

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(ค)
กิตติกรรมประกาศ.....	(จ)

บทที่

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	2
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.6 ขอบเขตในการวิจัย.....	3
1.7 ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
1.8 นิยามคำศัพท์.....	4
1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5

2. แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล.....	6
2.2 ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด.....	8
2.3 ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ.....	9
2.4 ส่วนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	15
3.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	16
3.3 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
3.4 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	18

4. ผลการวิจัย	
4.1 ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา.....	23
4.2 ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน.....	37
5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	45
5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ ความต้องการใช้บริการร้านกาแฟเมซอนสาขาลงสวนของผู้บริโภค.....	45
5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้บริการร้านกาแฟเมซอน สาขาลงสวนของผู้บริโภค.....	45
5.4 การทดสอบสมมติฐาน.....	46
5.5 อภิปรายผลการวิจัย.....	47
5.6 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้.....	47
5.7 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	48
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม.....	56

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	23
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	23
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	24
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	24
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	25
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	25
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอนสาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์.....	26
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอนสาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านราคา.....	27
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอนสาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	28
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอนสาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	29
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอนสาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านบุคคล.....	30
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอนสาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านกระบวนการ.....	31
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอนสาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ.....	32
4.14 เปรียบเทียบการจัดอันดับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอนสาขาลงสานของผู้บริโภค เป็นรายด้าน.....	33

4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอน สาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านคุณภาพการให้บริการ.....	34
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอน สาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านการตอบสนองลูกค้า.....	35
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอน สาขาลงสานของผู้บริโภค ด้านความไว้วางใจในการบริการ.....	36
4.18 เปรียบเทียบการจัดอันดับระดับความต้องการใช้บริการร้านค้าฟอเมซอนสาขาลงสาน ของผู้บริโภค เป็นรายด้าน.....	37
4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการ ร้านค้าฟอเมซอน สาขาลงสาน ของผู้บริโภค.....	38
4.20 ค่าความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการ ร้านค้าฟอเมซอน สาขาลงสาน ของผู้บริโภค.....	40
4.21 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้ บริการร้านค้าฟอเมซอน สาขาลงสาน ของผู้บริโภค.....	42

