

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญรูป	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	19
ขอบเขตการศึกษา	19
ขอบเขตด้านเนื้อหา	19
ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา	19
วิธีการศึกษา	20
การเก็บรวบรวมข้อมูล	20
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	20
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	20
ระยะเวลาการศึกษา	21
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group)	22
ผลการศึกษาจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม	30

	หน้า	
ส่วนที่ 1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ส่วนที่ 2	ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	34
ส่วนที่ 3	การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
ส่วนที่ 4	การวัดระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อลักษณะส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในด้านต่างๆ ของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละร้าน	48
ส่วนที่ 5	การหาตำแหน่งทางการตลาดของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละร้าน	66
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	79
	สรุปผลการศึกษา	79
	อภิปรายผล	84
	ข้อค้นพบ	86
	ข้อเสนอแนะ	86
บรรณานุกรม		88
ภาคผนวก แบบสอบถาม		90
ประวัติผู้เขียน		98

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	31
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	32
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	32
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	32
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	33
	เฉลี่ยต่อเดือน	
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดที่ไปใช้บริการ	34
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผล ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	34
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มี อิทธิพลมากที่สุดในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละร้าน	35
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ ของการใช้บริการ	35
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด	36
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทาง การให้บริการ	36
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่าย ในการใช้บริการต่อครั้งต่อคน	37
13	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด จำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม	38
14	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สุดต่อการเลือกใช้ บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม	40

ตารางที่		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด จำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม	42
16	แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางการใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด จำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม	44
17	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายทางการใช้บริการร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด จำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม	46
18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อลักษณะส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ร้านเค เอฟ ซี	48
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อลักษณะส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ร้านเซสเตอร์กริลล์	51
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อลักษณะส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ร้านแมคโดนัลด์	54
21	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อลักษณะส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ร้านพิซซ่า ฮัท	57
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อลักษณะส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ร้านเดอะ พิชซ่า คอมปะนี	60
23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อลักษณะส่วนประสมทางการตลาดบริการของทุกร้าน	63
24	แสดงผลการวิเคราะห์ KMO and Bartlett's Test	66
25	แสดงผลการวิเคราะห์ Communalities	67
26	แสดงผลการวิเคราะห์ Total Variance Explained	69
27	แสดงผลการวิเคราะห์ Component Matrix	71
28	แสดงผลการวิเคราะห์ Rotated Component Matrix	72
29	แสดงค่า Factor score ในแต่ละปัจจัยของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละร้าน	74
30	แสดงผลการคำนวณ Factor score ใหม่	75

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1	การวิเคราะห์ Scree plot	70
2	แผนภาพแสดงตำแหน่งการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	76



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved