

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบล  
เกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา\*  
Factors Affecting Tourists' Choice Of Coffee Shop Services In Ko Yo  
Subdistrict, Mueang District, Songkhla Province

นัทธริกา เจริญรักษ์<sup>1</sup>

Nattharika Jaroenrak<sup>1</sup>

<sup>1</sup>มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

<sup>1</sup> Rajamangala University of Technology Srivijaya, Thailand

Corresponding Author's Email: thanadolpolpan@gmail.com

วันที่รับบทความ : 23 เมษายน 2568; วันที่แก้ไขบทความ 30 เมษายน 2568; วันที่ตอบรับบทความ : 30 เมษายน 2568

Received 23 April 2025; Revised 30 April 2025; Accepted 30 April 2025

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของ นักท่องเที่ยว เป็นการ วิจัยเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 385 คนโดยใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก ใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ ข้อมูล เป็นความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ผลการวิจัยพบว่า 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของ นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี อาชีพนักศึกษา และมีระดับรายได้เฉลี่ย อยู่ที่ 10,001 - 20,000 เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.15,  $S.D.$  = 0.79) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.37,  $S.D.$  = 0.83) ด้านกระบวนการอยู่ใน ระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.34,  $S.D.$  = 0.73) ด้านช่องลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.34,  $S.D.$  = 0.75) ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.32,  $S.D.$  = 0.76) ด้านการจัด

---

\* นัทธริกา เจริญรักษ์. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 2(2), 1-17.

จำหน่ายอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ,  $S.D. = 0.76$ ) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.27$ ,  $S.D. = 0.82$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.14$ ,  $S.D. = 0.88$ ) ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ตำบลเกาะยอ, นักท่องเที่ยว, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ

## Abstract

This research aims to 1) study the behavior of tourists in choosing to use cafe services 2) study the factors affecting the decision to use cafe services of tourists. This is a quantitative research using a questionnaire from a sample group of 385 tourists using a convenience sampling method. The research instrument is a questionnaire. Data analysis is frequency, percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing using the F-test.

The research results are as follows: 1) To study the behavior of tourists in choosing to use cafe services, most of them are female, aged 21-30 years, students. And have an average income level of 10,001 - 20,000 as tourists in Songkhla Province. 2) To study the factors affecting the decision to choose to use the services of a cafe of tourists, it was found that the overall level was at a high level ( $\bar{X} = 4.15$ ,  $S.D. = 0.79$ ), the product was at a high level ( $\bar{X} = 4.37$ ,  $S.D. = 0.83$ ), the process was at a high level ( $\bar{X} = 4.34$ ,  $S.D. = 0.73$ ), the physical characteristics were at a high level ( $\bar{X} = 4.34$ ,  $S.D. = 0.75$ ), the personnel were at a high level ( $\bar{X} = 4.32$ ,  $S.D. = 0.76$ ), the distribution was at a high level ( $\bar{X} = 4.30$ ,  $S.D. = 0.76$ ), and the price was at a high level ( $\bar{X} = 4.27$ ,  $S.D. = 0.82$ ), and the marketing promotion aspect was at a moderate level ( $\bar{X} = 3.14$ ,  $S.D. = 0.88$ ), respectively.

**Keywords:** Ko Yo Subdistrict, tourists, tourist behavior, factors in choosing services

## บทนำ

การคาดการณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มองว่าในปี 2562-2563 ธุรกิจบริการอาหารยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องราว 4-5% โดยปัจจัยสนับสนุนสำคัญมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร ที่ครัวเรือนมีขนาดเล็กลง และต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงการขยายตัวของเมือง (Urbanization) ที่เกิดขึ้นพร้อมกับการ

ขยายตัวของศูนย์การค้าใหม่ๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยนิยทานอาหารนอกบ้านหรือซื้ออาหารสำเร็จรูปมาทานที่บ้านมากขึ้น นอกจากนี้การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงที่ผ่านมา ยังช่วยผลักดันยอดขายของร้านอาหาร โดยข้อมูลการใช้จ่ายหมวดอาหาร และเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงปี 2556-2560 เพิ่มขึ้นต่อเนื่องประมาณ 5% ต่อปี หรือ ราว 10,568 บาท/คน/ทริป สะท้อนถึงโอกาสสำหรับธุรกิจร้านอาหารที่ยังเติบโตได้อีกมาก โดยเฉพาะ ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ (ปราณีดา ศยามานนท์, 2566)

เกาะยอในยุคแรกเริ่มประวัติศาสตร์มีสภาพเป็นป่าเขายังไม่มี ผู้คนอพยพเข้าไปตั้งถิ่นฐาน ต่อมาในสมัยตอนปลายสุโขทัยและสมัยอยุธยาจึงเริ่มพบหลักฐานเกาะยอในแผนที่ภาพกัลปนาวัดพะโคะ ซึ่งมีภาพเกาะยอยู่ตอนปลายสุดของแผนที่เขียนเป็นรูปภูเขา ระบุไว้ว่า "เข้ากะอญ" นอกจากนี้เกาะยอยังปรากฏอยู่ในแผนที่เมืองสงขลา (แผนที่เมืองสงขลาปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่หอจดหมายเหตุแห่งชาติ กรมศิลปากร) เขียนขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2230 โดยนายมองเดียร์ เดอลามาร์ วิศวกรชาวฝรั่งเศส แผนที่ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามีชุมชนบนเกาะยอเกิดขึ้นแล้วอย่างน้อย 9 ชุมชน ชุมชนส่วนใหญ่ตั้งอยู่บนที่ราบเชิงเขาริมฝั่งทะเลรอบ ๆ ภูเขาทางทิศใต้ ทิศตะวันออกและทิศตะวันตกของเกาะยอ ซึ่งปัจจุบันตรงกับบริเวณเขาหัวหลัง เขาสวนใหม่ และเขาภูฏี การตั้งถิ่นฐานของชุมชนเริ่มแรกบนเกาะยอน่าจะตรงกับบริเวณ หมู่ที่ 6 บ้านนาถิ่น หมู่ที่ 7 บ้านป่าโหนด หมู่ที่ 8 บ้านท้ายเสา หมู่ที่ 5 บ้านท่าไทร หมู่ที่ 4 บ้านสวนทุเรียน และหมู่ที่ 2 บ้านนอก กลุ่มชนพวกแรกที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานบนเกาะยออย่างน้อยในสมัยอยุธยาจนถึงรัชกาลที่ 3 และรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ กลุ่มคนจีนอพยพจากเมืองจีน และชาวจีนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานเป็นกลุ่มที่เข้ามาทำเครื่องปั้นดินเผาประเภท อิฐ กระเบื้อง หม้อ ไห โอ่ง อ่าง เพราะบริเวณเกาะยอมีดินดีเหมาะแก่การทำเครื่องปั้นดินเผา นอกจากนี้แล้วคงจะมีกลุ่มคนไทยที่นับถือพุทธศาสนาจากท้องถิ่นเมืองสงขลาได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานส่วนหนึ่งด้วย ดังได้พบหลักฐานเจดีย์บรรจุอัฐิสมเด็จพระเจ้าเกาะยอบนยอดเขาภูฏีที่มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา จากหลักฐานดังกล่าวพอสรุปได้ว่าชาวเกาะยอในรุ่นแรก ๆ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานเป็นชาวไทย และชาวจีนจากโพ้นทะเลซึ่งผู้คนกลุ่มนี้ต่อมาได้ผสมกลมกลืนทางสังคมและวัฒนธรรมกับคนไทยพื้นถิ่นได้กลายเป็นตัวตนที่แท้จริงของชาวเกาะยอสืบทอดมาจนปัจจุบัน (องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ, 2560)

ปัจจุบันร้านอาหารประเภทคาเฟ่ได้รับความนิยมสูง ความนิยมของคาเฟ่เป็นส่วนหนึ่งมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมการท่องเที่ยวแบบเน้นประสบการณ์และรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ความนิยมของคาเฟ่ส่งผลให้มีคาเฟ่เปิดให้บริการเพิ่มขึ้นจำนวนมากและการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนที่ผ่านมามีร้านคาเฟ่จำนวนมากต้องปิดตัวลง ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะอยู่รอดจึงต้องมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ โดยงานวิจัยนี้จะชี้ให้เห็นว่าปัจจัยใดบ้างที่

ส่งผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านอาหารประเภทคาเฟ่ และปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการซ้ำ (จิรญา ตรังคินาถ และคณะ, 2565)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงคาเฟ่ ในจังหวัดสงขลา

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

### สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

### การทบทวนวรรณกรรม

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ปุณญาพร บุญธรรมมา (2563) กล่าวว่า จากการศึกษาการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถประยุกต์แนวคิด 6W1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHOM? WHEN? WHERE? และ HOW? โดยปรับจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม มาใช้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด อาวีวรรณ บัวเผื่อน (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย : กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีเพื่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยว โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) กระบวนการ (Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี ผล

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ว่า ในกรณีที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกเดินทางสู่สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้น จะต้องคำนึงถึงการประเมินความพร้อมในด้านต่างๆ ที่มีหลายปัจจัยด้วยกัน เพื่อนำมาแก้ไข ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด จะทำให้สถานประกอบการนั้นสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรหลักที่เป็นสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อและเป็นเครื่องมือเพื่อใช้ตอบสนองความต้องการลูกค้า

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.1 ประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

#### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดตัวอย่างสูตรของ คอแครน (Cochran)

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยแบ่งรายละเอียด ออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นข้อคำถามแบบเลือกรายการ (Check list) ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ

- 1) Who = ใครคือกลุ่มเป้าหมายของคุณ
- 2) What = ผู้บริโภคซื้ออะไร
- 3) Why = ทำไมผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ
- 4) When = ผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่
- 5) Where = ผู้บริโภคซื้อที่ไหน
- 6) Whom = ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- 7) How = ผู้บริโภคจะซื้ออย่างไร

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยส่วนที่ 2 เป็นการเลือกตอบแบบมาตรา ประเมินค่า โดยกำหนดระดับประมาณค่าเป็น 5 ระดับ ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2) ด้านราคา (Price)
- 3) ด้านสถานที่ตั้ง (Place)
- 4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)
- 5) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)
- 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
- 7) ด้านกระบวนการ (Process)

ซึ่งกำหนดเกณฑ์การประเมินต่อระดับความคิดเห็น ตั้งแต่มากที่สุด ถึงน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ

### 3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลมีประสิทธิภาพและสามารถตอบคำถามการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสารทฤษฎีแนวคิด หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.2 การสร้างแบบสอบถามจากการสังเคราะห์และพัฒนาข้อคำถามจากการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ควบคุมวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องรับการเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข

3.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขให้อาจารย์ควบคุมวิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหา

3.5 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และนำมาหาดัชนีความสอดคล้อง หรือ IOC (Item Objective Congruence)

3.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ผู้ควบคุมวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน มาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาสงขลา จำนวน 30 ชุด

3.7 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิจัยทำการตรวจสอบอีกครั้งเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความครอบคลุมเนื้อหา พร้อมนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

3.8 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 จากแบบสอบถามที่ได้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1.1 ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นร้อยละ (Percentage)

4.1.2 ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยการหาค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.1.3 ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution)

4.1.4 ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statics) ได้แก่ การใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่า (T test) และสถิติทดสอบหาความแตกต่าง (F-test)

#### 5. การรวบรวมและการนำเสนอข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ของนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6W 1H ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) ผู้บริโภคเมื่อไรจึงจะซื้อ (When) ผู้บริโภคจะซื้อที่ใด (Where) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)

1.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด อายุ 31-40 ปี อาชีพนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

1.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการต้องการมาซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และนักท่องเที่ยวต้องการบรรยากาศ, สถานที่, ของฝาก, อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดเมื่อเลือกใช้บริการร้านกาแฟในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

1.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านกาแฟเพราะ มีเมนูถ้วยรูปเซ็คือนที่หลากหลายมากที่สุด รองลงมาอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี การบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว ราคาจับต้องได้ ตามลำดับ

1.4 ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Whom) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีคนรักเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด รองลงมาเป็น ตัวเอง คนในครอบครัว เพื่อน และญาติ ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารมาจาก เพื่อน มากที่สุด รองลงมาเป็นคนในครอบครัว และนักรีวิว ตามลำดับ

1.5 ผู้บริโภคเมื่อไรจึงจะซื้อ (When) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกมาใช้บริการร้านกาแฟในช่วงวันหยุดพิเศษมากที่สุด รองลงมา วันเสาร์ - วันอาทิตย์ วันจันทร์ - วันศุกร์ ตามลำดับ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ 16.01 - 18.00 น. มากที่สุด รองลงมา 14.01 - 16.00 น. เวลา 12.01 - 14.00 น. เวลา 18.01 - 20.00 น. และเวลา 10.00 - 12.00 น. ตามลำดับ และส่วนใหญ่ใช้บริการร้านกาแฟ 30 นาที - 1 ชม. มากที่สุด รองลงมา 1 - 2 ชม. น้อยกว่า 30 นาที และใช้เวลาในร้านกาแฟ 2 ชม. ขึ้นไป ตามลำดับ

1.6 ผู้บริโภคจะซื้อที่ไหน (Where) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้าน Good Mountain มากที่สุด รองลงมาเป็น ร้าน SIN YOR RISTA CAFE & BAR ร้าน 14 Cafe' ร้าน Chill bar ร้านหอมฉุย Coffee @ KOHYOR ร้าน ตากอากาศ ร้าน The Proud Koh Yor ร้าน Bil Cafe' รถกาแฟ ร้าน The Proud Koh Yor ร้าน KONGKANG Café - Kohyor ร้าน Dek - Time ร้าน ชิลล์เล่ ร้าน Finns KohYor ร้าน COFFEE TIME AT KOHYOR ร้าน I AM CAKE ตามลำดับ

1.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยการ Scan คิวอาร์โค้ด มากที่สุด รองลงมาเป็นเงินสด และบัตรเครดิต/เดบิต ตามลำดับ นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟจากFacebook มากที่สุด รองลงมา Tiktok Instagram และ Wongnai ตามลำดับ และซื้อสินค้าของร้านกาแฟ ผ่านเคาน์เตอร์ของร้าน มากที่สุด รองลงมาผ่าน Page Facebook Instagram ตามลำดับ

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร

(People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) ด้านกระบวนการ (Process) ด้วยผลการศึกษาปรากฏ สรุปผลดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดเมื่อพิจารณาแต่ละรายละเอียดในแต่ละประเด็น พบว่า รสชาติของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมาก คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความใหม่อยู่เสมออยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา (Price) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละประเด็น พบว่า มีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับบริการอยู่ในระดับมาก มีให้เลือกหลายราคาอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับสินค้าอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า ความเหมาะสมกับเวลาเปิด/ปิดบริการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือสถานที่มีความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก มีสถานที่จอดรถเพียงพออยู่ในระดับมาก มีป้ายบอกทางชัดเจน ความเหมาะสมของสถานที่ชัดเจนหาง่ายอยู่ในระดับมาก ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า มีการลดราคาในช่วงเทศกาลอยู่เสมออยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การให้ส่วนลดจากราคาปกติอยู่ในระดับปานกลาง มีการสะสมคูปองเพื่อใช้เป็นส่วนลดในครั้งต่อไปอยู่ในระดับปานกลาง การรับสมัครสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

2.5 ด้านบุคลากร (People) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า มีพนักงานเพียงพอต่อการบริการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความรู้ความสามารถให้คำแนะนำและตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าได้อยู่ในระดับมาก พนักงานให้บริการดี รวดเร็ว พุดจาสุภาพ ยิ้มแย้มอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เวลาเปิดปิดในการให้บริการเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการชำระเงินอยู่ในระดับมาก มีความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก ความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการบริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อผิดพลาดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.7 ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เวลาเปิดปิดในการให้บริการเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการชำระเงินอยู่ในระดับมาก มีความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก ความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการบริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อผิดพลาดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย จากผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย วิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านค้ากาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีตัวแปรต้นเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

3.1 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้ากาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้ากาแฟของนักท่องเที่ยว ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.2 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.2 อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้ากาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้ากาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.3 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.3 อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้ากาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้ากาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.4 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.4 รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้ากาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติฐาน พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้ากาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

## อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี อาชีพนักศึกษา และมีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001 - 20,000 สอดคล้องกับ อภิรักษ์ โรจน์อำพร (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการ Dessert Café ในเขตจังหวัดอ่างทอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-25 ปี อาชีพนักเรียน และไม่สอดคล้องกับสุกัญญา ละมุล (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ที่ระดับ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวใน ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.37 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.34 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 4.34 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.32 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.30 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.27 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.14 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ อภิรักษ์ โรจน์อำพร (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการ Dessert Café ในเขตจังหวัดอ่างทองในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 4.21 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.17 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.09 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากและไม่สอดคล้องกับทศพร ลีลอย (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.95 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.90 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.85 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.76 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.72 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.68 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.66 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3.3 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าเภของนักท่องเที่ยว ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน และผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าเภของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าเภของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าเภของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับวรารณ สุขแสนขนานันท์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการโฮมสเตย์ในเกาะยอ ที่มี เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

## สรุป/ข้อเสนอแนะ

### 1. สรุปผล

1.1 จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านค้าเภของนักท่องเที่ยว ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6W 1H ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) ผู้บริโภคเมื่อไรจึงจะซื้อ (When) ผู้บริโภคจะซื้อที่ไหน (Where) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)

1.1.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด อายุ 31-40 ปี อาชีพนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

1.1.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการต้องการมาซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และนักท่องเที่ยวต้องการบรรยากาศ, สถานที่, ของฝาก, อาหารและเครื่องดื่มที่สุดเมื่อเลือกใช้บริการร้านกาแฟในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

1.1.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านกาแฟเพราะ มีมุมถ่ายรูปเช็คอินที่หลากหลายมากที่สุด รองลงมาอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี การบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว ราคาจับต้องได้ ตามลำดับ

1.1.4 ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Whom) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีคนรักเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุด รองลงมาเป็น ตัวเอง คนในครอบครัว เพื่อน และญาติ ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารมาจาก เพื่อน มากที่สุด รองลงมาเป็นคนในครอบครัว และนักรีวิว ตามลำดับ

1.1.5 ผู้บริโภคเมื่อไรจึงจะซื้อ (When) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกมาใช้บริการร้านกาแฟในช่วงวันหยุดพิเศษมากที่สุด รองลงมา วันเสาร์ – วันอาทิตย์ วันจันทร์ – วันศุกร์ ตามลำดับ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ 16.01 – 18.00 น. มากที่สุด รองลงมา 14.01 – 16.00 น. เวลา 12.01 – 14.0 เวลา 18.01 – 20.00 น. และเวลา 10.00 – 12.00 น. ตามลำดับ และส่วนใหญ่ใช้บริการร้านกาแฟ 30 นาที - 1 ชม. มากที่สุด รองลงมา 1 - 2 ชม. น้อยกว่า 30 นาที และใช้เวลาในร้านกาแฟ 2 ชม. ขึ้นไป ตามลำดับ

1.1.6 ผู้บริโภคจะซื้อที่ไหน (Where) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้าน Good Mountain มากที่สุด รองลงมาเป็นร้าน SIN YOR RISTA CAFE & BAR ร้าน 14 Cafe' ร้าน Chill bar ร้านหอมฉุย Coffee @ KOHYOR ร้าน ตากอากาศ ร้าน The Proud Koh Yor ร้าน Bil Cafe' รถกาแฟ ร้าน The Proud Koh Yor ร้าน KONGKANG Café - Kohyor ร้าน Dek – Time ร้าน ซิลล์เล่ ร้าน Finns KohYor ร้าน COFFEE TIME AT KOHYOR ร้าน I AM CAKE ตามลำดับ

1.1.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยการ Scan คิวอาร์โค้ด มากที่สุด รองลงมาเป็นเงินสด และบัตรเครดิต/เดบิต ตามลำดับ นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟจากFacebook มากที่สุด รองลงมา Tiktok Instagram และ Wongnai ตามลำดับ และซื้อสินค้าของร้านกาแฟ ผ่านแคนเตอร์ของร้าน มากที่สุด รองลงมาผ่าน Page Facebook Instagram ตามลำดับ

1.2 จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) ด้านกระบวนการ (Process) ด้วยผลการศึกษาปรากฏ สรุปผลดังนี้

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดเมื่อพิจารณาแต่ละรายละเอียดในแต่ละประเด็น พบว่า รสชาติของอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความสวยงาม รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมาก คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความใหม่อยู่เสมออยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.2.2 ด้านราคา (Price) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านราคา (Price) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละประเด็น พบว่า มีป้ายบอกราคาชัดเจนอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับบริการอยู่ในระดับมาก มีให้เลือกหลายราคาอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับสินค้าอยู่ในระดับมาก

1.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า ความเหมาะสมกับเวลาเปิด/ปิดบริการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือสถานที่มีความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก มีสถานที่จอดรถเพียงพออยู่ในระดับมาก มีป้ายบอกทางชัดเจน ความเหมาะสมของสถานที่ชัดเจนหาง่ายอยู่ในระดับมาก ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า มีการลดราคาในช่วงเทศกาลอยู่เสมออยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การให้ส่วนลดจากราคาปกติอยู่ในระดับปานกลาง มีการสะสมคูปองเพื่อใช้เป็นส่วนลดในครั้งต่อไปอยู่ในระดับปานกลาง การรับสมัครสมาชิกเพื่อสิทธิพิเศษต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

1.2.5 ด้านบุคลากร (People) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร (People) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า มีพนักงานเพียงพอต่อการบริการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความรู้ความสามารถให้คำแนะนำและตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าได้อยู่ในระดับมาก พนักงานให้บริการดี รวดเร็ว พุดจาสุภาพ ยิ้มแย้มอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอ (Physical Evident) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เวลาเปิดปิดในการให้บริการเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการชำระเงินอยู่ในระดับมาก มีความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก ความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการบริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อผิดพลาดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.2.7 ด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็น พบว่า เวลาเปิดปิดในการให้บริการเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการชำระเงินอยู่ในระดับมาก มีความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก ความรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการบริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อผิดพลาดอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

1.3 ผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย จากผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย วิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีตัวแปรต้นเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

1.3.1 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยว ในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.3.2 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.2 อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.3.3 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.3 อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้

บริการร้านค้าเพ็ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.3.4 สมมุติฐานของการวิจัยข้อที่ 1.4 รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าเพ็ ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา การทดสอบสมมุติภาพ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าเพ็ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

## 2. ข้อเสนอแนะ

### 2.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

2.1.1 นักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าเพ็ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้น ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งบริการร้านค้าเพ็

2.1.2 จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเลือกใช้บริการร้านค้าเพ็ เป็นความสนใจของนักท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสที่สำคัญในการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าเพ็เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2.1.3 จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าจังหวัดสงขลามีจุดเด่นในการบริการร้านค้าเพ็ ที่มีความน่าสนใจ ดังนั้นจึงควรพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

### 2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไป

2.2.1 ควรศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการร้านค้าเพ็ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

2.2.2 ควรศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าเพ็ของนักท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

## เอกสารอ้างอิง

- จิรญา ตรีภคินาถ และคณะ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านค้าเพ็และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jibim/article/view/259974/173273>
- ทศพร ลีลอย. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก

chromeextension://efaidnbmninnbpcajpcgclclefindmkaj/http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4852/4/tossaporn.leel.pdf

บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรม ขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก

<https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2563/3/62062.pdf>

ปราณิดา ศยามานนท์. (2566). ส่องเทรนด์ธุรกิจร้านอาหาร...ยังน่าลงทุนอยู่หรือไม่?. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก

<https://www.scbeic.com/th/detail/product/6167>

สุกัญญา ละมุล. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด คาเฟ่เมซอน.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก<http://dspace.bu.ac.th>

[/bitstream/123456789/2596/1/sukanya\\_lamu.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2596/1/sukanya_lamu.pdf).

องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ. (2560). ข้อมูลพื้นฐาน . เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก <https://kohyor.go.th/content/information/1>

อภิรักษ์ โรจน์อำพร. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการ Dessert Café ในเขตจังหวัดอ่างทอง. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก

chromeextension://efaidnbmninnbpcajpcgclclefindmkaj/https://archive.cm.mahidol.ac.th

อารีวรรณ บัวเผื่อน. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย : กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดชลบุรี. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2568 จาก

<http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/bitstream/123456789/3510/1/RMUTT-161653.pdf>