมอว่าแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือสำหรับผู้รับสารคนหนึ่ง อาจไม่ได้ส่งผลเดียวกันกับผู้รับสารอีกคนหนึ่ง และสิ่งที่เรามองว่าน่าเชื่อถือนั้น จะถูกสร้างขึ้นมาให้เราเชื่อว่าบุคคลนั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญ มีความซื่อสัตย์ และมีความจริงใจ ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วอาจไม่ได้เป็นเช่นนั้น (Belch & Belch, 2004)

ความเชื่อมั่นจะเกิดความมั่นใจ ก็ต่อเมื่อบริษัทมีความน่าเชื่อถือ การทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจก่อนเป็นเจ้าของ การรักษาสัญญา หรือคำพูด โดยที่การแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ทั้งภายใต้รูปแบบของความสัมพันธ์ของพันธะสัญญา และเชื่อมั่นระหว่างกันและกัน (Morgan & Hunt, 1994)

2.6 แนวคิดและทฤษฎีด้านความเชื่อมั่น

2.6.1 ความหมายของความน่าเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น หมายถึง การทำให้เกิดความเชื่อมั่น แก่ลูกค้า หรือพนักงาน ซึ่งเป็นลักษณะของบุคคลที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร และมีความผูกพันต่อค่านิยม ซึ่งเป้าหมายขององค์กร พร้อมสนับสนุนกิจการขององค์กร มีความเชื่อว่าองค์กรนี้เป็นที่ดีที่สุดที่ตนเองจะทำงานด้วยความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990)

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความสามารถในการทำให้เกิดความเชื่อมั่น พร้อมสนับสนุนกิจการขององค์กร และต้องมีความเชื่อมั่นอย่างแรงกล้า และการยอมรับเป้าหมาย ค่านิยมขององค์กร โดยมีความเชื่อว่าองค์กรนี้เป็นองค์กรที่ดีที่สุดที่ตนเองจะทำงานด้วยความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (ศศิกานต์ คล่องกิจการ, 2560)

ความเชื่อมั่น หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่นเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ส่งผลดีต่อบุคลากรและองค์กรทั้งในปัจจุบัน และอนาคต

2.6.2 ความเชื่อมั่นด้านสวัสดิการ

สวัสดิการ หมายถึง บริการ และประโยชน์ต่าง ๆ ด้านสวัสดิการ เพื่อให้ลูกจ้างมีกำลังใจทำงาน และมีประสิทธิภาพในการทำงานสูง ซึ่งการได้รับสวัสดิการถือว่าลูกจ้างเป็นสมาชิกขององค์กร

ผลตอบแทนรูปแบบหนึ่งที่นายจ้างจัดให้ลูกจ้างเพื่อความสะดวกสบาย เพื่อเป็นการบำรุงขวัญให้กำลังใจ แก่ลูกจ้าง และเป็นสิ่งที่จะจูงใจที่จะรักษาพนักงานให้ทำงานกับองค์กรต่อไป (ศศิกานต์ คล่องกิจการ, 2560)

2.6.3 ความเชื่อมั่นด้านความมั่นคง

ความมั่นคงในงาน หมายถึง การได้รับโอกาสในการเลื่อนขั้น หรือตำแหน่งหน้าที่ให้สูงขึ้นได้รับการมอบหมายให้รับผิดชอบงานมากขึ้นได้รับการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรม หรือว่าเรียนรู้งานเพิ่มเพื่อเตรียมความรู้ และทักษะให้เหมาะสมกับหน้าที่ที่สูงขึ้นมี ความมั่นคงในการจ้างงานรวมถึงรายได้ที่ควรได้รับ (พรพิตรา ธรรมชาติ, 2560)

2.6.4 ความเชื่อมั่นด้านความผูกพัน

ความผูกพันต่อองค์การเป็นความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นในการเป็นสมาชิกขององค์กรรวมถึงพฤติกรรมการมีค่านิยมที่กลมกลืนกับสมาชิกคนอื่น ๆ ในองค์กรเป็นการแสดงตนว่าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และเต็มใจที่จะอุทิศกำลังกายกำลังใจเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ (Steers, 1977)

2.7 แนวคิดและทฤษฎีด้านความเอาใจใส่

2.7.1 ความหมายด้านความเอาใจใส่

การเห็นอกเห็นใจ จะช่วยให้บุคคลสามารถเชื่อมโยงกับผู้อื่นได้อย่างง่ายดาย ซึ่งช่วยให้คนคนหนึ่งเข้าใจ และกระตุ้นให้คนอื่นที่กำลังจะผ่านช่วงเวลาที่ไม่ดีบรรลุการทำงานร่วมกันมากขึ้น และความเข้าใจระหว่างบุคคลที่สร้างสังคม (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990)

ความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ความเอาใจใส่เป็นส่วนประกอบของมาตรฐานที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพบริการขององค์กรธุรกิจ ซึ่งค้นพบข้อบกพร่องจากปัจจัยภายในองค์กร และกระบวนการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปศึกษา และพัฒนาทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น การรับรู้เข้าใจถึงอารมณ์ และความรู้สึกของผู้อื่นเปรียบเสมือนตนเองกำลังสวมบทบาทเป็นบุคคลนั้น เป็นความรู้สึกร่วมทางด้านความคิดของมนุษย์ ช่วยให้การวิเคราะห์ความต้องการส่วนบุคคล และความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้อื่นทุกเมื่อ (ระชานนท์ ทวีผล และคณะ, 2561)

2.8 แนวคิดและทฤษฎีด้านการตอบสนองลูกค้า

การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990)

การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง สามารถให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการ มีสินค้าที่หลากหลาย มีรายการอาหารให้เลือกได้ตามความต้องการ และให้บริการด้วยความยินดีแก่ผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ (วสุธิดา นุริตมนต์, 2564)

2.8.1 การตอบสนองลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการในตัวสินค้า

การตอบสนองลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการหน้าที่การทำงานของสินค้าจะต้องเป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ และการที่สินค้ามีลักษณะเฉพาะโดดเด่นเป็นพิเศษ จะช่วยดึงดูดความสนใจ หรือตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ

2.8.2 การตอบสนองลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการในงานบริการ

การตอบสนองลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการในงานบริการ สามารถให้บริการได้ตามสิ่งที่ลูกค้าอยากจะได้ ซึ่งต้องมีความสามารถในการให้บริการ สามารถในการตอบคำถามในสิ่งที่ลูกค้าถามได้ มีความมีอัธยาศัยไมตรี ซึ่งมีความสำคัญเพราะถือเป็นจุดแรกที่มีการติดต่อกัน

2.9 แนวคิดและทฤษฎีด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

2.9.1 ความหมายด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ ทั้งในเรื่องของ อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน การแต่งกายของพนักงาน มีความสะอาด และความเป็นระเบียบ หรือทำเลที่ตั้ง เพื่อช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง สิ่งที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน ทำเลที่ตั้ง และการตกแต่ง โดยมีความเป็นระเบียบ ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990)

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิทักษ์ ศิริวงษ์ (2560) ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการระบบการจัดการร้านอาหารกรณีศึกษา Food Story บริษัทลีฟวิ่งโมบาย จำกัด ผลการวิจัย พบว่า คุณฐากร ชาติสุทธิผล (ยิม) มองเห็นปัญหาของวงการร้านอาหารในประเทศไทยไม่มีการพัฒนาระบบการจัดการร้านอาหารเป็นระยะเวลา 10 ปี จึงร่วมมือกับเพื่อนจัดทำระบบการจัดการร้านอาหาร เพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารมีประสิทธิภาพมากขึ้นและความสำเร็จของผู้ประกอบการระบบการจัดการ Food Story

บุญสม รัตมีโชติ (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟอินดี้ ในเขตภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟอินดี้ ในเขตภาคกลางตอนล่างของประเทศไทยโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า ความเชื่อมโยงของประสบการณ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3) ปัจจัยความสำเร็จ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่ามีปัจจัย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากรมีผลต่อความสำเร็จสูงมากเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านความ เชื่อมโยงของประสบการณ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ณัฐธินิชา เพชรแก้ว และคณะ (2564). ปัจจัยที่ส่งผลให้ร้านอาหารเกาหลี ในจังหวัดภูเก็ต ประสบความสำเร็จ ได้ศึกษาธุรกิจขนาดเล็กก่อให้เกิดการพัฒนาของเศรษฐกิจในพื้นที่ที่กำลังพัฒนา เช่นเดียวกับจังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตามธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่ล้มเหลวในช่วงสองสามปีแรกแต่บางธุรกิจก็ประสบความสำเร็จ วิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ร้านอาหารเกาหลีในจังหวัดภูเก็ต ประสบความสำเร็จ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) เจ้าของร้าน และผู้จัดการขอร้านอาหารเกาหลีที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 3 ร้าน ได้แก่ ร้านมาดังร้านแทกกี๊ก และร้านมิสเตอร์กุง ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารเกาหลี ในจังหวัดภูเก็ต ประสบความสำเร็จนั้น ได้แก่ การเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ที่ตั้งของร้านการสร้างความผูกพัน การส่งเสริมการตลาด และราคาของผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ การเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์

วิรัตน์ ครุทวงษ์ (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดเล็ก และขนาดกลาง ในจังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลาง และขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐมเมื่อจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดเล็ก และขนาดกลางในจังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยที่มีประสบการณ์ในการประกอบกิจการมากกว่า 1 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ผลการวิจัย พบว่า 1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลาง และขนาดเล็กแตกต่างกันในด้าน อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจขนาดธุรกิจ และจำนวนพนักงาน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ 2) ปัจจัยสมรรถนะของผู้ประกอบการ และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลาง และขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล และเพื่อลดความเสี่ยงต่อโรคโควิด-19 ผู้ศึกษาจึงได้ทำการสอบถามข้อมูลของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ที่มาใช้บริการร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบ (google form) โดยทำเป็น QR-Code ฝากไว้ที่ร้าน Aiyacha สาขาชุมพร เมื่อได้ข้อมูลแบบสอบถามที่กำหนด จากนั้นตรวจสอบความถูกต้อง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ทราบถึงปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร (Population) คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร รวมประชากรทั้งสิ้น 143,767 คน (ประจำปี 2565 อำเภอเมืองชุมพร สำนักงานสถิติแห่งชาติ)

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 143,767 คน การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีของ ยามาเน่ (Taro Yamane) โดย

กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 จากสูตร Taro Yamane (1967; อ้างถึงใน ปริญญาญัตติ เอื้อยศิริเมธีและคณะ, 2560)

$$N = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างหรือความผิดพลาดที่ยอมรับได้ของการสุ่มตัวอย่าง (กรณีการศึกษาครั้งนี้ กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 หรือ 0.05 เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่ระดับ 95 %

$$N = \frac{143,767}{1+143,767 (0.05)^2} = 398 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อยจำนวน 398 คน จากกลุ่มประชากรจำนวน 143,767 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

เริ่มจากศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วจึงประยุกต์ให้เข้ากับการศึกษาฉบับนี้ โดยมุ่งเน้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งได้ดำเนินการ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย หนังสือ และเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคำถามในแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดของการศึกษา นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบปรับปรุงและแก้ไข

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำตรวจสอบแบบสอบถามว่าครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการศึกษา หรือไม่ สำนวนภาษาที่ใช้มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด พร้อมปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามความเห็น ของอาจารย์ที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน (ตั้งในภาคผนวก) เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา และการใช้ภาษา

ขั้นตอนที่ 5 นำข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิครั้งสุดท้าย เพื่อนำไปสร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทำการศึกษา

3.3.2 โครงสร้างแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Question) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวนทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P โดยแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด ให้เลือกตอบมีจำนวน 28 ข้อ ใน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ให้เลือกตอบมีจำนวน 20 ข้อ ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมืองจังหวัดชุมพร โดยแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

3.3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือมีขั้นตอน ดังนี้

3.3.3.1 ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่กำลังศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดตัวแปร ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องมือที่เป็นข้อคำถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นกำหนดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อนำมาเป็นกรอบการสร้างแบบสอบถาม

3.3.3.2 จัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการศึกษา และครอบคลุมนิยามศัพท์ของตัวแปรที่ได้พัฒนาขึ้นมา

3.3.3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการศึกษา นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องเหมาะสม และครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษา

3.3.3.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ดังรายชื่อในภาคผนวก โดยผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้เชี่ยวชาญจะ

พิจารณาลงความเห็นข้อความในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือไม่แล้ว
พิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย	+1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
	0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
	-1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อความไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากนั้นนำค่าคะแนนมาใช้แทนสูตร

โดย	ΣX	หมายถึง	ผลรวมคะแนนจากผู้ตอบทุกข้อ
	N	หมายถึง	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การพิจารณาข้อความแต่ละข้อควรมีค่าเท่ากับ 0.66 - 1.00 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึง
ต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability: R)

	N	%
cases Valid	30	100.0
Excluded	0	.0
รวม	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	48

3.3.3.5 ทำการจัดพิมพ์แบบสอบถามที่ผ่านการหาความตรงแล้ว และทดลองใช้
แบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน เพื่อทำ
การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)
ตามวิธีของครอนบาค โดยพิจารณาค่าความเชื่อมั่น หากมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไปถือว่า ใช้ได้และเมื่อ
พิจารณาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าความเชื่อมั่น .919 ซึ่งถือว่า
แบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างได้

3.3.3.6 หลังจากผู้จัดทำได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในรูปแบบ (google form) โดยทำเป็น QR-Code ฝากไว้ที่ร้าน Aiyacha สาขาชุมพร ในการทำวิจัยต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมืองจังหวัดชุมพร ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ได้จำแนกตามแหล่งที่มา 2 แหล่ง คือ

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ที่มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการโดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบ (google form) โดยทำเป็น QR-Code ฝากไว้ที่ร้าน Aiyacha สาขาชุมพร เมื่อได้ข้อมูลแบบสอบถามที่กำหนด จึงนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

3.4.1.1 ทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยทำการเก็บข้อมูล โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน

3.4.1.2 เมื่อได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของแบบสอบถาม

3.4.1.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานต่าง ๆ และเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมีรายละเอียด ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

3.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น สิ่งที่ต้องได้ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

3.5.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ใช้บรรยายคุณสมบัติของสิ่งที่ศึกษาวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และการสรุปผลการดำเนินการศึกษา และได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบมาตรวัด 5 ระดับ ตาม (Likert Scale) ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้	1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ \text{ดังนั้น ช่วงคะแนน} &= 0.80 \end{aligned}$$

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3.5.4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สรุปสมมติฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว และตัวแปรตามที่มีระดับการวัดประเภทช่วง (Interval Scale) โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม คือ ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference Test (LSD) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น ที่ส่งผลต่อความผันแปรของตัวแปรตามนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์ของปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ คาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จึงกำหนดระดับนัยสำคัญทาง สถิติเท่ากับ 0.05 (5%)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 398 ชุด ที่ผ่านตรวจสอบคุณภาพแล้ว นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยมีการนำเสนอผล การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้ เป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อการอธิบายของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	155	38.90
หญิง	243	61.10
รวม	398	100

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 398 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 61.10 รองลงมาเป็นเพศ ชาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	237	59.50
20 – 40 ปี	158	39.70
41 – 60 ปี	3	0.80
รวม	398	100

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 398 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาเป็นอายุ 20 – 40 ปี มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.70 อายุ 41-60 ปีมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	206	51.80
อนุปริญญา	90	22.60
ปริญญาตรี	100	25.10
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.50
รวม	398	100

จากตารางที่ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 398 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 รองลงมาเป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.10 ระดับการศึกษาอนุปริญญา มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	291	73.10
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	37	9.30
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	3.50
พนักงานบริษัทเอกชน	35	8.80
รับจ้าง	10	2.50
อื่น ๆ	11	2.80
รวม	398	100

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 398 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 73.10 รองลงมาเป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

อาชีพอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 อาชีพรับจ้าง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	369	92.70
สมรส	29	7.33
รวม	398	100

จากตารางที่ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 398 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 92.70 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	266	66.80
10,001-20,000 บาท	121	30.40
20,001-30,000 บาท	11	2.80
รวม	398	100

จากตารางที่ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 398 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 398 คน โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา,

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ส่วนประสมทางการตลาด	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.83	0.52	มาก
ด้านราคา	3.89	0.48	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.81	0.47	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.83	0.46	มาก
ด้านบุคคล	3.89	0.50	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.84	0.50	มาก
ด้านกระบวนการ	3.92	0.50	มาก
รวม	3.86	0.49	มาก

จากตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.50) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.48) ด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.50) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.50) ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.46) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.52) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร	83 (20.90)	249 (55.00)	93 (23.40)	3 (0.80)	0	3.96	0.68	มาก
2. ชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ	75 (18.80)	129 (32.40)	194 (48.70)	0	0	3.70	0.76	มาก
3. ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	65 (16.30)	229 (57.50)	98 (24.60)	6 (1.50)	0	3.88	0.67	มาก
4. คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่	64 (16.10)	182 (45.70)	150 (37.70)	2 (0.50)	0	3.77	0.71	มาก
	ภาพรวม					3.83	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7P ด้านผลิตภัณฑ์ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.68) รองลงมา คือ ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.67) คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่ ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.71) และชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	56 (14.10)	226 (56.80)	116 (29.10)	0	0	3.84	0.64	มาก
2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	64 (16.10)	203 (51.00)	129 (32.40)	2 (0.50)	0	3.82	0.69	มาก
3. มีการตั้งราคาที่เหมาะสม	76 (19.10)	227 (57.00)	94 (23.60)	1 (0.30)	0	3.94	0.66	มาก
4. มีหลายระดับราคาให้เลือก	84 (21.10)	209 (52.50)	150 (37.70)	4 (1.00)	0	3.93	0.70	มาก
ภาพรวม						3.89	0.48	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีการตั้งราคาที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.66) รองลงมา คือ มีหลายระดับราคาให้เลือก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.70) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.64) และมีป้ายบอกราคาชัดเจน ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา	57 (14.30)	234 (58.80)	106 (26.60)	1 (0.30)	0	3.87	0.63	มาก
2. สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการให้บริการ	58 (14.60)	194 (48.70)	143 (35.90)	3 (0.80)	0	3.77	0.69	มาก
3. การจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน	73 (18.30)	220 (55.30)	104 (26.10)	1 (0.30)	0	3.91	0.67	มาก
4. มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man	55 (13.80)	177 (44.50)	165 (41.50)	1 (0.30)	0	3.71	0.69	มาก
ภาพรวม						3.81	0.47	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยการจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.63) สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.69) และมีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การให้ส่วนลดจากราคาปกติ	60 (15.10)	214 (53.80)	122 (30.70)	1 (0.30)	1 (0.30)	3.83	0.68	มาก
2. มีการโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน	66 (16.60)	179 (45.00)	150 (37.70)	2 (0.50)	1 (0.30)	3.77	0.73	มาก
3. มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล	53 (13.30)	191 (48.00)	153 (38.40)	1 (0.30)	0	3.74	0.68	มาก
4. มีบัตรสะสมแต้มเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ	94 (23.60)	210 (52.80)	93 (23.40)	1 (0.30)	0	3.99	0.69	มาก
ภาพรวม						3.83	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7P ด้านส่งเสริมการตลาด ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีบัตรสะสมแต้มเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.69) รองลงมา คือ การให้ส่วนลดจากราคาปกติ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.68) มีการโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.73) และมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านบุคลากร	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การต้อนรับและ อัธยาศัยของ พนักงาน	40 (17.60)	233 (58.50)	94 (23.60)	1 (0.30)	0	3.93	0.64	มาก
2. ความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการของ พนักงาน	69 (17.30)	203 (51.00)	125 (31.40)	1 (0.30)	0	3.85	0.69	มาก
3. พนักงานมีความ พร้อมในการ ให้บริการและแก้ไข ปัญหาได้ทันทีเมื่อ เกิดความผิดพลาด	76 (19.10)	215 (54.00)	102 (25.60)	4 (1.00)	0	3.95	1.14	มาก
4. พนักงานมีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	61 (15.30)	123 (53.50)	213 (30.90)	1 (0.30)	0	3.83	0.66	มาก
ภาพรวม						3.89	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 1.14) รองลงมา คือ การต้อนรับและอัธยาศัยของพนักงาน ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.64) ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = .690) และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน	66 (16.60)	206 (51.80)	126 (31.70)	0	0	3.84	0.67	มาก
2. ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน	65 (16.30)	211 (53.00)	119 (29.90)	3 (0.80)	0	3.84	0.68	มาก
3. การจัดวางสินค้ามีความเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ	73 (18.30)	194 (48.70)	131 (32.90)	0 (1.00)	0	3.85	0.70	มาก
4. มีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้าอย่างเพียงพอ และเหมาะสม	73 (18.30)	183 (46.00)	139 (34.90)	3 (0.80)	0	3.81	0.72	มาก
ภาพรวม						3.84	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7P ด้านลักษณะทางกายภาพ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยการจัดวางสินค้ามีความเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.70) รองลงมา คือ มีความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.67) ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.68) และมีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้าอย่างเพียงพอ และเหมาะสม ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านกระบวนการ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่ว และถูกต้อง	74 (18.60)	235 (59.00)	88 (22.10)	1 (0.30)	0	3.95	0.64	มาก
2. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ	68 (17.10)	290 (47.70)	138 (34.70)	2 (0.50)	0	3.81	0.71	มาก
3. มีการจัดการบริการจัดการคิวลูกค้าที่ดี	75 (18.80)	279 (55.00)	103 (25.90)	1 (0.30)	0	3.92	0.67	มาก
4. การทบทวนรายการเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่ง	98 (24.60)	214 (53.80)	82 (20.60)	4 (1.00)	0	4.02	0.70	มาก
ภาพรวม						3.92	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยการทบทวนรายการเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่ง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.70) รองลงมา คือ บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.64) มีการจัดการบริการจัดการคิวลูกค้าที่ดี ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.67) และมีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

การวิเคราะห์ โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จ ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ความสำเร็จ	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความน่าเชื่อถือ	3.81	0.61	มาก
ด้านความเชื่อมั่น	3.79	0.49	มาก
ด้านความเอาใจใส่	3.79	0.50	มาก
ด้านการตอบสนองลูกค้า	3.87	0.49	มาก
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.45	0.50	มาก
ภาพรวม	3.74	0.51	มาก

จากตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ความสำเร็จ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.81, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองลูกค้า อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.87, S.D. = 0.49) รองลงมาด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.81, S.D. = 0.61) ด้านความเชื่อมั่น อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.79, S.D. = 0.49) ด้านความเอาใจใส่ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.79, S.D. = 0.50) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.45, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านความน่าเชื่อถือ								
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	66 (16.60)	203 (51.00)	126 (31.70)	3 (0.80)	0	3.83	0.69	มาก
2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด	78 (19.60)	148 (37.20)	170 (42.70)	2 (0.50)	0	3.75	0.76	มาก
3. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ	59 (14.80)	212 (53.30)	123 (30.90)	1 (0.30)	4 (1.00)	3.81	0.68	มาก
4. สินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน Aiyacha เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี	57 (14.30)	186 (46.70)	153 (38.40)	1 (0.30)	0	3.82	1.66	มาก
ด้านความเชื่อมั่น								
1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายดี	59 (14.80)	212 (53.30)	123 (30.90)	4 (1.00)	0	3.81	0.68	มาก
2. ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการที่ร้าน Aiyacha	62 (15.60)	183 (46.00)	151 (37.90)	2 (0.50)	0	3.76	0.70	มาก

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร (ต่อ)

ความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3. พนักงานของร้าน								
Aiyacha ให้บริการด้วย ความสุภาพ พุดจาตี สุภาพ อ่อนน้อม	63 (15.80)	202 (50.80)	130 (32.70)	3 (0.80)	0	3.81	0.69	มาก
4. มาตรฐานในการ								
ให้บริการเป็นที่ยอมรับ ของลูกค้า	68 (17.10)	175 (44.00)	153 (38.40)	2 (0.50)	0	3.77	0.72	มาก
ด้านความเอาใจใส่								
1. พนักงานของร้าน								
Aiyacha ให้ความเอาใจใส่ กับลูกค้าในแต่ละรายอย่าง เท่าเทียมกัน	69 (17.30)	209 (52.50)	117 (29.40)	3 (0.80)	0	3.86	0.69	มาก
2. พนักงานของร้าน								
Aiyacha ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้ เป็น อย่างดี	61 (15.30)	173 (39.90)	159 (43.50)	5 (1.30)	0	3.72	0.72	มาก
3. พนักงานของร้าน								
Aiyacha สามารถจัดจำ รายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหารหรือ เครื่องดื่ม ที่ลูกค้าชอบ	77 (19.30)	179 (45.00)	138 (34.70)	4 (1.00)	0	3.82	0.74	มาก

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร (ต่อ)

ความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4. ร้าน Aiyacha ดำเนินถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ	61 (15.30)	184 (46.20)	148 (37.20)	5 (1.30)	0	3.75	0.71	มาก
ด้านการตอบสนองลูกค้า								
1. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันที	73 (18.30)	226 (56.80)	97 (24.40)	2 (0.50)	0	3.92	0.66	มาก
2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า	76 (19.10)	174 (43.70)	143 (35.90)	5 (1.30)	0	3.80	0.75	มาก
3. พนักงานของร้าน Aiyacha ตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้าทันที แม้ว่าจะปฏิบัติงานอื่นอยู่ก็ตาม	68 (17.10)	198 (49.70)	131 (32.90)	1 (0.30)	0	3.83	0.69	มาก
4. การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	76 (19.10)	214 (53.80)	103 (25.90)	5 (1.30)	0	3.90	0.70	มาก

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร(ต่อ)

ความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ								
1. อุปกรณ์เครื่องมือ หรือ ทำเครื่องดื่มเมนูต่าง ๆ มี ความทันสมัย	29 (7.30)	227 (57.00)	112 (28.10)	30 (7.50)	0	3.64	0.72	มาก
2. ที่จอดรถรองรับบริการ ลูกค้ามีความสะดวกสบาย และเพียงพอต่อความ ต้องการของลูกค้า	18 (4.50)	91 (22.90)	215 (54.00)	71 (17.80)	3 (0.80)	3.12	0.77	ปานกลาง
3. การตกแต่งร้านทันสมัย ป้ายหน้าร้าน เด่นชัด	26 (6.50)	192 (48.20)	150 (37.70)	30 (7.50)	0	3.53	0.72	มาก
4. ร้าน Aiyacha มีโต๊ะ เก้าอี้ จัดเตรียมไว้ให้ เพียงพอ เหมาะสมต่อการ ให้บริการ	31 (7.80)	165 (41.50)	181 (45.50)	21 (5.30)	0	3.51	0.71	มาก
ภาพรวม						3.47	0.51	มาก

จากตารางที่ 4.16 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานของร้าน Aiyacha มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่มีค่าเฉลี่ย มากที่สุด ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.66) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.70) อยู่ในระดับมาก พนักงานของร้าน Aiyacha ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.69) อยู่ในระดับมาก พนักงานของร้าน Aiyacha ตอบสนองต่อคำร้องขอ ของลูกค้าทันที แม้ว่าจะปฏิบัติงานอื่นอยู่ก็ตาม ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.69) อยู่ในระดับมาก พนักงานของร้าน Aiyacha

ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.69) อยู่ในระดับมาก สินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน Aiyacha เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.69) อยู่ในระดับมาก พนักงานของร้าน Aiyacha สามารถจดจำ รายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหารหรือ เครื่องดื่มที่ลูกค้าชอบ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.74) อยู่ในระดับมาก สินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน Aiyacha เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 1.66) อยู่ในระดับมาก พนักงานของร้าน Aiyacha มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.68) อยู่ในระดับมาก พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายคดี ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.68) อยู่ในระดับมาก พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความสุภาพ พุดจาดี สุภาพอ่อนน้อม ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.69) อยู่ในระดับมาก พนักงานของร้าน Aiyacha มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.75) อยู่ในระดับมาก มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับ ของลูกค้า ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.72) อยู่ในระดับมาก ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการที่ร้าน Aiyacha ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.70) อยู่ในระดับมาก ร้าน Aiyacha คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.71) อยู่ในระดับมาก พนักงานของร้าน Aiyacha มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.76) อยู่ในระดับมาก และพนักงานของร้าน Aiyacha ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.72) อยู่ในระดับมาก อุปกรณ์เครื่องมือ หรือทำเครื่องดื่มเมนูต่าง ๆ มีความทันสมัย ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.72) อยู่ในระดับมาก การตกแต่งร้านทันสมัย ป้ายหน้าร้าน เต้นชัด ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 0.72) อยู่ในระดับมาก ร้าน Aiyacha มีโต๊ะ เก้าอี้ จัดเตรียมไว้ให้เพียงพอ เหมาะสมต่อการให้บริการ ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.71) อยู่ในระดับมาก และที่จอดรถรองรับบริการลูกค้ามีความสะดวกสบาย และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.77) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา)

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้าร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ไม่ต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.1 ปัจจัยพื้นฐานพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตาม เพศ

ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent Sample T-test) ปรากฏตามตารางที่ 4.17 ดังนี้

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยพื้นฐานพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	t	Sig. (2-tailed)
1. ชาย	155	3.747	0.448	.044	0.920	0.927**
2. หญิง	243	3.743	0.450			

* $P < .05$

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า p-value = .927) โดยกลุ่มเพศชาย มีระดับค่าเฉลี่ยความสำเร็จมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.747) รองลงมาคือกลุ่มเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.743)

4.4.2 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามอายุ

ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความ

แตกต่างกันเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) ต่อไป ปรากฏตามตารางที่ 4.18 – 4.19 ดังนี้

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	df	f	Sig.
1. ต่ำกว่า 20 ปี	237	3.664	0.383	2	17.241	0.000**
2. 20 – 40 ปี	158	3.874	0.358			
3. 41 – 60 ปี	3	3.283	0.453			
4. 61 ปีขึ้นไป	-	-	-			

*P< .05

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านอายุที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 40 ปี	41 – 60 ปี	61 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.664	-	-.21.002*	0.381	-
20 – 40 ปี	3.874	-	-	0.591*	-
41 – 60 ปี	3.283	-	-	-	-
61 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่า p-value = .000) โดยกลุ่มอายุ 21 – 40 ปี มีระดับค่าเฉลี่ยของความสำเร็จมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.66) และกลุ่ม 41 – 60 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.283)

เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) ตามตารางที่ 4.19 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 คือ กลุ่มอายุระหว่าง 21 – 40 ปี มีระดับค่าเฉลี่ยความสำเร็จมากกว่ากลุ่มต่ำกว่า 20 ปี (ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 21.002)

และคู่ที่ 2 คือ กลุ่มอายุ 21 – 40 ปี มีระดับค่าเฉลี่ยความสำเร็จมากกว่ากลุ่มอายุ 41 – 60 ปี (ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 0.591)

4.4.3 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามระดับการศึกษา

ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ ด้านระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) หากพบว่ามีความสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) ต่อไป ปรากฏตามตารางที่ 4.20 – 4.21 ดังนี้

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	df	F	Sig.
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	206	3.725	0.384	3	4.841	0.003**
2. อนุปริญญา	90	3.666	0.042			
3. ปริญญาตรี	100	3.860	0.362			
4. สูงกว่าปริญญาตรี	2	3.450	0.494			

*P< .05

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ ด้านระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.725	-	0.590	-0.134*	0.217
2. อนุปริญญา	3.666	-	-	-0.193*	0.216
3. ปริญญาตรี	3.860	-	-	-	0.410
4. สูงกว่าปริญญาตรี	3.450	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า p -value = .003) โดยกลุ่มระดับปริญญาตรีมีระดับค่าเฉลี่ยของความสำเร็จมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.860) รองลงมาคือ กลุ่มระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.725) กลุ่มระดับอนุปริญญา (ค่าเฉลี่ย 3.66 และกลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.450)

เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) ตามตารางที่ 4.20 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 คือ กลุ่มระดับปริญญาตรี มีระดับค่าเฉลี่ยความสำเร็จมากกว่ากลุ่มระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย -0.134) และคู่ที่ 2 คือ กลุ่มระดับปริญญาตรีมีระดับค่าเฉลี่ยความสำเร็จมากกว่ากลุ่มระดับต่ำกว่าอนุปริญญา (ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 0.193)

4.4.4 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามอาชีพ

ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านอาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) ต่อไป ปรากฏตามตารางที่ 4.22 ดังนี้

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน			
			เบี่ยงเบน	df	F	Sig.
มาตรฐาน						
1. นักเรียน/ นักศึกษา	291	3.727	0.402	5	1.521	0.182
2. ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	37	3.870	0.390			
3. ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	3.803	0.453			
4. พนักงานบริษัทเอกชน	35	3.797	0.284			
5. รับจ้าง	10	3.695	0.248			
6. อื่น ๆ	11	3.577	0.247			

*P < .05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ ตามอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า p-value = .182) โดยธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย มีระดับค่าเฉลี่ยความสำเร็จมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.870) รองลงมาคือกลุ่มข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.803) พนักงานบริษัทเอกชน (ค่าเฉลี่ย 3.797) นักเรียน/ นักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.727) รับจ้าง (ค่าเฉลี่ย 3.695) อื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.577)

4.4.5 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามสถานภาพ

ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐานของลูกค้ำ ด้านสถานภาพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) ต่อไป ปรากฏตามตารางที่ 4.23 ดังนี้

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	df	F	Sig.
1. โสด	369	3.725	0.384	1	0.050	0.824
2. สมรส	29	3.666	0.042			
3. หย่าร้าง/ หม้าย	0	0	0			

*P< .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า p-value = .824) โดยกลุ่มโสด มีระดับค่าเฉลี่ยความสำเร็จมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.725) รองลงมาคือกลุ่มสมรส (ค่าเฉลี่ย 3.666)

4.4.5 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) ต่อไป ปรากฏตามตารางที่ 4.24 - 4.25 ดังนี้

ตารางที่ 4.24 ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	df	F	Sig.
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	266	3.686	0.394	2	9.875	0.000*
2. 10,001-20,000 บาท	121	3.871	0.346			
3. 20,001-30,000 บาท	11	3.759	0.399			

*P < .05

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านรายได้ต่อเดือนที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001 บาท ขึ้น ไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.686	-	-0.185*	-0.726	-	-
10,001-20,000 บาท	3.871	-	-	0.112	-	-
20,001-30,000 บาท	3.759	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของลูกค้า ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่า p-value = .000) โดยกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 ระดับค่าเฉลี่ยของความสำเร็จมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.871) รองลงมาคือ กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.759) และรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.68)

เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference test (LSD) ตามตารางที่ 4.25 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 1 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 คือ รายได้ 10,001-

20,000 บาท มีระดับค่าเฉลี่ยความสำเร็จมากกว่ากลุ่มรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย -0.185)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา)

สมมติฐานที่ 2 ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (X_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) ด้านส่งเสริมการตลาด (X_4) ด้านบุคคล (X_5) ด้านลักษณะทางกายภาพ (X_6) ด้านกระบวนการ (X_7) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

H_2 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (X_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) ด้านส่งเสริมการตลาด (X_4) ด้านบุคคล (X_5) ด้านลักษณะทางกายภาพ (X_6) ด้านกระบวนการ (X_7) ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยใช้วิธีนำตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยพร้อมกับ หรือวิธี Enter ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมรับสมมติฐานหลัก (H_2) ต่อเมื่อค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significant) มีค่าน้อยกว่า .05

ตารางที่ 4.26 ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น

R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error	Durbin-Watson
0.801	0.642	0.635	0.235	1.938

จากตารางที่ 4.26 แสดงการส่งผลกระทบระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัวกับตัวแปรตาม พบว่า ค่า $R^2 = 0.642$ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 64.20

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของตัวแบบ ANOVA

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	38.557	7	5.508	99.705	.000**
Residual	21.545	390	.055		
Total	60.102	397			

*P< .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ค่า Sig of F = .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายถึง มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้วยวิธี Enter คือนำเข้าทุกตัวแปรอิสระทุกตัวพร้อมกันในสมการ ตามตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.895	0.115		7.791	.000*		
ด้านผลิตภัณฑ์	0.140	0.034	0.190	4.144	.000*	0.435	2.299
ด้านราคา	-0.015	0.035	-0.019	0.427	.669	0.488	2.051
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.081	0.040	0.099	1.995	.047*	0.377	2.653
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.115	0.039	0.138	2.971	.003*	0.425	2.355
ด้านบุคคล	0.036	0.035	0.047	1.025	.306	0.442	2.262

ตารางที่ 4.28 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.182	0.039	0.235	4.648	.000*	0.361	2.771
ด้านกระบวนการ	0.199	0.038	0.257	-5.226	.000*	0.381	2.621

*P < .05

จากตารางที่ 4.28 ได้ทำการทดสอบความไม่สัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า Variance inflation Factor (VIF) ที่สูงที่สุดมีค่า 2.771 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.00 (ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 5.00) และค่า Tolerance มีค่าน้อยที่สุดคือ 0.669 ซึ่งไม่ต่ำกว่า .200 (ค่า Tolerance ไม่ควรน้อยกว่า .200 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ได้ทำการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันเองซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value = 0.000) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน ด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านราคา ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value = 0.669) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐาน ด้านราคาไม่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value = 0.047) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านส่งเสริมการตลาด ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.003$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน ด้านส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านบุคคล ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.306$) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐาน ด้านบุคคล ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.000$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ด้านกระบวนการ ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} = 0.000$) ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐาน ด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ คือ .05 หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสำเร็จได้ดังนี้

$$Y = 0.895 + 0.140 (X_1) + 0.081 (X_3) + 0.036 (X_5) + 0.182 (X_6) + 0.199 (X_7)$$

จากสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณดังกล่าว หมายความว่า ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความสำเร็จเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.140 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความสำเร็จเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย -0.015 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความสำเร็จเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.081 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความสำเร็จเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.115 หน่วย ถ้าตัวแปรอื่นคงที่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคลเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความสำเร็จเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.036 หน่วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความสำเร็จเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.182 หน่วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ความสำเร็จเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 0.199 หน่วยถ้าตัวแปรทุกตัวคงที่ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ

จัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ จะทำให้ระดับความสำคัญลดลงไป 0.895 หน่วย

ผลการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยที่เป็นมาตรฐาน (Standardized) แล้ว พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ (Beta = 0.257), ด้านลักษณะทางกายภาพ (Beta = 0.235) ด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.190) ด้านส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.138) ด้านการจัดจำหน่าย (Beta = 0.099) ด้านบุคคล (Beta = 0.047) และด้านราคา (Beta = -0.019) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงอนุมาน สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางต่อไปนี้ ตารางที่ 4.29 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้าธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

สมมติฐานที่ 1	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
	ด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ไม่ต่างกัน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
	ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
	ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.29 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลพื้นฐานที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้าธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ (ต่อ)

สมมติฐานที่ 1	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
	ด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จ ธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัด ชุมพรไม่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
	ด้านสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จ ธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัด ชุมพรไม่แตกต่างกัน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
	ด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ ความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอ เมือง จังหวัดชุมพรแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 2	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
	ด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
	ด้านราคาส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อ ความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอ เมือง จังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
	ด้านส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจ คาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
	ด้านบุคคล ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ไม่ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ
ธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร(ต่อ)

สมมติฐานที่ 2	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
	ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความสำเร็จ ธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัด ชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
	ด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจ คาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 398 คน โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามประเภทเลือกตอบ แบบมาตรา นามบัญญัติเรียงลำดับ และมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) เนื้อหาของแบบสอบถามแบ่ง ออกเป็น 5 ส่วน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยมีสถิติที่เลือกใช้ ดังนี้ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, Independent Sample t-test, One-way Analysis of Variance F-test, Least Significant Difference test (LSD), Multiple Linear Regression

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เป็น งานวิจัยเชิงปริมาณ มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 398 คน ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบ จำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามโดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบจากการ วิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 398 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 61.10 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.90 มี อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาเป็นอายุ 20 – 40 ปี มีจำนวน 158

คน คิดเป็นร้อยละ 39.70 อายุ 41-60 ปีมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 รองลงมาเป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.10 และระดับการศึกษานุปริญญา มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีอาชีพเป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 73.10 รองลงมาเป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และอาชีพรับจ้าง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีสถานภาพโสด จำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 92.70 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม พบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.49) โดยพิจารณาอันดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากมากไปน้อย สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง การทบทวนรายการเครื่องตีที่ลูกค้าสั่ง เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่ว และถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ มีการจัดการบริการจัดการคิวลูกค้าที่ดี มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

2. ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง การตั้งราคาที่เหมาะสม เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

3. ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ และแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ การต้อนรับ และอัธยาศัยของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ ความสะดวกหรือร้อนในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง การจัดวางสินค้ามีความเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ มีความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ มีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้าอย่างเพียงพอ และเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

5. ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง มีบัตรสะสมแต้มเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ การให้ส่วนลดจากราคาปกติ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ มีโปรโมชั่นพิเศษประจำเดือน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

6. ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง ความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ ชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง การจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในภาพรวม พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.51) โดยพิจารณาอันดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จากมากไปน้อย สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง พนักงานของร้าน Aiyacha มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันท่วงที เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ พนักงานของร้าน Aiyacha ตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้าทันทีแม้ว่าจะปฏิบัติงานอื่นอยู่ก็ตาม มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ พนักงานของร้าน Aiyacha มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

2. ด้านความน่าเชื่อถือ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความรอบคอบ และถูกต้อง เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ สินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน Aiyacha เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ พนักงานของร้าน Aiyacha มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ พนักงานของร้าน Aiyacha มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

3. ด้านความเชื่อมั่น โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความสุภาพ พุดจาติ สุภาพอ่อนน้อม เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อธิยาศยติ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการที่ร้าน Aiyacha มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

4. ด้านความเอาใจใส่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง พนักงานของร้าน Aiyacha ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานของร้าน Aiyacha สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหาร หรือเครื่องดื่มที่ลูกค้าชอบ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ ร้าน Aiyacha คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ พนักงานของร้าน Aiyacha ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

5. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่อง อุปกรณ์เครื่องมือ หรือทำเครื่องดื่มเมนูต่าง ๆ มีความทันสมัย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยระดับมาก รองลงมาคือ การตกแต่งร้านทันสมัย ป้ายหน้าร้าน เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยระดับมาก อันดับสามคือ ร้าน Aiyacha มีโต๊ะเก้าอี้ จัดเตรียมไว้ให้อย่างเพียงพอเหมาะสมต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และอันดับที่สี่คือ ที่จอดรถรองรับบริการลูกค้ามีความสะดวกสบาย และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ ร้าน

Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน และด้านเพศ ด้านอาชีพ ด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร และด้านราคา ด้านบุคคล ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรที่แตกต่างกัน พบว่า ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ วิรัชต ทรุทวงษ์ และคณะ (2564) กล่าวว่า เนื่องจากผู้ที่มีอายุต่างกันย่อมมีประสบการณ์ที่ต่างกัน ด้านการศึกษาผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีบทบาทในด้านความสำเร็จทั้งในด้านที่เป็นและไม่เป็นตัวเงิน คือสามารถสร้างรายได้ กำไร สร้างฐานลูกค้า และรักษาลูกค้าไว้ได้ ด้านรายได้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และฝีมือของผู้ประกอบการในการให้บริการลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ วิรัชต ทรุทวงษ์ (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดเล็ก และขนาดกลาง ในจังหวัดนครปฐม พบว่า 1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลาง และขนาดเล็กแตกต่างกันในด้านอายุ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ขนาดธุรกิจ และจำนวนพนักงาน แตกต่างก็มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจเสริมสวยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ปัจจัยสมรรถนะของผู้ประกอบการ และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดกลาง และขนาดเล็กในจังหวัดนครปฐม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีงานวิจัยของ วันชัย แซ่ชู (2561) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ กล่าวไว้ว่า ประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ซึ่งลักษณะเหล่านี้มีความแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ทำให้ความต้องการที่จะได้รับการบริการหรือพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อใช้สร้างให้เกิดพฤติกรรมความต้องการให้ตรงตามกลุ่ม

และจากการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ 1. ด้านกระบวนการ 2. ด้านราคา 3. ด้านบุคคล 4. ด้านลักษณะทางกายภาพ 5. ด้านส่งเสริมการตลาด 6. ด้านผลิตภัณฑ์ 7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับทฤษฎีงานวิจัยของ บุญสม รัชมีโชติ (2560) ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟอินดี้ ในเขตภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟอินดี้ ในเขตภาคกลางตอนล่างของประเทศไทยโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า ความเชื่อมโยงของประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3) ปัจจัยความสำเร็จ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระ พบว่ามีปัจจัย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากรมีผลต่อความสำเร็จสูงมากเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านความ เชื่อมโยงของประสบการณ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษาที่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าต่ำสุด คือ ชา กาแฟ มีรสชาดีดี มีความสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.76) ชา กาแฟ มีรสชาดีดี มีความสม่ำเสมอ ซึ่งรสชาติของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจในรสชาติ และอยากจะทำกลับมาซื้อซ้ำอีก

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ที่มีค่าต่ำสุด คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.69) การมีป้ายบอกราคาชัดเจน เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกสินค้านั้น ซึ่งจะช่วยให้ยอดขาย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้าน

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าต่ำสุด คือ มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.69) มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man ช่วยลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ และยังเป็น

สร้างฐานลูกค้าออนไลน์ระยะยาวอีกด้วย ร้านจะได้รับการโปรโมทจากเดลิเวอรี่เจ้าต่าง ๆ ไปในตัว ซึ่งช่วยลดต้นทุนการตลาดในช่องทางอื่นๆ ได้ เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าต่ำสุด คือ มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.68) มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล นอกจากจะเป็นการเพิ่มยอดขายในระยะสั้น ยังสามารถใช้สร้างประโยชน์ระยะยาวได้ด้วย สร้างฐานลูกค้าเพิ่มจากการเรียกลูกค้าใหม่ ๆ ให้มาทดลองชิม สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม เสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ในตลาด และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ที่มีค่าต่ำสุด คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.66) พนักงานเสิร์ฟควรรู้เกี่ยวกับอาหาร เครื่องดื่ม และบริการของร้านโดยละเอียด สามารถอธิบายให้ข้อมูล และความช่วยเหลือกับลูกค้าได้ ถูกต้องแม่นยำ สามารถให้คำแนะนำ และเชียร์ขายสินค้าได้อย่างมีอาชีพ จะช่วยให้สามารถหาซื้อดีเด่นด้านต่าง ๆ ของสินค้ามาเป็นจุดขายที่ดีได้

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าต่ำสุด คือ มีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้าอย่างเพียงพอ และเหมาะสม ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.72) ในส่วนของการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้าอย่างเพียงพอ ควรมีพนักงานประจำคอยต้อนรับลูกค้า และจัดเตรียมที่นั่ง ให้เพียงพอกับจำนวนของลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่งผลให้ร้านสามารถทำรอบได้สูง

ระดับความคิดเห็นข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ที่มีค่าต่ำสุด คือ มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.71) ในส่วนของการมีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบควรมีการออกแบบขั้นตอนการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการสั่งออเดอร์ การคิดเงินให้กระชับ รัดกุม ก็จะช่วยลด ระยะเวลาในการบริการ และจะทำให้ลูกค้าประทับใจได้

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าต่ำสุด คือ พนักงานของของร้าน Aiyacha มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.71) พนักงานควรมีแนวทางในการแก้ปัญหา โดยกล่าวขอโทษลูกค้าทันที พร้อมกับแจ้งอธิบายเหตุผล แสดงออกถึงความรับรู้ และใส่ใจจะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และจะต้องแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าเห็นทันที เพื่อให้เห็นว่าเราใส่ใจและพร้อมแก้ไขในสิ่งผิดพลาด

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านความเชื่อมั่น มีค่าต่ำสุด คือ ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการที่ร้าน Aiyacha ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.70) การบริการลูกค้ารู้สึกประทับใจตั้งแต่แรกพบ และสร้างความมั่นใจแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าทางร้านมี

มาตรการป้องกันการระบาดของโคโรนาไวรัส (COVID-19) ด้านความสะอาด มีบริการแอลกอฮอล์ล้างมือ ทิชชูเปียกฆ่าเชื้อ หรือปฏิบัติตามข้อบังคับในท้องถิ่น การระบุข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจ เพื่อให้สามารถดึงดูดลูกค้า และช่วยให้ลูกค้าคลายความกังวล

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านความเอาใจใส่ มีค่าต่ำสุด คือ พนักงานของร้าน Aiyacha ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.72) ช่วยสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจ เพราะการบริการที่น่าประทับใจจะทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าที่จะจ่าย สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ เพราะการบริการไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ มีลูกค้ากลับมาใช้งานซ้ำๆ เพราะประทับใจ และรู้สึกดีต่อการบริการ เกิดการแนะนำบอกต่อ ในด้านการบริการที่ดี ซึ่งเป็นสิ่งสูงสุดที่ธุรกิจอยากให้เกิดการบอกต่อโดยประหยัดค่าทำการตลาดได้ด้วย

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าต่ำสุด คือ พนักงานของร้าน Aiyacha มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.75) การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นการบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมร้าน ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับร้าน ซึ่งเบื้องหลังความสำเร็จ มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ ถ้าบริการดีผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาของร้าน และภาพลักษณ์ของร้านก็จะดีไปด้วย

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของร้าน Aiyacha อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าต่ำสุด คือ ที่จอดรถรองรับบริการลูกค้ามีความสะดวกสบาย และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.77) ร้านที่ไม่มีที่จอดรถก็จะเสียโอกาสในการขายไป เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เลือกเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่า ซึ่งอาจจะเป็นการเข้าพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในละแวกใกล้ ๆ กับร้าน

ดังนั้น ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงรสชาติของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจในรสชาติ มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man ช่วยลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ สร้างฐานลูกค้าออนไลน์ระยะยาว และมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล นอกจากจะเป็นการเพิ่มยอดขายในระยะสั้น และพนักงานควรรู้เกี่ยวกับอาหารเครื่องดื่ม และบริการของร้านโดยละเอียด สามารถอธิบายให้ข้อมูล และความช่วยเหลือกับลูกค้าได้ถูกต้องแม่นยำ มีการจัดสรรที่นั่งให้

ลูกค้าอย่างเพียงพอ การจัดสรรที่นั่ง และรับออเดอร์ได้อย่างรวดเร็ว จะช่วยลดระยะเวลาในการบริการหน้าร้าน ส่งผลให้ร้านสามารถทำรอบได้สูง มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบควรมีการออกแบบขั้นตอนการบริการ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด หากลูกค้าแจ้งปัญหาขณะอยู่ในร้าน พนักงานควรมีแนวทางในการแก้ปัญหา โดยกล่าวขอโทษลูกค้าทันที พร้อมกับแจ้งอธิบายเหตุผล แสดงออกถึงความรับรู้ และใส่ใจจะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการที่ร้าน Aiyacha การบริการลูกค้ารู้สึกประทับใจตั้งแต่แรกพบ และสร้างความมั่นใจแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าทางร้านมีมาตรการป้องกันการระบาดของโคโรนาไวรัส (COVID-19) ด้านความสะอาด มีบริการแอลกอฮอล์ล้างมือดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี ช่วยสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจ เพราะการบริการที่น่าประทับใจจะทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าที่จะจ่าย สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ เพราะการบริการไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ มีลูกค้ากลับมาใช้งานซ้ำๆ เพราะประทับใจ ในส่วนของพนักงานของร้าน Aiyacha มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้ใช้บริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และที่จอดรถรองรับบริการลูกค้า มีความสะดวกสบาย และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า และส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากลูกค้าร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น ผู้ที่เดินทางผ่านไปมาในบริเวณหน้าร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ของกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายและนำแนวทางในการพัฒนาร้านเพื่อประโยชน์ต่อการวางแผนการปรับกลยุทธ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการมาใช้บริการต่อไป
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ว่ามีปัจจัยอื่นใดบ้างที่สนับสนุนให้ลูกค้ามาใช้บริการ และปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ อีกทั้งปัจจัยใดที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้มากที่สุด เพื่อเพิ่มศักยภาพของร้านให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การพัฒนาต่อไป
3. อาจใช้วิธีการวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกมาประกอบเพิ่มเติม หรือเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ณัฐณิชา เพชรแก้วปริญทิพย์ ภูชะโร. 2564. “ปัจจัยที่ส่งผลให้ร้านอาหารเกาหลีในจังหวัดภูเก็ตประสบความสำเร็จ”. *วารสารวิเทศศึกษา*. ปีที่ 11 (ฉบับที่ 1)
- น้ำทิพย์ เนียมหอม. 2560 “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ
 อาชีวศึกษา ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์ บริหารธุรกิจรามอินทรา”. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกริก.
- บุญสม รัศมีโชติ. 2564. “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟ อินดี้ในเขตภาคกลางตอนล่าง
 ของประเทศไทย”. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธนบุรี
- ปรียานัฐ เอียบศิริเมธีและคณะ. 2560. “ความรู้ และความเข้าใจของประชาชน ในอำเภอเมือง จังหวัด
 นครราชสีมาที่มีต่อการรักษาโรคด้วยแพทย์ทางเลือก กรณีศึกษา การแพทย์แผนจีน”.
วารสาร วิทยาลัยนครราชสีมา. ปี 11 (ฉบับที่ 1)
- พิทักษ์ ศิริวงษ์ และคณะ. 2560. “ประสบการณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการระบบการจัดการ
 ร้านอาหาร กรณีศึกษา Food Story บริษัทลิฟวิงโมบาย จำกัด”. การประชุมวิชาการเสนอ
 ผลงานวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษารั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พรพิตรา ธรรมชาติ. 2560. “คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน
 และความตั้งใจในการลาออกของผู้แทนขายระดับบังคับบัญชาของกลุ่มบริษัทผู้ผลิตบรรจุ
 ภัณฑ์”. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ระชานนท์ ทวีผล และคณะ. 2561. “องค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการในโรงแรม
 ประเภทบูติกประเทศไทย”. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. ปีที่ 12 (ฉบับที่ พิเศษ): หน้า 5
- วรพรรณ รัตนทรงธรรม และบงกช ตั้งจิระศิลป์. 2563 “ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ
 ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก: กรณีศึกษา ผู้ประกอบการชาวลำพูนในจังหวัด
 ร้อยเอ็ด”. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*. ปีที่ 2 (ฉบับที่ 2): หน้า 62
- วสุธิดา นุริตมนต์. 2564. “การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อ
 การใช้บริการซ้ำร้านอาหารญี่ปุ่น”. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาค
 ตะวันออกเฉียงเหนือ*. ปีที่ 11 (ฉบับที่ 3): หน้า 16

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วันชัย แซ่ชู. 2561. “กระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไอทีผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ของประชากรใน กรุงเทพมหานคร”. การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วิรัตน์ ครุทวงษ์ และคณะ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านเสริมสวยขนาดเล็กและขนาด กลางในจังหวัดนครปฐม”. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน*. ปีที่ 3 (ฉบับที่ 1)
- ศศิگانต์ คล่องกิจการ. 2560. “ปัจจัยความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจสิ่งทอ ในเขตบางขุนเทียน”. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคาร, มหาวิทยาลัยสยาม.
- สุดปรารณา หนึ่งน้ำใจ และคณะ. 2563. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคขนมไข่มุก ของนิสิตคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือ”. *วารสารศูนย์อนามัย*. ปีที่ 15 (ฉบับที่ 36): หน้า 63
- ภาษาอังกฤษ**
- Belch, G. E. & Belch, M. A. 2004. *Advertising and Promotion*. Boston: McGraw-Hill.
- Chapromma. 2017. “Factors Affecting Consumer Choice of 24 Hours Fitness Center in Bangkok”. Master of Business Administration, Thammasat University.
- Kotler & Keller. 2012. “Marketing management”. (14th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- McClelland, D.C. 1985. *Human motivation*. Chicago: Scott, Foresman.
- Morgan. & Hunt. 1994. The Commitment - Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58 (July), 20-30.
- Steers, R.M. 1977. Antecedents and outcomes of organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*. (22): 46-56.
- Steers, R.M. and L.W. Porter. 1983. *Motivation and Work Behavior*. (5th ed). New York: McGraw – Hill.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. 1990. **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations.** Simon and Schuster.

ออนไลน์

Facebook Page Aiyacha. 2022. **Aiyacha - Home.** สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/AiyachaChumphon/>.

Wongnai Media. 2022. **Aiyacha (อัยยะชา) ชุมพร** สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/restaurants/810436DR-aiyacha-ชุมพร>





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอิสระเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน และปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร โดยข้อมูลนี้ทางผู้วิจัยเก็บไว้เป็นความลับจะนำเสนอเฉพาะภาพรวมเท่านั้น แบบสอบถามนี้ ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 20 – 40 ปี
 41 – 60 ปี 61 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี อนุปริญญา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- นักเรียน/ นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย
 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 รับจ้าง อื่น ๆ

5. สถานภาพ

โสด สมรส หย่าร้าง/ หม้าย

6. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท

20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท

40,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความสำคัญของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อ ความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร					
2. ชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ					
3. ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์					
4. คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่					
ด้านราคา					
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับรสชาติ					
2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน					
3. มีการตั้งราคาที่เหมาะสม					
4. มีหลายระดับราคาให้เลือก					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อ ความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา					
2. สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการ ให้บริการ					
3. การจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน					
4. มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man					
ด้านส่งเสริมการตลาด					
1. การให้ส่วนลดจากราคาปกติ					
2. มีการโปรโมชันผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน					
3. มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วง เทศกาล					
4. มีบัตรสะสมแต้มเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ					
ด้านบุคลากร					
1. การต้อนรับและอัธยาศัยของพนักงาน					
2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของ พนักงาน					
3. ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน					
4. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อ ความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. มีความเหมาะสมในการแต่งกายของ พนักงาน					
2. ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน					
3. การจัดวางสินค้ามีความเหมาะสม สะดวก ในการเลือกซื้อ					
4. มีบริการฟรี Wifi					
ด้านกระบวนการ					
1. บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่วและ ถูกต้อง					
2. มีกระบวนการจัดการด้านการบริการลูกค้า ที่ดี					
3. มีการจัดการบริการจัดการคิวลูกค้าที่ดี					
4. การทบทวนรายการเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่ง					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความสำคัญของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha	ระดับความความสำเร็จ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านความน่าเชื่อถือ					
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง					
2. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการลูกค้าอย่างถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ					
3. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ					
4. สินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน Aiyacha เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี					
ด้านความเชื่อมั่น					
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีโดยสม่ำเสมอ					
2. ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการที่ร้าน Aiyacha					
3. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความสุภาพ					
4. มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อ ความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านความเอาใจใส่					
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้ความเอาใจ ใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน					
2. พนักงานของร้าน Aiyacha ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็น อย่างดี					
3. พนักงานของร้าน Aiyacha สามารถจดจำ รายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหารหรือ เครื่องดื่มที่ลูกค้าชอบ					
4. ร้าน Aiyacha เปิดให้บริการในเวลา สะดวกสำหรับการมาใช้บริการของลูกค้า					
ด้านการตอบสนองลูกค้า					
1. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความพร้อมที่ จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันเวลาที่					
2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความ กระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า					
3. พนักงานของร้าน Aiyacha ไม่ยุ่งเกินไปที่ จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า					
4. การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว					
ความเป็นรูปธรรมของบริการ					
1. อุปกรณ์เครื่องมือ หรือทำเครื่องดื่มเมนูต่าง ๆ มีความทันสมัย					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อ ความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
2. ที่จอดรถรองรับบริการลูกค้ามีความ สะดวกสบาย และเพียงพอต่อความต้องการ ของลูกค้า					
3. การตกแต่งร้านทันสมัย ป้ายหน้าร้าน เด่นชัด					
4. ร้าน Aiyacha มีโต๊ะ เก้าอี้ จัดเตรียมไว้ให้ อย่างเพียงพอ เหมาะสมต่อการให้บริการ					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

* ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยครั้งนี้ *





บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รศ.ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ

ด้วย นางสาวพรทิพย์ ตัสโต รหัสประจำตัว ๖๓๒๐๕๐๖๕ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัย มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน Aiyacha ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์)

อาจารย์ที่ปรึกษา



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดยนางสาวพรทิพย์ ตัสโต รหัสประจำตัว 63205065 นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชร ศิลป์เสวตร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับกลุ่มลูกค้า

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวพรทิพย์ ตัสโต)

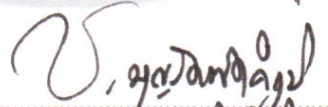
นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน



 รศ.ดร.วัชร ศิลป์เสวตร์

 รศ.ดร. วัชร



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวพรทิพย์ ตัสโต

รหัสนักศึกษา 63205065

หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร”

ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ในดีป.พรชัย, ๖๓๒๐๕๐๖๕

ลงชื่อ

(ดร.ดร.อนงค์ อนุรัตน์)

วันที่

16 มิย 2565

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ข้อมูลทั่วไป				
1. เพศ	/			
2. อายุ	/			
3. การศึกษา	/			
4. อาชีพ	/			
5. สถานภาพ	/			
6. รายได้ต่อเดือน	/			

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ข้อคำถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ด้านผลิตภัณฑ์				
1. ความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร	/			
2. ชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ	/			
3. ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	/			
4. คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่	/			
ด้านราคา				
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	/			

ข้อความ	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	/			
3. มีการตั้งราคาที่เหมาะสม	/			
4. มีหลายระดับราคาให้เลือก	/			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
1. มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา	/			
2. สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการให้บริการ	/			
3. การจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน	/			
4. มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man	/			
ด้านส่งเสริมการตลาด				
1. การให้ส่วนลดจากราคาปกติ	/			
2. มีการโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน	/			
3. มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล	/			
4. มีบัตรสะสมแต้มเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ	/			
ด้านบุคลากร				
1. การต้อนรับและอัธยาศัยของพนักงาน	/			
2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	/			
3. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด	/			
4. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	/			

ข้อความ	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ด้านลักษณะทางกายภาพ				
1. มีความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน	/			
2. ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน	/			
3. การจัดวางสินค้ามีความเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ	/			
4. มีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้า อย่างเพียงพอ และเหมาะสม	/			
ด้านกระบวนการ				
1. บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง	/			
2. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ	/			
3. มีการจัดการบริการจัดการคิวลูกค้าที่ดี	/			
4. การทบทวนรายการเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่ง	/			

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha

ข้อความคำถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ด้านความน่าเชื่อถือ				
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	/			
2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด	/			
3. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ	/			
4. สินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน Aiyacha เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี	/			
ด้านความเชื่อมั่น				
1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายดี	/			
2. ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการบริการของร้าน Aiyacha	/			
3. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความสุภาพ พุดจาดี สุภาพอ่อนน้อม	/			
4. มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า	/			
ด้านความเอาใจใส่				
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	/			
2. พนักงานของร้าน Aiyacha ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี	/			

ข้อคำถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
3. พนักงานของร้าน Aiyacha สามารถจดจำ รายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหาร หรือเครื่องดื่มที่ลูกค้าชอบ	/			
4. ร้าน Aiyacha คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ	/			
ด้านการตอบสนองลูกค้า				
1. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันที	/			
2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า	/			
3. พนักงานของร้าน Aiyacha ตอบสนองต่อคำร้องขอ ของลูกค้าทันทีแม้ว่าจะปฏิบัติงานอื่นอยู่ก็ตาม	/			
4. การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	/			
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ				
1. อุปกรณ์เครื่องมือ หรือทำเครื่องดื่มเมนูต่าง ๆ มีความทันสมัย	/			
2. ที่จอดรถรองรับบริการลูกค้ามีความสะดวกสบาย และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	/			
3. การตกแต่งร้านทันสมัย ป้ายหน้าร้านเด่นชัด	/			
4. ร้าน Aiyacha มีโต๊ะ เก้าอี้ จัดเตรียมไว้ให้เพียงพอเหมาะสมต่อการให้บริการ	/			



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.ดร.ชัยญากาศ หล้าแหล่ง

ด้วย นางสาวพรทิพย์ ตัสโต รหัสประจำตัว ๖๓๒๐๕๐๖๕ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมือวิจัย มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน Aiyacha ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์)

อาจารย์ที่ปรึกษา



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวพรทิพย์ ตัสโต
หัสนักศึกษา 63205065
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ลงชื่อ

(พ.ศ.ดร. ชลนารถ น้อยแห่ง)

วันที่

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์
(Testability of Item Variable Congruence Index)
เรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อความ	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ข้อมูลทั่วไป				
1. เพศ	/			
2. อายุ	/			
3. การศึกษา	/			
4. อาชีพ	/			
5. สถานภาพ	/			
6. รายได้ต่อเดือน	/			

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ข้อความ	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ด้านผลิตภัณฑ์				
1. ความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร	/			
2. ชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ	/			
3. ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	/			
4. คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่	/			
ด้านราคา				
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	/			

ข้อคำถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	/			
3. มีการตั้งราคาที่เหมาะสม	/			
4. มีหลายระดับราคาให้เลือก	/			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
1. มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา	/			
2. สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการให้บริการ	/			
3. การจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน	/			
4. มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man	/			
ด้านส่งเสริมการตลาด				
1. การให้ส่วนลดจากราคาปกติ	/			
2. มีการโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน	/			
3. มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล	/			
4. มีบัตรสะสมแต้มเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ	/			
ด้านบุคลากร				
1. การต้อนรับและอภัยภัยของพนักงาน	/			
2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	/			
3. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด	/			
4. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	/			

ข้อความ	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ด้านลักษณะทางกายภาพ				
1. มีความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน	/			
2. ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน	/			
3. การจัดวางสินค้ามีความเหมาะสมสะดวกในการเลือกซื้อ	/			
4. มีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้า อย่างเพียงพอ และเหมาะสม	/			
ด้านกระบวนการ				
1. บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง	/			
2. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ	/			
3. มีการจัดการบริการจัดการคิวลูกค้าที่ดี	/			
4. การทบทวนรายการเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่ง	/			

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha

ข้อความถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ด้านความน่าเชื่อถือ	/			
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	/			
2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด	/			
3. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ	/			
4. สินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน Aiyacha เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี	/			
ด้านความเชื่อมั่น				
1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อ่อนโยน	/			
2. ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการบริการของร้าน Aiyacha	/			
3. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความสุภาพ พุดจาติ สุภาพอ่อนน้อม	/			
4. มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า	/			
ด้านความเอาใจใส่				
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	/			
2. พนักงานของร้าน Aiyacha ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี	/			

ข้อความถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
3. พนักงานของร้าน Aiyacha สามารถจดจำ รายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหาร หรือเครื่องดื่มที่ลูกค้าชอบ	/			
4. ร้าน Aiyacha คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ	/			
ด้านการตอบสนองลูกค้า				
1. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันที	/			
2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า	/			
3. พนักงานของร้าน Aiyacha ตอบสนองต่อคำร้องขอ ของลูกค้าทันทีแม้ว่าจะปฏิบัติงานอื่นอยู่ก็ตาม	/			
4. การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	/			
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ				
1. อุปกรณ์เครื่องมือ หรือทำเครื่องดื่มเมนูต่าง ๆ มีความทันสมัย	/			
2. ที่จอดรถรองรับบริการลูกค้ามีความสะดวกสบาย และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	/			
3. การตกแต่งร้านทันสมัย ป้ายหน้าร้านเด่นชัด	/			
4. ร้าน Aiyacha มีโต๊ะ เก้าอี้ จัดเตรียมไว้ให้อย่างเพียงพอเหมาะสมต่อการให้บริการ	/			



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.บิวนิชา พุทธเกิด

ด้วย นางสาวพรทิพย์ ตัสโต รหัสประจำตัว ๖๓๒๐๕๐๖๕ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมือวิจัย มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน Aiyacha ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพรตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์)

อาจารย์ที่ปรึกษา



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร” โดยนางสาวพรทิพย์ ตัสโต รหัสประจำตัว 63205065 นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชรระ ศิลป์เสวตร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับกลุ่มลูกค้า

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวพรทิพย์ ตัสโต)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

ปิรณิชา พทสเสด

ดร. ปิรณิชา พทสเสด

ภาควิชาพื้นฐานทั่วไป สจล. อุดมพรเขตรอุดมศักดิ์



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
 เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 สาขา บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวพรทิพย์ ตัสโต
 หัสนักศึกษา 63205065
 หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ไปรษณีย์ตามกำหนด

ลงชื่อ

บัวฉนิชา พทธรเกิด
 (ดร. บัวฉนิชา พทธรเกิด)

วันที่

4 มิ.ย. 65

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อความ	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ข้อมูลทั่วไป				
1. เพศ	✓			
2. อายุ	✓			
3. การศึกษา	✓			
4. อาชีพ	✓			
5. สถานภาพ	✓			
6. รายได้ต่อเดือน	✓			

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ข้อความ	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ด้านผลิตภัณฑ์				
1. ความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร	✓			
2. ชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ	✓			
3. ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	✓			
4. คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่	✓			
ด้านราคา				
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	✓			

ข้อความ	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	✓			
3. มีการตั้งราคาที่เหมาะสม	✓			
4. มีหลายระดับราคาให้เลือก	✓			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
1. มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา	✓			
2. สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการให้บริการ	✓			
3. การจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน		✓		น่าจะเปิดกัน สักประมาณ ๓-๔ บาทครึ่ง
4. มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man	✓			
ด้านส่งเสริมการตลาด				
1. การให้ส่วนลดจากราคาปกติ	✓			
2. มีการโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษ ประจำเดือน	✓			
3. มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษ ในช่วงเทศกาล	✓			
4. มีบัตรสะสมแต้มเพื่อสิทธิพิเศษต่างๆ	✓			
ด้านบุคลากร				
1. การต้อนรับและอภัยภัยของพนักงาน	✓			
2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของ พนักงาน	✓			
3. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ และแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความ ผิดพลาด	✓			
4. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	✓			

ข้อคำถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ด้านลักษณะทางกายภาพ				
1. มีความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน	✓			
2. ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน	✓			
3. การจัดวางสินค้ามีความเหมาะสมสะดวกในการเลือกซื้อ	✓			
4. มีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้า อย่างเพียงพอ และเหมาะสม	✓			
ด้านกระบวนการ				
1. บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง	✓			
2. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ	✓			
3. มีการจัดการบริการจัดการคิวลูกค้าที่ดี	✓			
4. การทบทวนรายการเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่ง	✓			

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha

ข้อคำถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ	
	+1	0	-1		
ด้านความน่าเชื่อถือ					
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	✓				
2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด		✓		การแก้ปัญหาของพนักงาน ≠ ความน่าเชื่อถือ	
3. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ	✓			↑ อาจเป็น คลังสินค้า	
4. สินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน Aiyacha เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี	✓				
ด้านความเชื่อมั่น					
1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อธิบายดี		✓			
2. ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการบริการของร้าน Aiyacha	✓				
3. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความสุภาพ พุดจาดี สุภาพอ่อนน้อม		✓			
4. มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า	✓				
ด้านความเอาใจใส่					
1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	✓				
2. พนักงานของร้าน Aiyacha ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี	✓				

ข้อความคำถาม	สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
3. พนักงานของร้าน Aiyacha สามารถจดจำ รายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหารหรือ เครื่องดื่มที่ลูกค้าชอบ	✓			
4. ร้าน Aiyacha คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ	✓			
ด้านการตอบสนองลูกค้า				
1. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วถึง	✓			
2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า	✓			
3. พนักงานของร้าน Aiyacha ตอบสนองต่อคำร้องขอ ของลูกค้าทันทีแม้ว่าจะปฏิบัติงานอื่นอยู่ก็ตาม	✓			
4. การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	✓			
ด้านสิ่งจำเป็นที่ต้องได้				
1. อุปกรณ์เครื่องมือ หรือทำเครื่องดื่มเมนูต่าง ๆ มีความทันสมัย	✓			
2. ที่จอดรถรองรับบริการลูกค้ามีความสะดวกสบาย และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	✓			
3. การตกแต่งร้านทันสมัย ป้ายหน้าร้านเด่นชัด	✓			
4. ร้าน Aiyacha มีโต๊ะ เก้าอี้ จัดเตรียมไว้ให้เพียงพอ เหมาะสมต่อการให้บริการ	✓			



ภาคผนวก ค

ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม

- 1.ค่าความเที่ยงตรง (Validity : IOC)
- 2.ค่าความเชื่อมั่น (Reliability : R)

ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม

1.ค่าความเที่ยงตรง (Validity: IOC)

การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

(การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์)

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
ข้อมูลทั่วไป						
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	1. เพศ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. อายุ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. การศึกษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. อาชีพ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	5. สถานภาพ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	6. รายได้ต่อเดือน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ด้านผลิตภัณฑ์					
	1. ความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. ชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านราคา					
	1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับรสชาติ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. มีการตั้งราคาที่เหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. มีหลายระดับราคาให้เลือก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
	1. มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการให้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. การจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
	4. มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ด้านส่งเสริมการตลาด					
	1. การให้ส่วนลดจากราคาปกติ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. มีการโปรโมชันผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. มีบัตรสะสมแต้มเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านบุคลากร					
	1. การต้อนรับและอัธยาศัยของพนักงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านลักษณะทางกายภาพ					
	1. มีความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน Aiyacha ในอำเภอเมืองจังหวัดชุมพร	3. การจัดวางสินค้ามีความเหมาะสมสะดวกในการเลือกซื้อ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. มีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้า อย่างเพียงพอ และเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านกระบวนการ					
	1. บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่ว และถูกต้อง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. มีการจัดการบริการจัดการคิวลูกค้าที่ดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4. การทบทวนรายการเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่ง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้	

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ด้านความน่าเชื่อถือ					
	1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความรอบคอบและถูกต้อง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาด	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
	3. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความรู้ในเรื่องของสินค้าและบริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. สินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน Aiyacha เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านความเชื่อมั่น					
	1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ อธิยาศัยดี	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
	2. ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการที่ร้าน Aiyacha	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้บริการด้วยความสุภาพ พุดจาดี สุภาพอ่อนน้อม	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
	4. มาตรฐานในการให้บริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร	ด้านความเอาใจใส่					
	1. พนักงานของร้าน Aiyacha ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเท่าเทียมกัน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. พนักงานของร้าน Aiyacha ดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นอย่างดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. พนักงานของร้าน Aiyacha สามารถจดจำ รายละเอียดของลูกค้าได้ เช่น อาหารหรือ เครื่องดื่มที่ลูกค้าชอบ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4. ร้าน Aiyacha เปิดให้บริการในเวลาที่สะดวกสำหรับการมาใช้บริการของลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	ด้านการตอบสนองลูกค้า					
	1. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2. พนักงานของร้าน Aiyacha มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3. พนักงานของร้าน Aiyacha ไม่ยุ่งเกินไปที่จะตอบสนองต่อคำร้องขอของลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
	4. การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

หมายเหตุ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 พิจารณาปรับปรุงหรือคัดเลือก



ผลการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้านความเชื่อมั่น
เรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจคาเฟ่ร้าน Aiyacha ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร”

ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	48



ภาคผนวก ง
คำสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์

วิเคราะห์ร้อยละ

Statistics

		เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	สถานภาพ	รายได้ต่อเดือน
N	Valid	398	398	398	398	398	398
	Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

เพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ชาย	155	38.9	38.9	38.9
Valid หญิง	243	61.1	61.1	100.0
Total	398	100.0	100.0	

อายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า 20 ปี	237	59.5	59.5	59.5
Valid 20 - 40 ปี	158	39.7	39.7	99.2
41 - 60 ปี	3	.8	.8	100.0
Total	398	100.0	100.0	

การศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่าปริญญาตรี	206	51.8	51.8	51.8
อนุปริญญา	90	22.6	22.6	74.4
Valid ปริญญาตรี	100	25.1	25.1	99.5
สูงกว่าปริญญาตรี	2	.5	.5	100.0
Total	398	100.0	100.0	

อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
นักเรียน /นักศึกษา	291	73.1	73.1	73.1
ธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย	37	9.3	9.3	82.4
ข้าราชการ /พนักงาน	14	3.5	3.5	85.9
Valid รัฐวิสาหกิจ				
พนักงานบริษัทเอกชน	35	8.8	8.8	94.7
รับจ้าง	10	2.5	2.5	97.2
อื่นๆ	11	2.8	2.8	100.0
Total	398	100.0	100.0	

สถานภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
โสด	369	92.7	92.7	92.7
Valid สมรส	29	7.3	7.3	100.0
Total	398	100.0	100.0	

รายได้ต่อเดือน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	266	66.8	66.8	66.8
Valid 10,001-20,000 บาท	121	30.4	30.4	97.2
20,001-30,000 บาท	11	2.8	2.8	100.0
Total	398	100.0	100.0	

ด้านผลิตภัณฑ์

Statistics

	1. ความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร	2. ชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ	3. ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	4. คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่
N Valid	398	398	398	398
Missing	0	0	0	0
Mean	3.9598	3.7010	3.8869	3.7739
Std. Deviation	.68697	.76678	.67692	.71269

Frequency Table

1. ความหลากหลายของประเภทรายการอาหาร

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อย	3	.8	.8	.8
ปานกลาง	93	23.4	23.4	24.1
มาก	219	55.0	55.0	79.1
มากที่สุด	83	20.9	20.9	100.0
Total	398	100.0	100.0	

2. ชา กาแฟ มีรสชาติดี มีความสม่ำเสมอ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ปานกลาง	194	48.7	48.7	48.7
	มาก	129	32.4	32.4	81.2
	มากที่สุด	75	18.8	18.8	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

3. ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	6	1.5	1.5	1.5
	ปานกลาง	98	24.6	24.6	26.1
	มาก	229	57.5	57.5	83.7
	มากที่สุด	65	16.3	16.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

4. คุณภาพของวัตถุดิบสดใหม่

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	2	.5	.5	.5
	ปานกลาง	150	37.7	37.7	38.2
	มาก	182	45.7	45.7	83.9
	มากที่สุด	64	16.1	16.1	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

ด้านราคา

Statistics

		1. ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์	2. มีป้ายบอก ราคาชัดเจน	3. มีการตั้ง ราคา ที่เหมาะสม	4. มีหลาย ระดับราคาให้ เลือก
N	Valid	398	398	398	398
	Missing	0	0	0	0
	Mean	3.8492	3.8266	3.9497	3.9372
	Std. Deviation	.64068	.69005	.66012	.70876

1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ปานกลาง	116	29.1	29.1	29.1
	มาก	226	56.8	56.8	85.9
	มากที่สุด	56	14.1	14.1	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	2	.5	.5	.5
	ปานกลาง	129	32.4	32.4	32.9
	มาก	203	51.0	51.0	83.9
	มากที่สุด	64	16.1	16.1	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

3. มีการตั้งราคาที่เหมาะสม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	94	23.6	23.6	23.9
	มาก	227	57.0	57.0	80.9
	มากที่สุด	76	19.1	19.1	100.0
Total		398	100.0	100.0	

4. มีหลายระดับราคาให้เลือก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	4	1.0	1.0	1.0
	ปานกลาง	101	25.4	25.4	26.4
	มาก	209	52.5	52.5	78.9
	มากที่สุด	84	21.1	21.1	100.0
Total		398	100.0	100.0	

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

Statistics

		1. มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา	2. สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการให้บริการ	3. การจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน	4. มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man
N	Valid	398	398	398	398
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.8719	3.7714	3.9171	3.7186
Std. Deviation		.63576	.69578	.67009	.69631

1. มีเฟรนไชส์ที่ให้บริการหลายสาขา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	106	26.6	26.6	26.9
	มาก	234	58.8	58.8	85.7
	มากที่สุด	57	14.3	14.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

2. สถานที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการให้บริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	3	.8	.8	.8
	ปานกลาง	143	35.9	35.9	36.7
	มาก	194	48.7	48.7	85.4
	มากที่สุด	58	14.6	14.6	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

3. การจัดสถานที่แบ่งเป็นสัดส่วน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	104	26.1	26.1	26.4
	มาก	220	55.3	55.3	81.7
	มากที่สุด	73	18.3	18.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

4. มีบริการสั่งซื้อผ่านเดลิเวอรี่ Foodpanda Line Man

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	165	41.5	41.5	41.7
	มาก	177	44.5	44.5	86.2
	มากที่สุด	55	13.8	13.8	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

ด้านส่งเสริมการตลาด

Statistics

		1. การให้ ส่วนลดจาก ราคาปกติ	2. มีการ โปรโมชั่น ผลิตภัณฑ์พิเศษ ประจำเดือน	3. มีการจัด จำหน่าย ผลิตภัณฑ์พิเศษ ในช่วงเทศกาล	4. มีบัตรสะสม แต้มเพื่อสิทธิ พิเศษต่าง ๆ
N	Valid	398	398	398	398
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.8317	3.7714	3.7437	3.9975
Std. Deviation		.68027	.73109	.68053	.69362

1. การให้ส่วนลดจากราคาปกติ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
	น้อย	1	.3	.3	.5
	ปานกลาง	122	30.7	30.7	31.2
	มาก	214	53.8	53.8	84.9
	มากที่สุด	60	15.1	15.1	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

2. มีการโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์พิเศษประจำเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
	น้อย	2	.5	.5	.8
	ปานกลาง	150	37.7	37.7	38.4
	มาก	179	45.0	45.0	83.4
	มากที่สุด	66	16.6	16.6	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

3. มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	153	38.4	38.4	38.7
	มาก	191	48.0	48.0	86.7
	มากที่สุด	53	13.3	13.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

4. มีบัตรสะสมแต้มเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	93	23.4	23.4	23.6
	มาก	210	52.8	52.8	76.4
	มากที่สุด	94	23.6	23.6	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

ด้านบุคลากร

Statistics

		1. การต้อนรับ และอภัยคัย ของพนักงาน	2. ความ กระตือรือร้นใน การให้บริการ ของพนักงาน	3. พนักงานมี ความพร้อมใน การให้บริการ และแก้ไข ปัญหาได้ทันที เมื่อเกิดความ ผิดพลาด	4. พนักงานมี ความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์
N	Valid	398	398	398	398
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.9347	3.8543	3.9598	3.8392
Std. Deviation		.64722	.69098	1.14156	.66905

1. การต้อนรับและอภัยคัยของพนักงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	94	23.6	23.6	23.9
	มาก	233	58.5	58.5	82.4
	มากที่สุด	70	17.6	17.6	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	125	31.4	31.4	31.7
	มาก	203	51.0	51.0	82.7
	มากที่สุด	69	17.3	17.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

3. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	4	1.0	1.0	1.0
	ปานกลาง	102	25.6	25.6	26.6
	มาก	215	54.0	54.0	80.7
	มากที่สุด	76	19.1	19.1	99.7
	22.00	1	.3	.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

4. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	123	30.9	30.9	31.2
	มาก	213	53.5	53.5	84.7
	มากที่สุด	61	15.3	15.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

ด้านลักษณะทางกายภาพ

Statistics

		1. มีความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน	2. ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน	3. การจัดวางสินค้ามีความเหมาะสมสะดวกในการเลือกซื้อ	4. มีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้าอย่างเพียงพอและเหมาะสม
N	Valid	398	398	398	398
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.8492	3.8492	3.8543	3.8191
Std. Deviation		.67885	.68624	.70183	.72899

1. มีความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ปานกลาง	126	31.7	31.7	31.7
	มาก	206	51.8	51.8	83.4
	มากที่สุด	66	16.6	16.6	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

2. ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	3	.8	.8	.8
	ปานกลาง	119	29.9	29.9	30.7
	มาก	211	53.0	53.0	83.7
	มากที่สุด	65	16.3	16.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

3. การจัดวางสินค้ามีความเหมาะสม สะดวกในการเลือกซื้อ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ปานกลาง	131	32.9	32.9	32.9
	มาก	194	48.7	48.7	81.7
	มากที่สุด	73	18.3	18.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

4. มีการจัดสรรที่นั่งให้ลูกค้า อย่างเพียงพอ และเหมาะสม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	3	.8	.8	.8
	ปานกลาง	139	34.9	34.9	35.7
	มาก	183	46.0	46.0	81.7
	มากที่สุด	73	18.3	18.3	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

ด้านกระบวนการ

Statistics

		1. บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่วและ ถูกต้อง	2. มีมาตรฐาน การให้บริการ อย่างเป็นระบบ	3. มีการจัดการ บริการจัดการ คิวลูกค้าที่ดี	4. การทบทวน รายการเครื่องดื่ม ที่ลูกค้าสั่ง
N	Valid	398	398	398	398
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.9598	3.8141	3.9246	4.0201
Std. Deviation		.64538	.71020	.67286	.70235

1. บริการอย่างรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	88	22.1	22.1	22.4
	มาก	235	59.0	59.0	81.4
	มากที่สุด	74	18.6	18.6	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

2. มีมาตรฐานการให้บริการอย่างเป็นระบบ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	2	.5	.5	.5
	ปานกลาง	138	34.7	34.7	35.2
	มาก	190	47.7	47.7	82.9
	มากที่สุด	68	17.1	17.1	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

3. มีการจัดการบริการจัดการคิวลูกค้าที่ดี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	1	.3	.3	.3
	ปานกลาง	103	25.9	25.9	26.1
	มาก	219	55.0	55.0	81.2
	มากที่สุด	75	18.8	18.8	100.0
	Total	398	100.0	100.0	

4. การทบทวนรายการเครื่องตีที่ลูกค้าสั่ง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อย	4	1.0	1.0	1.0
	ปานกลาง	82	20.6	20.6	21.6
	มาก	214	53.8	53.8	75.4
	มากที่สุด	98	24.6	24.6	100.0
	Total	398	100.0	100.0	



ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และคเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ด้านผลิตภัณฑ์	398	3.00	5.00	3.8304	.52919
ด้านราคา	398	2.75	5.00	3.8907	.48820
ด้านการจัดจำหน่าย	398	3.00	5.00	3.8197	.47614
ด้านส่งเสริมการตลาด	398	1.75	5.00	3.8361	.46810
ด้านบุคลากร	398	3.00	7.25	3.8970	.50383
ด้านลักษณะทางกายภาพ	398	3.00	5.00	3.8430	.50078
ด้านกระบวนการ	398	2.75	5.00	3.9296	.50196
ด้านความน่าเชื่อถือ	398	2.25	11.00	3.8103	.61760
ด้านความเชื่อมั่น	398	2.50	5.00	3.7946	.49689
ด้านความเอาใจใส่	398	2.25	5.00	3.7940	.50993
ด้านการตอบสนองลูกค้า	398	2.50	5.00	3.8700	.49642
ด้านสิ่งที่จับต้องได้	398	2.00	5.00	3.4554	.50506
Valid N (listwise)	398				

T-Test

Independent Samples Test

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ความสำเร็จ	ชาย	155	3.7471	.39396	.03164
	หญิง	243	3.7434	.38676	.02481

One way

อายุ

Descriptives

ความสำเร็จ

	N	Mean	Std. Deviati on	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					ต่ำกว่า 20 ปี	237		
20 - 40 ปี	158	3.8744	.35851	.02852	3.8180	3.9307	2.95	4.80
41 - 60 ปี	3	3.2833	.45369	.26194	2.1563	4.4104	2.95	3.80
Total	398	3.7448	.38909	.01950	3.7065	3.7832	2.90	4.95

ANOVA

ความสำเร็จ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	4.825	2	2.413	17.241	.000
	Unweigh ted	.430	1	.430	3.073	.080
	Linear Term	3.057	1	3.057	21.845	.000
	Weighte d Deviation	1.768	1	1.768	12.637	.000
Within Groups		55.277	395	.140		
Total		60.102	397			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ความสำเร็จ

	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Differen ce (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 40 ปี	-.21002*	.03842	.000	-.3044	-.1156
		41 - 60 ปี	.38101	.21734	.216	-.1530	.9150
	20 - 40 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	.21002*	.03842	.000	.1156	.3044
		41 - 60 ปี	.59103*	.21802	.026	.0553	1.1267
	41 - 60 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.38101	.21734	.216	-.9150	.1530
		20 - 40 ปี	-.59103*	.21802	.026	-1.1267	-.0553
LSD	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 40 ปี	-.21002*	.03842	.000	-.2856	-.1345
		41 - 60 ปี	.38101	.21734	.080	-.0463	.8083
	20 - 40 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	.21002*	.03842	.000	.1345	.2856
		41 - 60 ปี	.59103*	.21802	.007	.1624	1.0197
	41 - 60 ปี	ต่ำกว่า 20 ปี	-.38101	.21734	.080	-.8083	.0463
		20 - 40 ปี	-.59103*	.21802	.007	-1.0197	-.1624

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

One way

ระดับการศึกษา

Descriptives

ความสำเร็จ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	206	3.7257	.38476	.02681	3.6729	3.7786	3.05	4.95
อนุปริญญา	90	3.6667	.40140	.04231	3.5826	3.7507	2.90	4.80
ปริญญาตรี	100	3.8605	.36281	.03628	3.7885	3.9325	2.95	4.70
สูงกว่าปริญญาตรี	2	3.4500	.49497	.35000	-.9972	7.8972	3.10	3.80
Total	398	3.7448	.38909	.01950	3.7065	3.7832	2.90	4.95

ANOVA

ความสำเร็จ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	2.137	3	.712	4.841	.003
	Unweighted	.088	1	.088	.597	.440
	Linear					
	Term	.713	1	.713	4.845	.028
	Weighted Deviation	1.424	2	.712	4.840	.008
Within Groups		57.965	394	.147		
Total		60.102	397			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ความสำเร็จ

	(I) การศึกษา	(J) การศึกษา	Mean Differenc e (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	ต่ำกว่าปริญญาตรี	อนุปริญญา	.05906	.04846	.686	-.0770	.1951
		ปริญญาตรี	-.13477*	.04675	.041	-.2660	-.0035
		สูงกว่าปริญญาตรี	.27573	.27253	.796	-.4894	1.0409
	อนุปริญญา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.05906	.04846	.686	-.1951	.0770
		ปริญญาตรี	-.19383*	.05573	.008	-.3503	-.0374
		สูงกว่าปริญญาตรี	.21667	.27422	.891	-.5532	.9866
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	.13477*	.04675	.041	.0035	.2660
		อนุปริญญา	.19383*	.05573	.008	.0374	.3503
		สูงกว่าปริญญาตรี	.41050	.27392	.524	-.3586	1.1796
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.27573	.27253	.796	-1.0409	.4894
		อนุปริญญา	-.21667	.27422	.891	-.9866	.5532
		ปริญญาตรี	-.41050	.27392	.524	-1.1796	.3586
LSD	ต่ำกว่าปริญญาตรี	อนุปริญญา	.05906	.04846	.224	-.0362	.1543
		ปริญญาตรี	-.13477*	.04675	.004	-.2267	-.0429
	อนุปริญญา	สูงกว่าปริญญาตรี	.27573	.27253	.312	-.2601	.8115
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.05906	.04846	.224	-.1543	.0362
		ปริญญาตรี	-.19383*	.05573	.001	-.3034	-.0843

	(I) การศึกษา	(J) การศึกษา	Mean Differenc e (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ปริญญตรี		สูงกว่าปริญญตรี	.21667	.27422	.430	-.3224	.7558
		ต่ำกว่าปริญญตรี	.13477*	.04675	.004	.0429	.2267
		อนุปริญญา	.19383*	.05573	.001	.0843	.3034
สูงกว่าปริญญตรี		สูงกว่าปริญญตรี	.41050	.27392	.135	-.1280	.9490
		ต่ำกว่าปริญญตรี	-.27573	.27253	.312	-.8115	.2601
		อนุปริญญา	-.21667	.27422	.430	-.7558	.3224
		ปริญญตรี	-.41050	.27392	.135	-.9490	.1280

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

One Way

อาชีพ

Descriptives

ความสำเร็จ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minim um	Maxi mum
					Lower Bound	Upper Bound		
นักเรียน /นักศึกษา	291	3.7278	.40200	.02357	3.6815	3.7742	2.90	4.95
ธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย	37	3.8703	.39077	.06424	3.7400	4.0006	2.95	4.65
ข้าราชการ /พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	14	3.8036	.45339	.12117	3.5418	4.0654	3.10	4.70
พนักงานบริษัทเอกชน	35	3.7971	.28464	.04811	3.6994	3.8949	3.25	4.30
รับจ้าง	10	3.6950	.24883	.07869	3.5170	3.8730	3.25	4.05
อื่นๆ	11	3.5773	.24735	.07458	3.4111	3.7434	3.05	3.85
Total	398	3.7448	.38909	.01950	3.7065	3.7832	2.90	4.95

ANOVA

ความสำเร็จ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		1.144	5	.229	1.521	.182
Between Groups	Unweighted	.458	1	.458	3.048	.082
	Linear	.000	1	.000	.003	.955
	Weighted Term Deviation	1.144	4	.286	1.901	.110
Within Groups		58.958	392	.150		
Total		60.102	397			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ความสำเร็จ

	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Differen ce (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Sch effe	นักเรียน / นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย	-.14244	.06769	.491	-.3688	.0839
		ข้าราชการ /พนักงาน	-.07574	.10611	.992	-.4306	.2791
		รัฐวิสาหกิจ					
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.06931	.06938	.963	-.3014	.1627
		รับจ้าง	.03284	.12473	1.000	-.3843	.4500
	ธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย	อื่นๆ	.15056	.11912	.901	-.2478	.5490
		นักเรียน /นักศึกษา	.14244	.06769	.491	-.0839	.3688
		ข้าราชการ /พนักงาน	.06670	.12169	.998	-.3403	.4737
		รัฐวิสาหกิจ					
		พนักงานบริษัทเอกชน	.07313	.09144	.986	-.2327	.3790
	ข้าราชการ / พนักงาน	รับจ้าง	.17527	.13822	.900	-.2870	.6375
		อื่นๆ	.29300	.13318	.437	-.1524	.7384
		นักเรียน /นักศึกษา	-.07574	.10611	.992	-.2791	.4306
		ธุรกิจส่วนตัว /ค้าขาย	-.06670	.12169	.998	-.4737	.3403
		พนักงานบริษัทเอกชน	.00643	.12264	1.000	-.4037	.4166
	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง	.10857	.16057	.994	-.4284	.6456
		อื่นๆ	.22630	.15626	.835	-.2963	.7489

	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Differen ce (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
พนักงาน บริษัทเอก ชน		นักเรียน / นักศึกษา	.06931	.06938	.963	-.1627	.3014	
		ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-.07313	.09144	.986	-.3790	.2327	
		ข้าราชการ / พนักงาน	-.00643	.12264	1.000	-.4166	.4037	
		รัฐวิสาหกิจ						
		รับจ้าง	-.10214	.13906	.991	-.3629	.5672	
		อื่นๆ	.21987	.13405	.747	-.2285	.6682	
	Sch effe	รับจ้าง	นักเรียน / นักศึกษา	-.03284	.12473	1.000	-.4500	.3843
			ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-.17527	.13822	.900	-.6375	.2870
			ข้าราชการ / พนักงาน	-.10857	.16057	.994	-.6456	.4284
			รัฐวิสาหกิจ					
พนักงานบริษัทเอกชน			-.10214	.13906	.991	-.5672	.3629	
		อื่นๆ	.11773	.16945	.993	-.4490	.6844	
อื่นๆ		นักเรียน / นักศึกษา	-.15056	.11912	.901	-.5490	.2478	
		ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-.29300	.13318	.437	-.7384	.1524	
		ข้าราชการ / พนักงาน	-.22630	.15626	.835	-.7489	.2963	
		รัฐวิสาหกิจ						
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.21987	.13405	.747	-.6682	.2285		
	รับจ้าง	-.11773	.16945	.993	-.6844	.4490		

	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Differen ce (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
LSD	นักเรียน / นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-.14244*	.06769	.036	-.2755	-.0094
		ข้าราชการ / พนักงาน	-.07574	.10611	.476	-.2844	.1329
		รัฐวิสาหกิจ					
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.06931	.06938	.318	-.2057	.0671
		รับจ้าง	.03284	.12473	.792	-.2124	.2781
	ธุรกิจ ส่วนตัว / ค้าขาย	อื่นๆ	.15056	.11912	.207	-.0836	.3848
		นักเรียน / นักศึกษา	.14244*	.06769	.036	.0094	.2755
		ข้าราชการ / พนักงาน	.06670	.12169	.584	-.1725	.3059
		รัฐวิสาหกิจ					
		พนักงานบริษัทเอกชน	.07313	.09144	.424	-.1067	.2529
	ข้าราชการ / พนักงาน	รับจ้าง	.17527	.13822	.206	-.0965	.4470
		อื่นๆ	.29300*	.13318	.028	.0312	.5548
		นักเรียน / นักศึกษา	.07574	.10611	.476	-.1329	.2844
		ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-.06670	.12169	.584	-.3059	.1725
		พนักงานบริษัทเอกชน	.00643	.12264	.958	-.2347	.2475
	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง	.10857	.16057	.499	-.2071	.4243
		อื่นๆ	.22630	.15626	.148	-.0809	.5335
		นักเรียน / นักศึกษา	.06931	.06938	.318	-.0671	.2057
		ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-.07313	.09144	.424	-.2529	.1067
		ข้าราชการ / พนักงาน	-.00643	.12264	.958	-.2475	.2347
บริษัทเอกชน	รัฐวิสาหกิจ						
	รับจ้าง	.10214	.13906	.463	-.1713	.3755	

	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Differen ce (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
รับจ้าง		อื่นๆ	.21987	.13405	.102	-.0437	.4834
		นักเรียน / นักศึกษา	-.03284	.12473	.792	-.2781	.2124
		ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-.17527	.13822	.206	-.4470	.0965
		ข้าราชการ / พนักงาน	-.10857	.16057	.499	-.4243	.2071
		รัฐวิสาหกิจ					
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.10214	.13906	.463	-.3755	.1713
อื่นๆ		อื่นๆ	.11773	.16945	.488	-.2154	.4509
		นักเรียน / นักศึกษา	-.15056	.11912	.207	-.3848	.0836
		ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-.29300*	.13318	.028	-.5548	-.0312
		ข้าราชการ / พนักงาน	-.22630	.15626	.148	-.5335	.0809
		รัฐวิสาหกิจ					
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.21987	.13405	.102	-.4834	.0437
		รับจ้าง	-.11773	.16945	.488	-.4509	.2154

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

One way

สถานภาพ

Descriptives

ความสำเร็จ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minim um	Maxim um
					Lower Bound	Upper Bound		
					โสด	369		
สมรส	29	3.7293	.30341	.05634	3.6139	3.8447	3.10	4.55
Total	398	3.7448	.38909	.01950	3.7065	3.7832	2.90	4.95

ANOVA

ความสำเร็จ

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			.008	1	.008	.050	.824
Between Groups	Linear Term	Unweighte d	.008	1	.008	.050	.824
		Weighted	.008	1	.008	.050	.824
		Within Groups	60.094	396	.152		
Total			60.102	397			

One way

รายได้ต่อเดือน

Descriptives

ความสำเร็จ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	266	3.6865	.39442	.02418	3.6388	3.7341	2.90	4.95
10,001-20,000 บาท	121	3.8719	.34664	.03151	3.8095	3.9343	2.95	4.65
20,001-30,000 บาท	11	3.7591	.39926	.12038	3.4909	4.0273	3.10	4.70
Total	398	3.7448	.38909	.01950	3.7065	3.7832	2.90	4.95

ANOVA

ความสำเร็จ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		2.862	2	1.431	9.875	.000
Between Groups	Linear	.056	1	.056	.384	.536
	Term	2.166	1	2.166	14.945	.000
	Deviation	.696	1	.696	4.806	.029
Within Groups		57.240	395	.145		
Total		60.102	397			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ความสำเร็จ

	(I) รายได้ต่อเดือน	(J) รายได้ต่อเดือน	Mean Differenc e (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Scheffe	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,001-20,000 บาท	10,001-20,000 บาท	-.18543*	.04174	.000	-.2880	-.0829
	10,000 บาท	20,001-30,000 บาท	-.07262	.11713	.825	-.3604	.2152
	10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	.18543*	.04174	.000	.0829	.2880
	10,000 บาท	20,001-30,000 บาท	.11281	.11988	.643	-.1817	.4074
	20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	.07262	.11713	.825	-.2152	.3604
	10,001-20,000 บาท	10,001-20,000 บาท	-.11281	.11988	.643	-.4074	.1817
LSD	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	-.18543*	.04174	.000	-.2675	-.1034
	10,000 บาท	20,001-30,000 บาท	-.07262	.11713	.536	-.3029	.1576
	10,001-20,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	.18543*	.04174	.000	.1034	.2675
	10,000 บาท	20,001-30,000 บาท	.11281	.11988	.347	-.1229	.3485
	20,001-30,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	.07262	.11713	.536	-.1576	.3029
	10,001-20,000 บาท	10,001-20,000 บาท	-.11281	.11988	.347	-.3485	.1229

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ด้านกระบวนการ, ด้านราคา, ด้านบุคลากร, ด้านส่งเสริมการตลาด, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการจัดจำหน่าย, ด้านลักษณะทางกายภาพ ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ความสำเร็จ

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.801 ^a	.642	.635	.23504	1.938

a. Predictors: (Constant), ด้านกระบวนการ, ด้านราคา, ด้านบุคลากร, ด้านส่งเสริมการตลาด, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการจัดจำหน่าย, ด้านลักษณะทางกายภาพ

b. Dependent Variable: ความสำเร็จ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.557	7	5.508	99.705	.000 ^b
	Residual	21.545	390	.055		
	Total	60.102	397			

a. Dependent Variable: ความสำเร็จ

b. Predictors: (Constant), ด้านกระบวนการ, ด้านราคา, ด้านบุคลากร, ด้านส่งเสริมการตลาด, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการจัดจำหน่าย, ด้านลักษณะทางกายภาพ

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.895	.115	7.791	.000		
	ด้านผลิตภัณฑ์	.140	.034	4.144	.000	.435	2.299
	ด้านราคา	-.015	.035	-.427	.669	.488	2.051
	ด้านการจัดจำหน่าย	.081	.040	.099	.047	.377	2.653
	ด้านส่งเสริมการตลาด	.115	.039	2.971	.003	.425	2.355
	ด้านบุคลากร	.036	.035	1.025	.306	.442	2.262
	ด้านลักษณะทางกายภาพ	.182	.039	4.648	.000	.361	2.771
	ด้านกระบวนการ	.199	.038	5.226	.000	.381	2.621

a. Dependent Variable: ความสำเร็จ

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions							
				(Constant)	ด้านผลิตภัณ์ท์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
1		7.953	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.010	27.552	.40	.02	.14	.00	.00	.11	.09	.04
	3	.009	29.183	.40	.21	.16	.03	.01	.05	.03	.02
	4	.008	32.479	.10	.40	.05	.04	.02	.16	.04	.18
	5	.006	37.541	.02	.11	.11	.07	.61	.05	.03	.15
	6	.005	38.925	.04	.20	.18	.10	.18	.53	.11	.00
	7	.005	40.682	.03	.05	.37	.60	.08	.07	.09	.05
	8	.004	43.899	.00	.01	.00	.17	.10	.03	.60	.55

a. Dependent Variable: ความสำเร็จ

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.1088	4.5845	3.7448	.31164	398
Residual	-.74833	1.47226	.00000	.23296	398
Std. Predicted Value	-2.041	2.694	.000	1.000	398
Std. Residual	-3.184	6.264	.000	.991	398

a. Dependent Variable: ความสำเร็จ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวพรทิพย์ ตัสโต
วัน เดือน ปีเกิด	18 เมษายน 2543
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 111/59 หมู่ที่ 1 ตำบลวังไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 86000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2561	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
พ.ศ. 2563	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
พ.ศ. 2563	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร คณะบริหารธุรกิจ