

โครงการวิจัย

เรื่อง การศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

ศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการ วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

จัดทำโดย

1. นางสาวณิชกานต์ สงวนพงษ์ เลขที่ 7
2. นางสาวประวีณามัย บุญมัย เลขที่ 10
3. นางสาวพัชริดา หล้าคำปา เลขที่ 15

นักเรียนระดับชั้น ปวช.3 แผนกการตลาด

นำเสนอ

นางสาวพรรณลักษณ์ มหาวัน

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567

ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ ปีการศึกษา 2569

โครงการวิจัย

เรื่อง การศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

ศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการ วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

จัดทำโดย

1. นางสาวณิชกานต์ สงวนพงษ์ เลขที่ 7
2. นางสาวประวีณามัย บุญมัย เลขที่ 10
3. นางสาวพัชริดา หล้าคำปา เลขที่ 15

นักเรียนระดับชั้น ปวช.3 แผนกการตลาด

นำเสนอ

นางสาวพรรณลักษณ์ มหาวัน

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567

ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ ปีการศึกษา 2569

RESEARCH PROJECT

A STUDY OF MARKETING STRATEGIES TO INCREASE SALES OF KAEW KASALONG COFFEE SHOP,THE INCUBATION CENTER, PHRAE VOCATIONAL COLLEGE

Prepared by

1. MissNitchakan	Sanguanphong	No. 7
2. MissPraweenamai	Boonmai	No. 10
3. MissPatcharida	Lakampa	No. 15

Vocational Certificate Level 3 (Por Wor Chor 3)

Marketing Department

Presented to

Miss Phannalak Mahawan

This project is a part of the requirements for the completion of the

Vocational Certificate Curriculum B.E. 2569 (2026)

Business Administration Program, Marketing Department

Phrae Vocational College Academic Year 2026

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ ศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การบริการ โปรโมชั่น และบรรยากาศที่มีผลต่อความพึงพอใจ รวมถึงนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครู บุคลากร นักเรียน นักศึกษา และลูกค้าภายนอก จำนวนทั้งสิ้น 101 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.4) มีสถานะเป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 44.6) มีอายุในช่วง 21 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 47.5) และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในกลุ่มอื่นๆ (ร้อยละ 54.5) สำหรับระดับความพึงพอใจต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลองในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.7090 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อรสชาติของเครื่องดื่ม ($\bar{X}$ = 4.63, S.D. = 0.568) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่ม ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.6988) ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.7296) และคุณภาพของสินค้า ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.6725) ตามลำดับ ส่วนรายการที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในร้าน ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.7782) แต่อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาพบว่า ร้านกาแฟแก้วกาสะลองควรปรับปรุงบรรยากาศภายในร้านและการตกแต่ง จัดพื้นที่นั่งให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มความประทับใจ รวมถึงการพัฒนาโปรโมชั่นให้มีความหลากหลายและน่าสนใจ เช่น โปรโมชั่นสำหรับนักเรียน/นักศึกษา หรือการสะสมแต้ม ตลอดจนการพัฒนาเมนูใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคและกระตุ้นการซื้อซ้ำ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมยอดขายของร้านให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด, ความพึงพอใจของผู้บริโภค, ร้านกาแฟแก้วกาสะลอง, การเพิ่มยอดขาย

ABSTRACT

This study aims to investigate consumer satisfaction toward Kaew Kasalong Coffee Shop at the Incubation Center, Phrae Vocational College, to examine the marketing mix factors—consisting of product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence—that influence consumer satisfaction, and to utilize these findings as guidelines for developing marketing strategies to increase sales. The research instrument utilized was an online questionnaire developed via Google Forms. Data were collected from a sample of 101 respondents, including teachers, staff, students, and external customers. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean ($\bar{X}$), and standard deviation (S.D.).

The demographic findings revealed that the majority of the respondents were female (61.4%), students (44.6%), aged 21 years and above (47.5%), and fell into other educational classifications (54.5%). Regarding the satisfaction level, the overall consumer satisfaction toward Kaew Kasalong Coffee Shop was at the highest level, with a total mean score of 4.49 and a standard deviation of 0.7090. When considering individual items, the highest level of satisfaction was found in the taste of beverages ($\bar{X}$ = 4.63, S.D. = 0.568), followed by the appropriateness of beverage prices ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.6988), the service provided by staff ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.7296), and product quality ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.6725), respectively. Conversely, the lowest level of satisfaction, though still remaining at a high level, was found in the shop's atmosphere ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.7782).

Based on the study's recommendations, Kaew Kasalong Coffee Shop should improve its indoor atmosphere and decorations, and optimize seating arrangements to enhance consumer impressions. Furthermore, marketing promotions should be diversified and made more appealing, such as introducing student-specific discounts or loyalty stamp programs. Additionally, developing new or signature menus will provide more alternatives for consumers and stimulate repeat purchases, which will effectively boost the shop's sales and operational efficiency in the future.

Keywords: Marketing Strategy, Consumer Satisfaction, Kaew Kasalong Coffee Shop, Sales Increase

หัวข้อวิจัย การศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

ผู้ดำเนินการวิจัย 1.นางสาวณิชกานต์ สงวนพงษ์
2.นางสาวประวีณามัย บุญมัย
3.นางสาวพัชริดา หล้าคำปา

ที่ปรึกษา นางสาวพรรณลักษณ์ มหาวัน

หน่วยงาน วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

ปีการศึกษา 2569

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง
3. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

ประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย จำนวนนักเรียน/นักศึกษาในวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ 1617 คน
จำนวนบุคลากรเช่น ครู เจ้าหน้าที่ นักการภารโรง จำนวน 125 คน ที่มาใช้บริการร้านกาแฟแก้วกาสะลอง วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่
กลุ่มตัวอย่าง นักเรียน นักศึกษา บุคลากรในวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ จำนวน 100 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของTaroYamaneที่ระดับความคลาดเคลื่อนคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำได้94คนโดยคณะผู้จัดทำได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 101 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามออนไลน์จาก โปรแกรม google form

สถิติที่ใช้ในงานวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น หรือที่เรียกว่า สิติพรรณนา (Descriptive Statistics)6 ได้แก่

- การแจกแจงความถี่
-การหาค่าเฉลี่ย
-การหาค่าสัดส่วน
-การหาค่าร้อยละ

ผลการวิจัยมีดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานะ และระดับการศึกษา ได้ผลสรุปดังนี้

1. ด้านเพศ เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย ตามลำดับ

2. ด้านสถานะ สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา รองลงมาเป็นครู และบุคลากรทางการศึกษา ตามลำดับ

3. ด้านระดับการศึกษา ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) รองลงมาเป็นระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรีขึ้นไป ตามลำดับ

ตอนที่ 2 แสดงความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ พบว่าภาพรวมทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลองอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งผู้บริโภคเห็นว่าการจัดโปรโมชั่นของร้านมีความน่าสนใจและสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้ รองลงมา คือ ด้านความประทับใจและความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลองซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าร้านมีสินค้าและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ถัดมา คือ ด้านความหลากหลายของสินค้าและเครื่องดื่มซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าร้านมีเมนูที่หลากหลายและมีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค ถัดมา คือด้านการสร้างมูลค่าและเพิ่มโอกาสทางการตลาดของร้านซึ่งสามารถนำแนวทางด้านการตลาด มาพัฒนาร้านและเพิ่มยอดขายได้ ถัดมา คือด้านความเหมาะสมของราคาผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ถัดมา คือ ด้านบรรจุภัณฑ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความเหมาะสมและสามารถพัฒนาให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ถัดมา คือ ด้านรสชาติและคุณภาพของเครื่องดื่ม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากและเห็นว่ารสชาติของเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ถัดมา คือ ด้านการให้บริการของร้านผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ปฏิบัติงานและความสะดวกในการใช้บริการ และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านรสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรมีการพัฒนาและปรับปรุงให้มีความสม่ำเสมอเพื่อสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นการกลับมาใช้บริการของผู้บริโภค

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามข้อเสนอแนะต่างๆเกี่ยวกับการพัฒนาร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรเพิ่มความหลากหลายของเมนูเครื่องดื่ม เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น
2. ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
3. ควรประชาสัมพันธ์ร้านและโปรโมชั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า
4. ควรพัฒนารสชาติและคุณภาพของเครื่องดื่มให้มีความสม่ำเสมอ
5. ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์และภาพลักษณ์ของร้านให้มีความสวยงามและทันสมัยมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง "การศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่" ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก คุณครูพรรณลักษณ์ มหาวัน คุณครูผู้สอนและครูที่ปรึกษาโครงการ และคุณครูสุพรรณี เวียงยา คุณครูที่ปรึกษาร่วมโครงการ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการตรวจทานข้อบกพร่อง ให้คำปรึกษา คำแนะนำ แนวคิด ตลอดจนช่วยแก้ไขแผนการดำเนินงานและติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานวิจัยอย่างใกล้ชิด คณะผู้อยู่จัดทำรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ท่านรองว่าที่ร้อยตรีเรวัช จิตจง รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ ตลอดจนคณะผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุนการดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้งขอบคุณนักเรียน นักศึกษา ครู บุคลากร และลูกค้าภายนอกผู้ใช้บริการร้านกาแฟแก้วกาสะลองทุกท่าน ที่ได้สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์และพัฒนาการดำเนินงานของร้าน

ท้ายที่สุดนี้ คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่อยู่เบื้องหลังในความสำเร็จ ที่ได้ให้คำแนะนำ สนับสนุนทุนทรัพย์ และเป็นกำลังใจที่ดีในการดำเนินงานวิจัยมาโดยตลอด คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากโครงการวิจัยฉบับนี้ คณะผู้จัดทำขอมอบเป็นเครื่องระลึกถึงพระคุณของทุกท่าน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ต่อไป

คณะผู้วิจัย

แบบที่ 1

วิชาโครงการ ภาคเรียนที่ 1 **ปีการศึกษา** 2569 **(วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2569)**

เรื่อง การศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวะศึกษาแพร่

ความเป็นมาของการวิจัย

ร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่เป็นร้านกาแฟของวิทยาลัยที่ให้บริการเครื่องดื่มและอาหารแก่ครูนักเรียนนักศึกษาและบุคคลทั่วไปแต่ปัจจุบันยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มบุคคลภายนอกมากนักผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อหาแนวทางในการประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดขายและสร้างรายได้ให้แก่วิทยาลัยต่อไป

วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลอง
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้อของลูกค้า
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย ประชากรบุคลากร นักเรียนนักศึกษา จำนวน 94%เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มโดยบังเอิญ โดยใช้ google form

งบประมาณและทรัพยากร

งบประมาณดำเนินงาน 500 บาท

การรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากลูกค้าร้านกาแฟแก้วกาสะลองเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ บริโภคปัจจัยการตัดสินใจซื้อ และแนวทางเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลองวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

การวิเคราะห์ข้อมูล

คุณภาพและรสชาติของสินค้า ราคาของสินค้า ความสะอาดของสินค้า การบริการของพนักงานและโปรโมชั่นของทางร้านกาแฟแก้วกาสะลองวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

ประโยชน์และการนำไปใช้

ประโยชน์:

1.นำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

2.ได้ทราบปัจจัยทางการตลาดที่มีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

3.ได้แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

นำไปใช้:

1.ใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงสินค้าและบริการ

2. ใช้ในการวางแผนส่งเสริมร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

ขอบเขตของโครงการ

1. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ
2. จัดทำแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
4. วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล
5. จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มยอดขาย

ตารางปฏิทินการดำเนินงาน

ที่	รายการ	สัปดาห์ที่																		หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	ศึกษาข้อมูล	✓																		
2	เสนอโครงการ		✓																	
3	ออกแบบชิ้นงาน			✓																
4	เตรียมวัสดุ				✓															
5	ลงมือปฏิบัติงาน					✓	✓	✓	✓	✓										
6	ทดสอบการทำงาน/ปรับปรุง										✓	✓	✓	✓						
7	จัดทำรายงานโครงการ														✓	✓				
8	นำเสนอโครงการ																✓	✓	✓	
9	เผยแพร่โครงการ																		✓	

ผู้เสนอโครงการ

1.(ลงชื่อ.....) นางสาว ณิชกานต์ สงวนพงษ์ ระดับชั้น ปวช.3 สาขาวิชา การตลาด

2.(ลงชื่อ.....) นางสาว ประวีณามัย บุญมัย ระดับชั้น ปวช.3 สาขาวิชา การตลาด

3.(ลงชื่อ.....) นางสาว พัชริดา หล้าคำปา ระดับชั้น ปวช.3 สาขาวิชา การตลาด

ตรวจสอบ / พิจารณาแล้วเห็นสมควรให้ดำเนินการได้

ลงชื่อ.....อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

(นางสาวพรรณลักษณ์ มหาวัน)

...../...../.....

ลงชื่อ.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

(นางสาวสุพรรณี เวียงยา)

...../...../.....

อนุมัติให้ดำเนินการได้	
ลงชื่อ.....หัวหน้าแผนก (นางสาวพรรณลักษณ์ มหาวัน) ...../...../.....	ลงชื่อ.....รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ (ว่าที่ร้อยตรีเรวัช จิตจง) ...../...../.....

แบบที่ 2

วิชาโครงการ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2569 (วันที่ 9 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2569)

เรื่อง การศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวะศึกษาแพร่

ชื่อกลุ่ม พิทักษ์ใจกาสะลอง ระดับชั้น ปวช3 สาขางาน บริหารธุรกิจ ประเภทวิชา การตลาด

ชื่อสมาชิกกลุ่ม 1. นางสาว ณิชกานต์ สงวนพงษ์ (ลงชื่อ.....)

2. นางสาว ประวีณามัย บุญมัย (ลงชื่อ.....)

3. นางสาว พัชริดา หล้าคำปา (ลงชื่อ.....)

ความเป็นมาของการวิจัย

ปัจจุบันร้านกาแฟมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นผู้ประกอบการจึงต้องมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อดึงดูดลูกค้าและเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ เป็นร้านที่ให้บริการแก่ครู นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาด

วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้าน กาแฟแก้วกาสะลอง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อของลูกค้า
3. เพื่อหาแนวทางพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อ เพิ่มยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

เป้าหมายของการวิจัย

1. ทราบพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าร้าน กาแฟแก้วกาสะลอง
2. ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
3. ได้แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มยอดขายและความพึงพอใจของลูกค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย นักเรียน นักศึกษา ครู บุคลากร และผู้ใช้บริการร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม ความพึงพอใจ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

การรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้มาบันทึก ที่ได้มาบันทึกและจัดหมวดหมู่เพื่อการวิเคราห์

งบประมาณและทรัพยากร

1.ค่าถ่ายเอกสารแบบสอบถาม

2.เครื่องเขียน

3.คอมพิวเตอร์สำหรับบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูล

4.ผู้วิจัยและคณะผู้จัดทำโครงการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

ประโยชน์และการนำไปใช้

ได้แนวทางพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้าน

ขอบเขตของโครงการ

1. ศึกษาข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. จัดทำแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า
4. วิเคราะห์ข้อมูล
5. สรุปผลการศึกษา
6. จัดทำรายงานโครงการ
7. นำเสนอผลการศึกษา

บทที่ 1
บทนำ

1. 1 ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟมีการแข่งขันสูงผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าและเพิ่มยอดขาย ร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่เป็นร้านที่จัดตั้งขึ้นเพื่อฝึกทักษะวิชาชีพของนักเรียน นักศึกษา และให้บริการแก่ครู บุคลากร นักศึกษา และบุคคลทั่วไปแต่ร้านยังไม่เป็นที่รู้จักของคนภายนอกมากนัก ทำให้จำนวนลูกค้าและยอดขายยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง เพื่อค้นหาแนวทางในการประชาสัมพันธ์ พัฒนาการให้บริการและวางแผนการตลาดให้เหมาะสม ซึ่งจะช่วยเพิ่มการรับรู้ของลูกค้า เพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการและเพิ่มยอดขายของร้าน รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการของวิทยาลัยในอนาคต

1. 2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

1.2.2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

1.2.3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

1. 3 สมมติฐานการศึกษา

1.3.1 สมมติฐานการศึกษา

กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมส่งผลให้ร้านกาแฟแก้วกาสะลองมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นและสามารถเพิ่มยอดขายได้

1. 4 ขอบเขตของการศึกษา

1.4.1 ด้านเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยการตลาดบริการ (7Ps)

ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการและการเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

1.4.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร: ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ได้แก่ ครู บุคลากร นักเรียน นักศึกษาและบุคคลทั่วไป กลุ่มตัวอย่าง: ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟแก้วกาสะลอง จำนวน 95 คน

1.4.3 ด้านพื้นที่

ร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

1.4.4 ด้านระยะเวลา

ดำเนินการศึกษาในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2569

1. 5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง แนวทางหรือวิธีการในการวางแผนด้านการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ ดึงดูดลูกค้า และเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง โดยศึกษาจากส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)ยอดขาย หมายถึง มูลค่าหรือจำนวนรายได้ที่ร้านกาแฟแก้วกาสะลองได้รับจากการจำหน่ายเครื่องดื่ม อาหาร และสินค้าอื่นๆ ภายในช่วงเวลาที่กำหนด

ร้านกาแฟแก้วกาสะลอง หมายถึง ร้านกาแฟของศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ซึ่งเป็นสถานที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้และใช้เป็นแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักเรียน นักศึกษา พร้อมให้บริการแก่บุคลากร นักศึกษา และบุคคลทั่วไป

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ได้แก่ ครู บุคลากร นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป

1. 6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับร้านกาแฟแก้วกาสะลอง
ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่
2. ได้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า
3. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้วางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด
เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและยอดขายของร้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ทำให้ร้านกาแฟแก้วกาสะลองเป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอกมากยิ่งขึ้น
และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ(MarketingMix7Ps)และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์กลยุทธ์ของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ ดังนี้

2.1.1. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps):

ด้านผลิตภัณฑ์(Product):การพัฒนาคุณภาพเครื่องดื่มที่มีรสชาติมาตรฐานและการสร้างเมนูชูโรงด้าน ราคา (Price): การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับกำลังซื้อของนักเรียน นักศึกษา และบุคลากรด้านการจัดจำหน่าย (Place): ทำเลที่ตั้งภายในวิทยาลัยฯ ที่เข้าถึงสะดวกด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion): การทำโปรโมชั่นสื่อสารผ่าน Facebook, Instagram และ TikTokด้านบุคลากร (People): อัธยาศัย อัธยาศัยไมตรีและความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence): บรรยากาศร้าน ความสะอาด ป้ายเมนู และบรรจุภัณฑ์ด้านกระบวนการ (Process): ขั้นตอนการสั่งซื้อและการชงที่รวดเร็ว แม่นยำ

2.2.2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ: อธิบายกระบวนการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ เพื่อเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มของผู้บริโภค

2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง

จากการรวบรวมเอกสารด้านการตลาดและการพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟพบว่าปัจจัยสำคัญในการเพิ่มยอดขาย ประกอบด้วย การกำหนดราคาที่คุ้มค่า การปรับปรุงบรรยากาศร้าน และการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram และ TikTok ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างการรับรู้และดึงดูดทั้งลูกค้านำในวิทยาลัยและลูกค้าภายนอกให้เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

เนื่องจากเป็นร้านกาแฟในสถานศึกษา
การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงระดับราคาและความซับซ้อนที่เหมาะสม โดยเน้นแนวทาง 4 ประการ:

1. สังเกตเมนูขายดี: นำมาปรับปรุงรสชาติและการตกแต่งเพื่อพัฒนาเป็นเมนู Signature ของร้าน
2. เมนูพิเศษตามฤดูกาล: การออกเมนูตามเทศกาลหรือกระแสนิยมในโซเชียลมีเดีย
3. โปรโมชั่นจำกัดเวลา (Flash Promotion): การจัดส่วนลดสั้นๆ เช่น วันแม่ วันปีใหม่ เพื่อกระตุ้นยอดขาย
4. โปรโมชั่นถาวร: กิจกรรมกระตุ้นการซื้อซ้ำ เช่น นำแก้วมาเองลด 5 บาท หรือการสะสมแต้ม 10 แก้ว ฟรี 1 แก้ว

2. 4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์จริงที่ได้รับ หากร้านกาแฟแก้วกาสะลองสามารถมอบสินค้าที่มีคุณภาพ บริการที่รวดเร็ว และราคาที่เหมาะสมจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ เกิดการบอกต่อ (Word of Mouth) และกลับมาใช้บริการซ้ำในระยะยาว

2. 5 แนวคิดเกี่ยวกับร้านกาแฟและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

ธุรกิจร้านกาแฟในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง การเพิ่มยอดขายจึงต้องอาศัยการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การเพิ่มความหลากหลายของเมนู การปรับรสชาติให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูด และการสร้างเอกลักษณ์ของร้านเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3
วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการดำเนินการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้จัดทำโครงการได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้าง สิ่งประดิษฐ์ การศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวะศึกษาแพร่ และได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

3.2 อุปกรณ์ / เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างเครื่องมือ

3.3 การออกแบบ

3.4 การสร้าง

3.5 การทดลองประสิทธิภาพ

3.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ผู้จัดทำได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)พฤติกรรมผู้บริโภค บริบทของร้านกาแฟแก้วกาสะลองและข้อมูลกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่นักเรียนนักศึกษาและบุคลากรภายในวิทยาลัยอาชีวศึกษาเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตและโครงสร้างของเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 อุปกรณ์ / เครื่องมือที่ใช้ในการสร้าง

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล:

แบบสอบถามความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าต่อกลยุทธ์การตลาดร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

2. อุปกรณ์และโปรแกรมที่ใช้ในการประมวลผล:

คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ สำหรับการบันทึกและรวบรวมข้อมูล

โปรแกรม Google Forms สำหรับจัดทำแบบสอบถามออนไลน์

โปรแกรม Microsoft Excel สำหรับการจัดหมวดหมู่ คำนวณ และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.3 การออกแบบ

การออกแบบแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่:

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (เพศ สถานภาพ และความถี่ในการใช้บริการ)

ส่วนที่ 2: ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดส่วนประสม 7 ด้าน (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process) โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3: ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ

3.4 การสร้าง

ผู้จัดทำได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้:

1. ยกร่างข้อคำถามในแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา
2. นำร่างแบบสอบถามเสนอต่อครูที่ปรึกษาโครงการ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความสอดคล้องของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษา
3. ปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำของครูที่ปรึกษาก่อนนำไปใช้งานจริง

3.5 การทดลองประสิทธิภาพ

1.การทดสอบเครื่องมือ:

นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้(Tryout)กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 10 15คนเพื่อตรวจสอบความชัดเจนของภาษาความเข้าใจในข้อคำถามและนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไข

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจริง:

นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล:

นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำผลลัพธ์มาสรุปเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของร้านต่อไป

บทที่ 4

ผลการทดสอบ

ในการดำเนินการศึกษาครั้งนี้คณะผู้จัดทำโครงการศึกษาความพึงพอใจจากแบบทดสอบเกี่ยวกับโครงการวิจัยเรื่องการศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวะศึกษาแพร่และได้ทราบผลการทดสอบความพึงพอใจการทำงานของการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ผลปรากฏดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงสถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานะ	จำนวน(ความถี่)	ร้อยละ
ครู / บุคลากร	21	20.8
นักเรียน / นักศึกษา	45	44.6
ลูกค้าภายนอก	35	34.7
รวม	101	100

จากตารางที่ 1 แสดงว่าสถานะของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้มีสถานะเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองมาเป็นลูกค้าภายนอกจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และน้อยที่สุดเป็นครู/บุคลากร จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8

ตารางที่ 2 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเพศ

เพศ	จำนวน(ความถี่)	ร้อยละ
หญิง	62	61.4
ชาย	35	34.7
ไม่ประสงค์ระบุ	4	4
รวม	101	100

จากตารางที่ 2 แสดงว่าเพศองผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงมากที่สุดจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองมาเป็นเพศชายมีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และน้อยที่สุดคือไม่ประสงค์ระบุจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 3 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน(ความถี่)	ร้อยละ
15-17 ปี	18	17.8
18-20 ปี	35	34.7
21 ปีขึ้นไป	48	47.5
รวม	101	100

จากตารางที่ 3 แสดงว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้มีอายุช่วง 20 ปีขึ้นไปมากที่สุดจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองมาเป็น 18-20 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และน้อยที่สุดเป็นช่วง 15-17 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ตารางที่ 4 แสดงระดับชั้นการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับชั้น	จำนวน(ความถี่)	ร้อยละ
ปวช.1	10	9.9
ปวช.2	8	7.9
ปวช.3	20	19.8
ปวส.1	6	5.9
ปวส.2	2	2
อื่นๆ	55	54.5
รวม	101	100

จากตารางที่ 4 แสดงว่าระดับชั้นการศึกษาองผู้ตอบแบบสอบถาม อื่นๆ มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองมาเป็นปวช.3 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รองมาเป็นปวช.1 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 รองมาเป็นปวช.2 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 รองมาเป็นปวส.1 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และน้อยที่สุดปวส.2จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตางรางที่4.4 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ท่านพึงพอใจต่อรสชาติของเครื่องดื่ม	4.63	0.56.8	มากที่สุด**
2. ท่านพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า	4.51	0.6725	มากที่สุด**
3.ท่านพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน	4.51	0.7296	มากที่สุด**
4.ท่านพึงพอใจต่อบรรยากาศในร้าน	4.34	0.7782	มาก*
5. ความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่ม	4.56	0.6988	มากที่สุด**
6.โปรโมชั่นของทางร้านมีความน่าสนใจ	4.38	0.8228	มาก*
7. ร้านมีเมนูให้เลือกหลากหลาย	4.46	0.7004	มาก*
รวม	4.49	0.7090	มาก*

จากตารางที่4.4 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบ การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพรวมต่อระดับความพึงพอใจ ในระดับมาก ที่สุดค่าเฉลี่ย X อยู่ที่ 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.อยู่ที่ 0.7090 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พึงพอใจต่อรสชาติของเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย X อยู่ที่ 4.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. อยู่ที่ 0.56.8 รองมาคือ ความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย X อยู่ที่ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. อยู่ที่ 0.6988 รองมาคือ ความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย X อยู่ที่ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. อยู่ที่ 0.7296 รองมาคือ ความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า ค่าเฉลี่ย X อยู่ที่ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. อยู่ที่ 0.6725 รองมาคือ ร้านมีเมนูให้เลือกหลากหลาย ค่าเฉลี่ย X อยู่ที่ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. อยู่ที่ 0.7004 รองมาคือ โปรโมชั่นของทางร้านมีความน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย X อยู่ที่ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. อยู่ที่ 0.8228 และน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในร้าน ค่าเฉลี่ย X อยู่ที่ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. อยู่ที่ 0.7782 ตามลำดับ

บทที่ 5
สรุป / อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

เอกสารฉบับนี้สรุปผลการศึกษากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่โดยศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลองผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน101คนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลองในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย4.49และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน0.7090เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดในด้าน รสชาติของเครื่องดื่มค่าเฉลี่ย4.63รองลงมาคือความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่มค่าเฉลี่ย4.56และคุณภาพของสินค้ากับการให้บริการของพนักงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่4.51ตามลำดับส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือความพึงพอใจต่อบรรยากาศในร้านค่าเฉลี่ย4.34ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ ลูกค้าภายนอก จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และครู/บุคลากร จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ด้านเพศ พบว่าเป็น เพศหญิง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7และไม่ประสงค์ระบุจำนวน4คนคิดเป็นร้อยละ4ด้านอายุพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วง21ปีขึ้นไปจำนวน48คนคิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 18–20 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และช่วงอายุ 15–17 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ด้านระดับชั้นการศึกษา พบว่ากลุ่มอื่นมีจำนวนมากที่สุด55คนคิดเป็นร้อยละ54.5รองลงมาคือ ปวช.3 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ปวช.1 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ปวช.2 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ปวส.1 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9และปวส.2จำนวน2คนคิดเป็นร้อยละ2ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษาจุดแข็งของร้านและปรับปรุงปัจจัยที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและส่งเสริมยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลองให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1. ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของโครงการ

ในปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น ทั้งในด้านรสชาติ คุณภาพของสินค้า ราคาการให้บริการและบรรยากาศภายในร้านร้านกาแฟแก้วกาสะลองศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่เป็นร้านที่เกี่ยวข้องกับการฝึกปฏิบัติด้านธุรกิจของนักเรียนและนักศึกษาจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและเพิ่มยอดขายของร้าน

วัตถุประสงค์หลัก

1.เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

2.เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การบริการ โปรโมชั่น
และบรรยากาศที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

3.เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้อยู่บนพื้นฐานแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ดังนี้

2.1 ทฤษฎีความพึงพอใจ (Consumer Satisfaction)

ความพึงพอใจของผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับผลลัพธ์ที่ได้รับจริง หากผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการที่ตรงตามความคาดหวังหรือดีกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการอีก สำหรับร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจได้แก่ รสชาติของเครื่องดื่ม คุณภาพของสินค้า ราคา การให้บริการของพนักงาน โปรโมชั่นความหลากหลายของเมนู และบรรยากาศภายในร้าน

2.2 ส่วนผสมทางการตลาด (7Ps Marketing Mix)

การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกาแฟแก้วกาสะลองสามารถพิจารณาตามองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่

1. Product : รสชาติ คุณภาพ และความหลากหลายของเครื่องดื่ม
2. Price : ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องดื่ม
3. Place : สถานที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าใช้บริการ
4. Promotion : การจัดโปรโมชั่น ส่วนลด และการประชาสัมพันธ์ร้าน
5. People : การให้บริการและการเอาใจใส่ของพนักงาน
6. Process : ขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง
7. Physical Evidence : บรรยากาศ การตกแต่ง และสภาพแวดล้อมภายในร้าน

2.3 กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย

การเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟสามารถดำเนินการโดยรักษาคุณภาพและรสชาติของเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้คะแนนสูงที่สุดควบคู่กับการกำหนดราคาที่เหมาะสมการพัฒนาเมนูให้มีความหลากหลาย การจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจและการปรับปรุงบรรยากาศภายในร้านให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

3. ระเบียบวิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีดำเนินการเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถามโดยมีรายละเอียดดังนี้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ใช้บริการร้านกาแฟแก้วกาสะลอง ศูนย์บ่มเพาะวิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่ จำนวน 101 คน

เครื่องมือที่ใช้:

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและระดับความพึงพอใจต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลอง การวิเคราะห์ข้อมูล: วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ขอบเขตเนื้อหา: ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในด้านรสชาติของเครื่องดื่ม คุณภาพของสินค้า การให้บริการของพนักงาน บรรยากาศในร้าน ราคา โปรโมชั่น และความหลากหลายของเมนู

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและความพึงพอใจ

4.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 44.6 รองลงมาคือลูกค้าภายนอก ร้อยละ 34.7 และครู/บุคลากร ร้อยละ 20.8ด้านเพศ พบว่าเป็น เพศหญิง ร้อยละ 61.4 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 34.7 และไม่ประสงค์ระบุ ร้อยละ 4ด้านอายุ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 21 ปีขึ้นไป ร้อยละ 47.5 รองลงมาคืออายุ 18–20 ปี ร้อยละ 34.7 และอายุ 15–17 ปี ร้อยละ 17.8 ด้านระดับชั้นการศึกษา พบว่ากลุ่ม อื่น ๆ มีมากที่สุด ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ปวช.3 ร้อยละ 19.8 ปวช.1 ร้อยละ 9.9 ปวช.2 ร้อยละ 7.9 ปวส.1 ร้อยละ 5.9 และปวส.2 ร้อยละ 2

4.2 ระดับความพึงพอใจต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาน้อยสุด ดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อรสชาติของเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.63, S.D. 0.568 อยู่ในระดับ มากที่สุด
2. ความเหมาะสมของราคาเครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.56, S.D. 0.6988 อยู่ในระดับ มากที่สุด
3. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.51, S.D. 0.6725 อยู่ในระดับ มากที่สุด
4. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.51, S.D. 0.7296 อยู่ในระดับ มากที่สุด
5. ร้านมีเมนูให้เลือกหลากหลาย ค่าเฉลี่ย 4.46, S.D. 0.7004 อยู่ในระดับ มาก
6. โปรโมชั่นของทางร้านมีความน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 4.38, S.D. 0.8228 อยู่ในระดับ มาก
7. ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในร้าน ค่าเฉลี่ย 4.34, S.D. 0.7782 อยู่ในระดับมาก

ภาพรวมความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 4.49 และ S.D. 0.7090 อยู่ในระดับ มาก

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อ รสชาติของเครื่องดื่มสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่าคุณภาพและรสชาติของเครื่องดื่มเป็นจุดแข็งสำคัญของร้าน ขณะที่ บรรยากาศภายในร้านมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดจึงเป็นปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

5. ข้อค้นพบสำคัญและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.1 จุดเด่นที่ต้องรักษาไว้ (Strengths)

รสชาติของเครื่องดื่ม: ได้รับการประเมินสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.63แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อรสชาติของเครื่องดื่มเป็นอย่างมาก ร้านจึงควรรักษามาตรฐานและคุณภาพของรสชาติให้คงที่ความเหมาะสมของราคา: มีค่าเฉลี่ย 4.56 อยู่ในระดับมากที่สุดแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมองว่าราคาของเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับสินค้า จึงควรรักษาระดับราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพต่อไปคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ: ทั้งสองด้านมีค่าเฉลี่ย 4.51 อยู่ในระดับมากที่สุดสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและการให้บริการของพนักงาน ร้านควรรักษามาตรฐานด้านสินค้าและการบริการอย่างต่อเนื่อง

5.2 โอกาสในการพัฒนา (Opportunities for Improvement)

การปรับปรุงบรรยากาศภายในร้าน: หัวข้อ “ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในร้าน” ได้คะแนนต่ำที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 แม้ยังอยู่ในระดับมาก แต่ร้านสามารถพัฒนาเพิ่มเติม เช่น ปรับปรุงการตกแต่งร้าน เพิ่มความสะอาด จัดพื้นที่นั่งให้เหมาะสม และสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ เพื่อเพิ่มความประทับใจให้กับผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาด:หัวข้อ“โปรโมชั่นของทางร้านมีความน่าสนใจ”มีค่าเฉลี่ย4.38จึงสามารถพัฒนาโปรโมชั่นให้มีความหลากหลายและตรงกับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เช่น โปรโมชั่นสำหรับนักเรียน/นักศึกษา การซื้อเครื่องดื่มเป็นชุด หรือโปรโมชั่นสะสมแต้มเพื่อกระตุ้นการซื้อซ้ำและเพิ่มยอดขายการพัฒนาเมนู:ร้านมีเมนูให้เลือกหลากหลายอยู่แล้วโดยมีค่าเฉลี่ย4.46แต่สามารถพัฒนาเมนูใหม่ๆหรือเมนูพิเศษของร้านเพื่อสร้างความแปลกใหม่และเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค

5.3 บทบาทของร้านกาแฟแก้วกาสะลองในฐานะพื้นที่สำหรับผู้บริโภค

ร้านกาแฟแก้วกาสะลองสามารถพัฒนาให้เป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภคสามารถเข้ามาใช้บริการ พักผ่อน พบปะพูดคุย หรือใช้เป็นพื้นที่สำหรับการทำงานและการเรียนรู้ได้ โดยควรรักษาจุดแข็งด้าน รสชาติ คุณภาพ ราคา และการบริการ ซึ่งได้รับคะแนนความพึงพอใจในระดับสูงในขณะเดียวกัน ร้านควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบรรยากาศภายในร้านและการจัดโปรโมชั่นเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่นๆการพัฒนาดังกล่าวจะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้บริโภค และสามารถนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงการบอกต่อ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการเพิ่มยอดขายของร้านกาแฟแก้วกาสะลองในอนาคต

[Grab your reader’s attention with a great quote from the document or use this space to emphasize a key point. To place this text box anywhere on the page, just drag it.]

ภาคผนวก

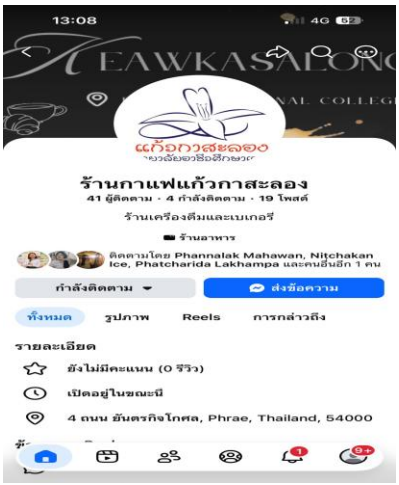
1. ภาพจำหน่ายสินค้า







2. เพจร้านกาแฟแก้วกาละลอง



3. การทำคอนเทนต์ผ่านเพจ





4. QR Code แบบสอบถาม



5. ลูกค้าตอบแบบสอบถาม



สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	**ก**
ABSTRACT	**ข**
กิตติกรรมประกาศ	**ฉ**
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ความเป็นมาของปัญหา	
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	
1.3 สมมติฐานการศึกษา	
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	
1.4.1 ด้านเนื้อหา	
1.4.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	
1.4.3 ด้านพื้นที่	
1.4.4 ด้านระยะเวลา	
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	
1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	**3**
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1.1 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 7Ps)	
2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ	
2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง	

เรื่อง **หน้า**

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับร้านกาแฟและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า **5**

3.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

3.2 อุปกรณ์ / เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างเครื่องมือ

3.3 การออกแบบเครื่องมือวิจัย

3.4 การสร้างเครื่องมือวิจัย

3.5 การทดลองประสิทธิภาพและการเก็บรวบรวมข้อมูล

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล **7**

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอนที่ 1)

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลอง (ตอนที่ 2)

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ **10**

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 จุดเด่นที่ต้องรักษาไว้ (Strengths)

5.2.2 โอกาสในการพัฒนา (Opportunities for Improvement)

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ตารางที่ **หน้า**

ตารางที่ 1 แสดงสถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม 7

ตารางที่ 2 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม 8

ตารางที่ 4 แสดงระดับชั้นการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อร้านกาแฟแก้วกาสะลอง

ภาคผนวก

ภาพจำหน่ายสินค้า 16

เพจร้านกาแฟแก้วกาละลอง

การทำคอนเทนต์ผ่านเพจ 17

QR Code แบบสอบถาม

ลูกค้าตอบแบบสอบถาม