

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชน
ในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก
FACTORS RELATED TO PEOPLE'S CHOICE OF CAFE SERVICE IN MUEANG PHITSANULOK
DISTRICT PHITSANULOK PROVINCE

Received: 30/12/2565

Revised: 26/06/2566

Accepted: 28/06/2566

ชญาดา ไตรปิฎก¹ และพิษณุ อภิสมาจารย์โยธิน¹

Chayada Taipidok¹ and Phitsanu Aphisamacharayothin²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการตัดสินใจและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 384 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติไคสแควร์ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกพบว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ เพศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9 อายุส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 โดยรายได้ต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่างคือ 1,000 บาท และสูงสุดคือ 50,000 บาท ความชื่นชอบส่วนใหญ่นานๆไปครั้ง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38. 2) ปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยด้านการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการคาเฟ่อยู่ในระดับมากโดยมีค่า $\bar{X} = 4.52$ (S.D. = 0.596) ที่ประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา บรรยากาศ สถานที่ บุคลากรและการให้บริการ และการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากโดยมีค่า $\bar{X} = 4.10$, 4.24 , 4.03 , 3.85 , 3.26 และ 3.58 ตามลำดับ (S.D. = 0.715 , 0.683 , 0.713 , 0.786 , 0.538 และ 0.859 ตามลำดับ) 3) การเลือกใช้บริการคาเฟ่ของ

¹นิสิตสาขาพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

¹Bheaclor ภาควิชา of Arts Social Development Program, Faculty of Social Sciences, Naresuan University

²อาจารย์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

²Lecturer, Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Social Sciences, Naresuan University

ประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเลือกใช้บริการคาเฟ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่า $\bar{X} = 4.07$ (S.D. = 0.550) 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก พบว่าความสัมพันธ์ของเพศและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกไม่มีความสัมพันธ์กัน อายุ พบว่าความสัมพันธ์ของอายุและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกไม่มีความสัมพันธ์กัน รายได้ต่อเดือน พบว่า ความสัมพันธ์ของรายได้ต่อเดือนและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกไม่มีความสัมพันธ์กัน และความชื่นชอบ พบว่าความสัมพันธ์ของความชื่นชอบและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกมีความสัมพันธ์กัน 5) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตัดสินใจและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก พบว่าปัจจัยด้านการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.062$)

คำสำคัญ : ร้านกาแฟ , การเลือกใช้บริการ , ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ , ปัจจัยด้านการตัดสินใจ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study demographic factors and decision-making factors in choosing to use cafe service of people in Mueang Phitsanulok District. Phitsanulok Province 2) To study the selection of cafe service of people in Mueang Phitsanulok District Phitsanulok Province 3) to study the relationship between demographic factors Decision factors and choosing to use cafe service of people in Mueang Phitsanulok District Phitsanulok Province by using a quantitative research by collecting data from questionnaires with a sample group including people in Mueang Phitsanulok District Phitsanulok Province, aged 20 years and over, 384 people using multistage randomization and data analysis using frequency, percentage, mean, standard deviation. Kai Square Statistics and Pearson's correlation coefficient.

The results showed that 1) Demographic factors of people in Mueang Phitsanulok District Phitsanulok Province found that The sample group in this research Most sexes were female, 230 people accounted for 59.9%, most were aged 20-25 years, 233 people accounted for 60.7%. Most of their monthly income was 5,000-10,000 baht, 216 people accounted for percent. 56.3 The lowest income of the sample group is 1,000 baht and the highest is 50,000 baht. Most of the likes are infrequently, 148 people representing 38.2 percent. Phitsanulok Phitsanulok Province found that The sample group had a high level

of deciding factor in choosing a cafe with a value $\bar{X}$ = 4.52 (S.D. = 0.596) consisting of products, prices, atmosphere, location, personnel and services. and the promotion was at a high level with values $\bar{X}$ = 4.10 , 4.24 , 4.03 , 3.85 , 3.26 and 3.58 respectively (SD = 0.715 , 0.683 , 0.713 , 0.786 , 0.538 and 0.859 respectively) 3) the selection of cafe service. of people in Mueang Phitsanulok District Phitsanulok Province found that the sample group had a high level of cafe selection, with a value $\bar{X}$ = 4.07 (S.D. = 0.550). 4) The relationship between demographic factors and the choice of cafe service among the people in Mueang Phitsanulok District. Phitsanulok Province Gender It was found that the relationship of sex and the choice of cafe service among the people in Mueang Phitsanulok District Phitsanulok Province had no relationship with age. It was found that the relationship between age and the choice of cafe service among people in Mueang Phitsanulok District Phitsanulok Province has no relationship. Monthly income It was found that our relationship with monthly income and the choice of cafe service of people in Mueang Phitsanulok District Phitsanulok Province has no relationship. and liking. It was found that the relationship of liking and choosing to use the cafe service of the people in Mueang Phitsanulok District 5) The relationship between decision-making factors and the choice of cafe service among people in Mueang Phitsanulok District. Phitsanulok Province It was found that the decision-making factor was positively correlated with the choice of cafe service. statistically significant at the 0.01 level ($r = 0.062$).

Keywords: Cafes , Service Selection , Demographic Factors , Decision Factors

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง เป็นเพราะไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในสังคมที่ปรับเปลี่ยนไป แม้ว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจะเห็นว่าเศรษฐกิจยังคงชะลอตัว ธุรกิจร้านอาหารในฐานะข้อมูลของ Wong Nai มีอัตราการเติบโตสูงขึ้น 40% ระหว่างปี 2018-2019 แต่หากย้อนดูสถิติในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีร้านอาหารที่เปิดใหม่เพียงไม่กี่ % เท่านั้นที่อยู่รอด และมีการเปิด-ปิดร้านอาหารหลายร้อยร้านในทุกสัปดาห์ โดยมีจำนวนร้านอาหารเปิดใหม่ทั้งหมดในปี 2019 พุ่งเป็น 70,149 ร้าน โตถึง 97% โดย 5 ประเภทของร้านอาหารที่ยอดนิยมเปิดใหม่ในปี 2019 ได้แก่ อันดับ 1) ร้านกาแฟ & คาเฟ่ มีร้านเปิดใหม่จำนวน 17,000 ร้าน มีการเติบโต 81% 2)อาหารไทย & อาหารตามสั่ง มีร้านเปิดใหม่จำนวน16,000 ร้าน มีการเติบโต 111% 3)ก๋วยเตี๋ยว มีร้านเปิดใหม่จำนวน 5,700 ร้าน มีการเติบโต 58% 4)อาหารอีสาน มีร้านเปิดใหม่จำนวน 4,000 ร้าน มีการเติบโต 82% 5) สตรีทฟู้ดมีร้านอาหารเปิดใหม่จำนวน 3,800 ร้าน มีการเติบโต 58% (Wong Nai,2563)

การเข้าใช้บริการคาเฟ่มีหลากหลายเหตุผลที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละบุคคลซึ่งเหตุผลของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการคาเฟ่ ส่วนใหญ่ 76.7% เข้าใช้บริการคาเฟ่เพราะใช้ร้านคาเฟ่เป็นสถานที่นัดพบเพื่อพูดคุยธุระและใช้ร้านคาเฟ่เป็นสถานที่คอยเพื่อน 20.9% ผู้บริโภคเข้าใช้บริการคาเฟ่เพราะต้องการไปทานกาแฟที่ร้านคาเฟ่โดยเฉพาะ และอีก 2.4 % ผู้บริโภคเข้าใช้บริการคาเฟ่ด้วยเหตุผลอื่นๆ เช่น ไปนั่งทำงาน ไปเที่ยว ไปพักผ่อน ไปถ่ายภาพ เป็นต้น การบริโภคกาแฟเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ผู้บริโภคนั้นเลือกที่จะเข้าไปใช้บริการร้านคาเฟ่ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดมีกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็คือ เพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี เป็นช่วงกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา และช่วงวัยทำงาน ที่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,000 -20,000 บาท/เดือน พฤติกรรมการบริโภคกาแฟนั้นจะมีลักษณะการใช้บริการแบบไม่แน่วมนอนเป็นส่วนใหญ่ และมีการใช้บริการการบริโภคกาแฟอยู่ที่ประมาณ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์รองลงมา (ไพลิน บรรพโต, 2556)

เนื่องจากจังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่อยู่ระหว่างภาคเหนือตอนล่างกับภาคกลางตอนบนทำให้จังหวัดพิษณุโลกนั้นมีประชากรอยู่จำนวนไม่น้อยและมีพื้นที่การค้าขายที่ดีทำให้ร้านคาเฟ่ต่างๆภายในจังหวัดพิษณุโลกมีเยอะและเป็นที่นิยมมาก เนื่องจากที่จังหวัดพิษณุโลกมีมหาวิทยาลัยหลายแห่งและมีโรงเรียนหลายแห่งทำให้กลุ่มนักเรียนนักศึกษานิยมเข้าใช้บริการคาเฟ่กันมาก ดังนั้นจึงเป็นจังหวัดที่น่าสนใจ จากที่ผู้วิจัยสำรวจเบื้องต้นที่ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกก็มีร้านคาเฟ่จำนวนไม่น้อยกว่า 20 ร้านและผู้คนมากกว่า 90% มีความชื่นชอบในการไปคาเฟ่ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

ธุรกิจร้านคาเฟ่ถึงแม้จะเป็นที่นิยมในสังคมของผู้คนสมัยใหม่ที่ดูเหมือนว่าเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคงเพราะคาเฟ่เป็นสถานที่ที่นิยมของคนส่วนมากในสังคม แต่เนื่องด้วยการแข่งขันทางการตลาดที่สูง จึงไม่ใช่เรื่องง่ายที่ผู้ประกอบการคาเฟ่ทุกคนที่จะประสบความสำเร็จ ซึ่งอัตราเฉลี่ยของธุรกิจร้านคาเฟ่ที่มีอยู่อยู่รอดเพียง 20% เท่านั้น ส่วนอีก 80% ต้องปิดตัวไปหรือเรียกง่ายๆว่าเจ๊ง เนื่องจากปัญหาอะไรก็ตามแต่ เมื่อศึกษาถึงปัญหาหลักที่สำคัญที่ธุรกิจคาเฟ่ไปไม่รอดหรือต้องปิดตัวไปก็พบว่าปัญหานั้น คือ 1) ผู้ประกอบการขาดความรู้เนื่องจากคาเฟ่เป็นที่นิยมมากในสังคมนักลงทุนบางคนจึงสนใจที่จะเปิดคาเฟ่ตามกระแสของสังคมแต่ไม่ได้มีการศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการเปิดธุรกิจคาเฟ่โดยตรงทำให้เป็นสาเหตุให้ธุรกิจคาเฟ่ไปไม่รอด 2) ทำเลที่ตั้ง การจะเปิดธุรกิจคาเฟ่ที่ทำเลที่ตั้งมีความสำคัญมากเช่นเดียวกัน เมื่อมีทำเลที่ตั้งดีก็มีส่วนอย่างมากที่จะให้ธุรกิจคาเฟ่ไปรอด 3) รสชาติ ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากที่จะทำให้ธุรกิจคาเฟ่มีฐานลูกค้าและมีความมั่นคง เพราะผู้คนบางส่วนที่เข้าใช้บริการคาเฟ่มีเหตุผลคือไปทานกาแฟ ดังนั้นการรักษามาตรฐานในเรื่องของรสชาติจึงเป็นสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าเข้าใช้บริการคาเฟ่อยู่เสมอ และมีเหตุผลอื่นๆอีกมากมายที่ทำให้ธุรกิจคาเฟ่ต้องเจ๊งหรือปิดตัวไป

ดังนั้นการที่จะทำให้ธุรกิจคาเฟ่ของผู้ประกอบการดำรงกิจการต่อไปได้ จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคเพื่อทำให้ทราบถึงความต้องการหลักและการตัดสินใจของผู้บริโภคในการที่จะเลือกใช้บริการคาเฟ่ในแต่ละครั้ง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญที่จะให้ธุรกิจคาเฟ่ดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างมั่นคง

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลกจังหวัดพิษณุโลก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการตัดสินใจและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลกจังหวัดพิษณุโลกที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวนคน 142,682 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลกจังหวัดพิษณุโลก ที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป จำนวน 384 คน ซึ่งการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) จากสูตรของ (Krejcie & Morgan , 1970)

ดังนั้นเกณฑ์คัดเข้า คือ ประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลกจังหวัดพิษณุโลกที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปที่เคยไปใช้บริการคาเฟ่ และเกณฑ์คัดออกคือผู้ที่ตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ ไม่สะดวกตอบแบบสอบถามจนแล้วเสร็จและผู้ที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาไทยได้

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

- 1.แบบสอบถามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นคำถามแบบ Check list จำนวน 3 ข้อคือ เพศ อายุ และความชื่นชอบ และคำถามแบบ Short Answer จำนวน 1 ข้อ คือ รายได้ต่อเดือน
- 2.แบบสอบถามปัจจัยด้านการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่เป็นแบบ Rating Scales 5 ระดับ ซึ่งแบ่งเป็น 6 ด้าน รวมเป็นจำนวนทั้งหมด 31 ข้อ
- 3.แบบสอบถามการเลือกใช้บริการคาเฟ่เป็นแบบ Rating Scales 5 ระดับจำนวน 15 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

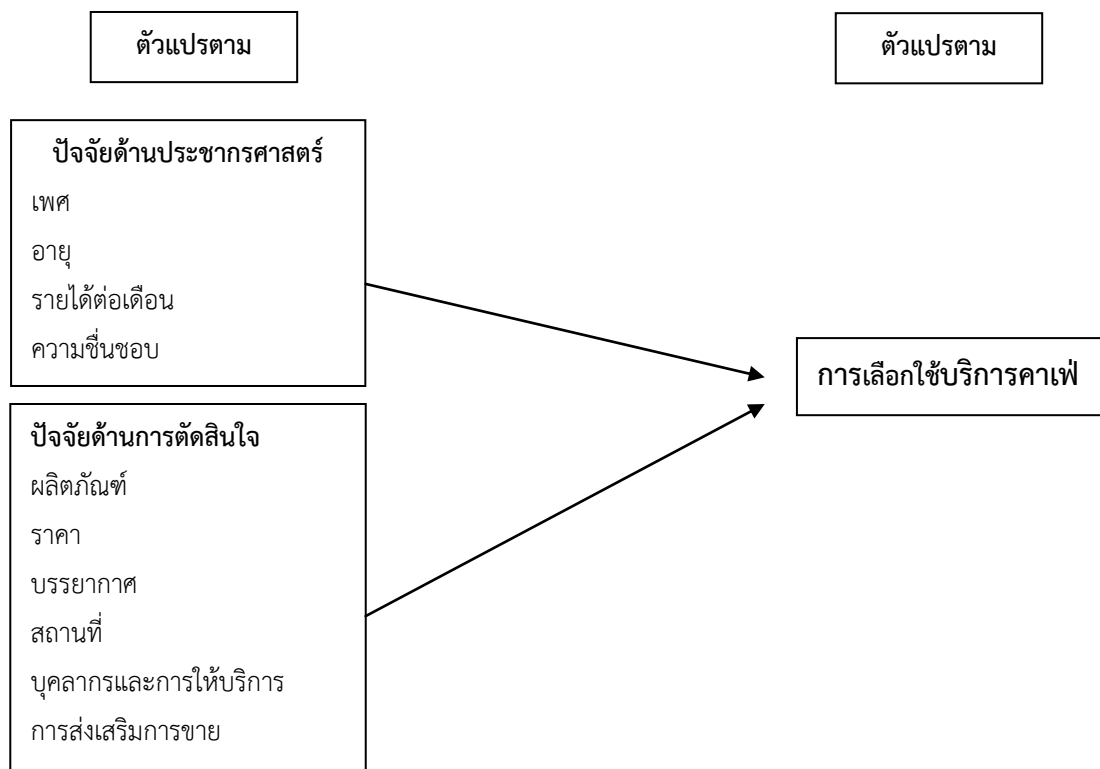
แบบสอบถาม ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก

1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนออาจารย์ ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ครบถ้วนของเนื้อหาในประเด็นและสาระสำคัญตรงตามประเด็นสำคัญที่ต้องการวัด รวมทั้งความเหมาะสมของสำนวนภาษาและปรับปรุงแก้ไข แล้วหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Objective Congruence หรือ IOC)โดยต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

- 1) การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์สถิติใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
- 2) การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตัดสินใจ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
- 3) การวิเคราะห์การเลือกใช้บริการคาเฟ่ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
- 4) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square)
- 5) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตัดสินใจกับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

กรอบแนวคิด



ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่และปัจจัยด้านการตัดสินใจ ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยการตัดสินใจกับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก พบว่า

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9 เพศชาย จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมา มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 มีอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีอายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และมีอายุระหว่าง 41-45 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6 โดยรายได้ต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่างคือ 1,000 บาท และสูงสุดคือ 50,000 บาท

ความถี่ในการไปร้าน พบว่า ส่วนใหญ่นานๆ ไปครั้ง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ไปสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 ไปสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 ไปทุกวัน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (n = 384)		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	154	40.10
	หญิง	230	59.90
	รวม	384	100.00
อายุ	20 – 25 ปี	233	60.70
	26 – 30 ปี	91	23.70
	31 – 35 ปี	38	9.90
	36 – 40 ปี	10	2.60

วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม-มิถุนายน 2566)

41 – 45 ปี	3	0.80
46 – 50 ปี	4	1.00
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	5	1.30
รวม	384	100.00
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	23	6.00
5,000 – 10,000 บาท	216	56.30
มากกว่า 10,000 บาท	145	37.80
(Minimum = 1,000 บาท ; Maximum = 50,000 บาท)		
รวม	384	100.00
มีความชื่นชอบในการไปคาเฟ่		
ไปทุกวัน	62	16.10
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	67	17.40
ไปสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	107	27.90
นานๆไปครั้ง	148	38.50
รวม	384	100

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตัดสินใจ

โดยปัจจัยด้านการตัดสินใจได้แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบรรยากาศ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากรและการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการขาย ผลดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.715) ซึ่งหากพิจารณารายข้อคำถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ คุณภาพของวัตถุดิบ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มต่างๆ ความน่าสนใจและความแปลกใหม่ของเมนูต่างๆ มีเมนูให้เลือกหลากหลาย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 , 4.10 , 3.85 และ 3.83 ตามลำดับ (S.D. = 0.864 , 0.715 , 0.887 และ 0.904 ตามลำดับ) รองลงมาคือ ความสวยงามของภาชนะ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 (S.D. =1.159) (ดังตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตัดสินใจ ในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
คุณภาพของวัตถุดิบ	4.28	0.864	มาก
รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มต่างๆ	4.10	0.715	มาก
ความน่าสนใจและความแปลกใหม่ของเมนูต่างๆ	3.85	0.887	มาก

มีเมนูให้เลือกหลากหลาย	3.83	0.904	มาก
ความสวยงามของภาชนะ	2.91	1.159	ปานกลาง
เฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.10	0.715	มาก

2.1 ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญราคาในการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (S.D. = 0.683) ซึ่งหากพิจารณารายข้อคำถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ราคาที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ ราคาที่มีความเหมาะสมกับบรรยากาศของร้าน มีป้ายระบุราคาชัดเจน และมีหลากหลายราคาให้เลือกตามขนาดของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 , 4.27 , 4.25 และ 3.77 ตามลำดับ (S.D. = 0.827 , 0.812 , 0.825 และ 0.967 ตามลำดับ) (ดังตารางที่ 2.2)

ตารางที่ 2.2 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตัดสินใจ ในด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
ราคาที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ	4.31	0.827	มาก
ราคาที่มีความเหมาะสมกับบรรยากาศของร้าน	4.27	0.812	มาก
มีป้ายระบุราคาชัดเจน	4.25	0.825	มาก
มีหลากหลายราคาให้เลือกตามขนาดของผลิตภัณฑ์	3.77	0.967	มาก
เฉลี่ยปัจจัยด้านราคา	4.24	0.683	มาก

2.2 ด้านบรรยากาศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญบรรยากาศในการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. = 0.713) ซึ่งหากพิจารณารายข้อคำถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ การตกแต่งร้าน/ความสวยงามของร้าน บรรยากาศร่มรื่น ปลอดภัยสะอาดภายในร้าน และบริเวณร้าน และมีความเป็นส่วนตัว ไม่มีเสียงดังรบกวน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 , 4.26 , 4.25 และ 4.01 ตามลำดับ (S.D. = 0.777 , 0.765 , 0.738 และ 0.803 ตามลำดับ) (ดังตารางที่ 2.3)

ตารางที่ 2.3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตัดสินใจ ในด้านบรรยากาศ

ด้านบรรยากาศ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
การตกแต่งร้าน ความสวยงามของร้าน	4.45	0.777	มาก
บรรยากาศร่มรื่น ปลอดภัย	4.26	0.765	มาก

ความสะอาดภายในร้านและบริเวณร้าน	4.25	0.738	มาก
มีความเป็นส่วนตัว ไม่มีเสียงดังรบกวน	4.01	0.803	มาก
เฉลี่ยปัจจัยด้านบรรยากาศ	4.03	0.713	มาก

2.3 ด้านสถานที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสถานที่ในการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 (S.D. = 0.786) ซึ่งหากพิจารณารายข้อคำถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ สถานที่ที่ตั้งมีความปลอดภัย/ไม่มีดัดแปลง ทำเลที่ตั้งของคาเฟ่มีความเหมาะสมการจัดสรรที่นั่งภายในร้านมีความสะดวกสบาย เส้นทางมีความสะดวกในการเดินทาง มีการจัดสรรที่นั่งเพียงพอต่อการให้บริการ มีการทำความสะอาดและดูแลสถานที่บริเวณร้านอยู่เสมอ และมีที่จอดรถที่เพียงพอและกว้างขวางอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 , 4.06 , 4.04 , 4.02 , 4.02 และ 3.94 ตามลำดับ (S.D. = 0.849 , 0.804 , 0.776 , 0.778, 0.795, 0.809 และ 0.786 ตามลำดับ) (ดังตารางที่ 2.4)

2.4 ด้านบุคลากรและการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญบุคลากรและการให้บริการในการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 (S.D. = 0.538) ซึ่งหากพิจารณารายข้อคำถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ความสุภาพ กิริยามารยาทของพนักงาน บุคลิกภาพ การแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสม มีความรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ พนักงานมีทักษะการสื่อสาร ในการอธิบายหรือแนะนำข้อมูลให้กับลูกค้า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 , 3.91 , 3.74 , 3.73 , ตามลำดับ (S.D. = 0.849 , 0.804 , 0.776 , 0.778, 0.795, 0.809 และ 0.786 ตามลำดับ) (ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตัดสินใจ ในด้านบุคลากรและการให้บริการ

ด้านบุคลากรและการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
ความสุภาพ กิริยามารยาทของพนักงาน	3.94	0.862	มาก
บุคลิกภาพ การแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสม	3.91	0.811	มาก
พนักงานมีการบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	3.74	0.885	มาก
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.73	0.871	มาก
มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.59	0.884	มาก
พนักงานมีทักษะการสื่อสาร ในการอธิบายหรือแนะนำข้อมูลให้กับลูกค้า	3.53	0.899	มาก
พนักงานมีความดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	3.40	0.821	ปานกลาง
เฉลี่ยปัจจัยด้านบุคลากรและการให้บริการ	3.26	0.538	ปานกลาง

2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญการส่งเสริมการขายในการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (S.D. = 0.859) ซึ่งหากพิจารณารายข้อคำถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ มีการโปรโมทประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (S.D. = 0.859) รองลงมาคือ มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาสำหรับลูกค้า มีระบบสมาชิกหรือสะสมยอดซื้อ มีการจัดโปรโมชั่นแถมของสำหรับลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 , 3.41 และ 3.35 ตามลำดับ (S.D. = 1.042 , 1.043 และ 1.119 ตามลำดับ) (ดังตารางที่ 2.6)

ตารางที่ 2.6 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตัดสินใจ ในด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการขาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
มีการโปรโมทประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.58	0.859	มาก
มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาสำหรับลูกค้า	3.42	1.042	ปานกลาง
มีระบบสมาชิกหรือสะสมยอดซื้อ	3.41	1.043	ปานกลาง
มีการจัดโปรโมชั่นแถมของสำหรับลูกค้า	3.35	1.119	ปานกลาง
เฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	3.58	0.859	มาก

ผลการศึกษาการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลกจังหวัดพิษณุโลก พบว่า การเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเลือกใช้บริการคาเฟ่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.07 (S.D. = 0.550) ซึ่งหากพิจารณารายข้อคำถามพบว่า เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะคุณภาพและรสชาติ เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะความสวยงามของร้าน/การตกแต่งร้าน เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะบรรยากาศภายในร้าน เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะความสะอาดภายในร้านและบริเวณร้าน เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะราคามีความเหมาะสมกับบรรยากาศของร้าน เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีการทำความสะอาดภายในร้านและบริเวณร้านอยู่เสมอ เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีการโปรโมทประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆเลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีเมนูเครื่องดื่มและอาหารที่หลากหลายให้บริการเลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีราคาที่เหมาะสม เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีการจัดสรรที่นั่งภายในร้าน เพียงพอต่อการรองรับลูกค้า เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะเดินทางสะดวก เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีความรวดเร็วในการให้บริการ เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะพนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน และเลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะบุคลิภาพของพนักงานและการให้บริการ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย = 4.41 ,

4.35 , 4.32 , 4.27 , 4.24 , 4.18 , 4.11 , 4.10 , 4.07 , 4.05 , 3.99 , 3.84, 3.82 และ 3.77 ตามลำดับ (S.D. = 0.780 ,0.800 , 0.790 , 0.773 , 0.805 , 0.747 , 0.899 , 0.716 , 0.550 , 0.747 , 0.801 , 0.864 , 0.855 และ 0.869 ตามลำดับ) และรองลงมาคือเลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีการจัดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย = 4.07 (S.D. = 0.550) (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกใช้บริการคาเฟ่

การเลือกใช้บริการคาเฟ่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะคุณภาพและรสชาติ	4.41	0.780	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะ ความสวยงามของร้าน/ การตกแต่งร้าน	4.35	0.800	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะบรรยากาศภายในร้าน	4.32	0.790	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะความสะอาดภายในร้าน และบริเวณร้าน	4.27	0.773	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะราคามีความเหมาะสมกับ บรรยากาศของร้าน	4.24	0.805	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีการทำความสะอาด ภายในร้านและบริเวณร้านอยู่เสมอ	4.18	0.747	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีการโปรโมท ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	4.11	0.899	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีเมนูเครื่องดื่มและ อาหารที่หลากหลายให้บริการ	4.10	0.716	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีราคาที่เหมาะสม	4.07	0.550	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีการจัดสรรที่นั่งภายใน ร้าน เพียงพอต่อการรองรับลูกค้า	4.05	0.747	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะเดินทางสะดวก	3.99	0.801	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีความรวดเร็วในการ ให้บริการ	3.84	0.864	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะพนักงานดูแลเอาใจใส่ ลูกค้าและบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	3.82	0.855	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะบุคลิกภาพของพนักงาน และการให้บริการ	3.77	0.869	มาก
เลือกใช้บริการคาเฟ่เพราะมีการจัดโปรโมชั่นสำหรับ	3.38	1.110	ปานกลาง

การเลือกใช้บริการคาเฟ่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
ลูกค้า			
เฉลี่ยการเลือกใช้บริการคาเฟ่	4.07	0.550	มาก

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก พบว่า

เพศ พบว่าความสัมพันธ์ของเพศและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกไม่มีความสัมพันธ์กัน เพราะค่า $\text{sig} = 0.309$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05

อายุ พบว่า ความสัมพันธ์ของอายุและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกไม่มีความสัมพันธ์กัน เพราะค่า $\text{sig} = 0.397$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05

รายได้ต่อเดือน พบว่า ความสัมพันธ์ของรายได้ต่อเดือนและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกไม่มีความสัมพันธ์กัน เพราะค่า $\text{sig} = 0.194$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05

ความชื่นชอบ พบว่า ความสัมพันธ์ของความชื่นชอบและการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลกมีความสัมพันธ์กัน เพราะค่า $\text{sig} = 0.032$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่4 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่

ปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ (n=384)	การเลือกใช้บริการคาเฟ่			รวม	$\bar{X}$	p-value
	น้อย ที่สุด/ น้อย	ปาน กลาง	มาก/มาก ที่สุด			
เพศ					2.348	0.309
เพศชาย	2 (0.52%)	25 (6.51%)	127 (33.07%)	154 (40.10%)		
เพศหญิง	3 (0.78%)	25 (6.51%)	202 (52.60%)	230 (59.90%)		
อายุ						
20 – 25 ปี	5 (1.30%)	38 (9.90%)	190 (49.48%)	233 (60.68%)		

วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม-มิถุนายน 2566)

26 – 30 ปี	0 (0.00%)	10 (2.60%)	81(21.10%)	91(23.70%)	12.629	0.397
31 – 35 ปี	0 (0.00%)	1 (0.26%)	37 (9.64%)	38 (9.90%)		
36 – 40 ปี	0 (0.00%)	0 (0.00%)	10 (2.60%)	10 (2.60%)		
41 – 45 ปี	0 (0.00%)	0 (0.00%)	3 (0.78%)	3 (0.78%)		
46 – 50 ปี	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4 (1.04%)	4 (1.04%)		
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	0 (0.00%)	1 (0.26%)	4 (1.04%)	5 (1.30%)		
รายได้ต่อเดือน					6.071	0.194
ต่ำกว่า 5,000 บาท	0 (0.00%)	4 (1.04%)	19 (4.95%)	23 (5.99%)		
5,000 – 10,000 บาท	4 (1.04%)	34 (8.85%)	178 (46.36%)	216 (56.25%)		
มากกว่า 10,000 บาท	1 (0.26%)	12 (3.13%)	132 (34.38%)	145 (37.76%)		
ความถี่ขึ้นชอบ					13.816	0.032*
ไปทุกวัน	1 (0.26%)	11 (2.86%)	50 (13.02%)	62 (16.15%)		
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	0 (0.00%)	5 (1.30%)	62 (16.15%)	67 (17.45%)		
ไปสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	0 (0.00%)	8 (2.08%)	99 (25.78%)	107 (27.86%)		
นานๆไปครั้ง	4 (1.04%)	26 (6.77%)	118 (30.72%)	148 (38.54%)		

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตัดสินใจกับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ปัจจัยด้านการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.062$) (ดังตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตัดสินใจกับการเลือกใช้บริการคาเฟ่

ตัวแปร	ปัจจัยด้านการตัดสินใจ (X)
r	0.602**
การเลือกใช้บริการคาเฟ่ (P-value) (y)	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บทสรุป

จากผลการวิจัย สามารถนำมาสรุปตามวัตถุประสงค์วิจัยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 230 คน (คิดเป็นร้อยละ 59.9) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี จำนวน 233 คน (คิดเป็นร้อยละ 60.7) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 216 คน (คิดเป็นร้อยละ 56.3) โดยรายได้ต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่างคือ 1,000 บาท และสูงสุดคือ 50,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชื่นชอบคือนานๆไปครั้ง จำนวน 148 คน (คิดเป็นร้อยละ 38) และปัจจัยด้านการตัดสินใจของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับมาก การเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D. = 0.550)

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก พบว่า เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก

แต่ความชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตัดสินใจกับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ของประชาชนในอำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก พบว่าปัจจัยด้านการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเลือกใช้บริการคาเฟ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.602$)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) ผู้ประกอบการคาเฟ่ควรให้ความสำคัญในเรื่องของราคา ผลิตภัณฑ์ และบรรยากาศ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจไปใช้บริการคาเฟ่
- 2) ผู้ประกอบการคาเฟ่ควรศึกษาและทำความเข้าใจกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากที่สุดและเพื่อความมั่นคง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรศึกษารูปแบบการปรับตัวของคาเฟ่ในสังคมสมัยใหม่ที่มีช่องทางการขายผ่านระบบออนไลน์และ Delivery

เอกสารอ้างอิง

- ไพลิน บรรพโต. (2556). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจต่อร้านกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ: กรุงเทพฯ.
- ทรงศพร ลีลอย. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่ง*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ: กรุงเทพฯ.
- ชนัญญา ศรีลลิตา. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร: กรุงเทพฯ.
- อริศรา พร้อมแก้ว. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านบ้านแก้วกาแฟอำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด*. มหาวิทยาลัยบูรพา: ชลบุรี.
- เดือนเพชร วิชุลดา. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกาแฟร้านกาแฟอินทนิลในสถานบริการน้ำมันบางจากของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง. (2564). *ศึกษาจำนวนประชากรในอำเภอเมืองพิษณุโลกจังหวัดพิษณุโลกอายุที่ 20 ปีขึ้นไป*. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2564, จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/view>
- MGR Online. (2558). *ไซเคิลล์ลับทำ "ร้านกาแฟ" ให้สำเร็จ*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://mgronline.com/smes/detail/9580000088570>
- Wong Nai. (2563). *การศึกษารัฐกิจร้านอาหารที่ยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง สถิติร้านอาหารปี 2019*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.brandage.com/article/16993/Food-2019%20>