

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
เลือกเข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถาม

คำชี้แจง:

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยนิสิตปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค กลยุทธ์ทางการตลาด การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

3. โปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับทั้งหมดจากท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ ผู้วิจัยจะนำเสนอเพียงผลสรุปในภาพรวมเท่านั้น กรุณาประเมินตามความคิดเห็นและประสบการณ์ของท่าน ตามความเป็นจริง คำตอบของท่านทุกข้อมีคุณค่าอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาวศรัณญา ชื่อตรง
นิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก
เข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความต่อไปนี้ที่เป็นความจริงและเสนอแนะ
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของท่าน

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	<input type="checkbox"/> 21 – 30 ปี
<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี	<input type="checkbox"/> 41 – 50 ปี
<input type="checkbox"/> 51 – 60 ปี	
3. สถานภาพ

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> หย่าร้าง	<input type="checkbox"/> แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษาสูงสุด

<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
<input type="checkbox"/> อนุปริญญา/ปวส.	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
5. อาชีพ

<input type="checkbox"/> ข้าราชการ	<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน
<input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	<input type="checkbox"/> 15,001 – 25,000 บาท
<input type="checkbox"/> 25,001 – 35,000 บาท	<input type="checkbox"/> 35,001 – 45,000 บาท
<input type="checkbox"/> 45,001 – 55,000 บาท	<input type="checkbox"/> 55,001 – 65,000 บาท
<input type="checkbox"/> ตั้งแต่ 65,001 บาท ขึ้นไป	

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาแฟที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร้าน
กาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย \surd ลงใน หน้าข้อความต่อไปนี้ที่เป็นความจริงและเสนอแนะ
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของท่าน

7. ประเภทของกาแฟที่นิยมบริโภคมากที่สุด

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> กาแฟสด | <input type="checkbox"/> กาแฟสำเร็จรูป |
| <input type="checkbox"/> กาแฟกระป๋อง | <input type="checkbox"/> กาแฟโบราณ |

8. ท่านนิยมบริโภคกาแฟในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เช้าก่อนทำงาน | <input type="checkbox"/> ช่วงเช้าในเวลาทำงาน |
| <input type="checkbox"/> ช่วงเที่ยง | <input type="checkbox"/> ช่วงบ่าย |
| <input type="checkbox"/> ช่วงเย็น | <input type="checkbox"/> ช่วงกลางคืน |

9. สิ่งที่ท่านได้รับมากที่สุดจากการบริโภคกาแฟ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ลดอาการง่วงนอน เพิ่มความสดชื่น | <input type="checkbox"/> คลายเครียด |
| <input type="checkbox"/> ช่วยกระตุ้นการตื่นตัว | <input type="checkbox"/> ลดความกระหาย |
| <input type="checkbox"/> เพิ่มความสดชื่น | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

10. ท่านดื่มเครื่องดื่มประเภทใดมากที่สุดในร้านกาแฟ

- | | |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ชา, กาแฟ | <input type="checkbox"/> นมสด, โกโก้, โอวัลติน |
| <input type="checkbox"/> น้ำผลไม้ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

11. ท่านดื่มเครื่องดื่มจำพวก ชา กาแฟ ช็อคโกแลต กี่ครั้ง/สัปดาห์

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3-5 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

12. ท่านดื่มเครื่องดื่มจำพวก น้ำผลไม้ สมูทตี้ กี่ครั้ง/สัปดาห์

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3-5 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

13. ท่านซื้อเครื่องดื่มจากร้านกาแฟในลักษณะใด
- ซื้อด้วยตนเอง ผากเพื่อนซื้อ
- ซื้อผ่านทางแอปพลิเคชัน อื่นๆ โปรดระบุ.....
14. ท่านจ่ายเงินซื้อเครื่องดื่มจากร้านกาแฟด้วยวิธีใดมากที่สุด
- เงินสด บัตรเครดิต
- จ่ายผ่านทางแอปพลิเคชัน จ่ายเงินด้วยการแลกแต้ม
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
15. ประเภทของร้านที่ท่านเลือกเข้าใช้บริการร้านกาแฟ
- ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต ปั้มน้ำมัน
- อาคารพาณิชย์ บริเวณคอนโดที่อยู่อาศัย
- บริเวณสถานที่ทำงาน
16. ประเภทของร้านที่ท่านเลือกเข้าใช้บริการร้านกาแฟ
- ร้านกาแฟ Starbucks ร้านกาแฟ Amazon
- ร้านกาแฟ True coffee ร้านกาแฟ Coffee world
- ร้านกาแฟ Coffee today ร้านกาแฟ Chao doi
- ร้านกาแฟ ดอยช้าง ร้านกาแฟ อินทนิล คอฟฟี่
- ร้านกาแฟ Black canyon อื่นๆ โปรดระบุ.....
17. ท่านติดตามร้านกาแฟผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ประเภทใดมากที่สุด
- Facebook Instagram
- Line@ YouTube
- Twitter Website
- Google อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร้าน
กาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เพียงช่องเดียว โดยแบ่งระดับความสำคัญแต่ละปัจจัยคะแนน มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง
= 3, น้อย = 2, และ น้อยที่สุด = 1

กลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกาแฟ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
18. รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ					
19. ชนิดของเครื่องดื่มที่มีความหลากหลาย					
20. ภาชนะที่ใส่มีความสวยงาม					
21. มีขนมเค้ก เบเกอรี่ จำหน่ายในร้าน					
ด้านราคา					
22. มีการติดป้ายบอกราคาชัดเจน					
23. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
24. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
25. มีราคาให้เลือกตามบรรจุภัณฑ์					
ด้านช่องทางการจำหน่าย/สถานที่					
26. ร้านมีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ					
27. ป้ายร้านสังเกตเห็นได้ง่าย					
28. มีความเหมาะสมในช่วงระยะเวลาการให้บริการ					
29. ร้านกาแฟมีการตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม					

กลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกาแฟ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
30. จัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น ซื้อ 1 แถม 1					
31. การให้ส่วนลดจากราคาปกติ					
32. มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในช่วงเทศกาลต่างๆ					
33. สมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ					
34. มีการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมและรับรางวัล					
ด้านพนักงานขาย					
35. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยดี สุภาพเรียบร้อย ตลอดจนมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในด้านการบริการ					
36. พนักงานสามารถให้บริการในการสั่งซื้อและรับสินค้า/บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว					
37. การให้บริการมีมาตรฐาน พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ					
38. พนักงานมีความรู้และให้ข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วนชัดเจน					
39. การแต่งกายและความสะอาดของพนักงานขาย					
40. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ					

กลยุทธ์ทางการตลาดของร้านกาแฟ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านบรรจุภัณฑ์					
41. บรรจุภัณฑ์ที่ใส่เครื่องดื่มมีความสะอาด					
42. บรรจุภัณฑ์ที่ใส่เครื่องดื่มมีขนาดที่เหมาะสม					
43. บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยสวยงาม					
ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์					
44. สื่อป้ายโฆษณา					
45. สื่อโทรทัศน์					
46. สื่อนิตยสาร					
47. สื่อแผ่นพับโฆษณา					
48. สื่อ Internet					
49. เพื่อนแนะนำ					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยแบ่งระดับความสำคัญแต่ละปัจจัยคะแนน มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, และ น้อยที่สุด = 1

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
Facebook					
50. มีการบอกรูปภาพของเครื่องดื่มและอาหารที่ชัดเจนผ่านทาง Facebook					
51. แนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องดื่มต่างๆ โดยผ่านทางหน้าแฟนเพจ					
52. มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ผ่าน Facebook					
53. จัดโปรโมชั่นการลดราคาเครื่องดื่มหรือสิทธิพิเศษต่างๆ					
54. มีข้อมูลในการตัดสินใจเลือกเครื่องดื่ม เช่น ยอดจำนวนคนกด Like กด Share					
Line@					
55. ลงรูปเครื่องดื่มต่างๆ ผ่านทาง Line@					
56. พุดคุยและโต้ตอบผ่านทาง Line@					
57. สั่งซื้อเครื่องดื่มต่างๆ ผ่านทาง Line@					
58. จัดโปรโมชั่นลดราคา, สิทธิพิเศษต่างๆ					

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
Instagram					
59. สามารถให้ลูกค้าพูดคุย คอมเมนต์ ได้ได้ภาพ ผ่าน Instagram					
60. ระบุตำแหน่งร้านกาแฟที่ชัดเจนได้					
YouTube					
61. สามารถอัพโหลดรูป/วิดีโอ บรรยากาศร้านกาแฟได้ชัดเจน					
62. ให้ลูกค้าติดตามข่าวสาร ข้อมูล ผ่าน YouTube ได้อย่างต่อเนื่อง					
Website					
63. เขียนเนื้อหาให้ข้อมูลที่น่าสนใจเพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลของร้านกาแฟ ผ่านทาง Website					
Twitter					
64. การเขียนเนื้อหาที่กระชับ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลผ่านทาง Twitter					
65. สามารถลงชื่อร้านกาแฟ/ลรูปของเครื่องดื่มเพื่อให้ลูกค้าได้กดติดตาม					
Google					
66. สามารถพิมพ์ค้นหาชื่อร้านกาแฟที่ลูกค้าต้องการ					

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าร้านกาแฟของกลุ่มคนทำงาน
ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เพียงช่องเดียว โดยแบ่งระดับความสำคัญแต่จะปัจจัยคะแนน มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง
= 3, น้อย = 2, และ น้อยที่สุด = 1

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
67. เชื่อมั่นในคุณภาพ รสชาติ และการบริการ					
68. บรรยากาศของร้าน มีความสวยงาม เหมาะกับการพักผ่อน มีเครื่องดื่ม ขนม อาหาร เพลง เพื่อให้ผ่อนคลายและมีมุม ถ่ายรูปสวยๆ					
69. ที่ทำเลสะดวกต่อการมาใช้บริการ และ เป็นสถานที่นัดคุยงาน พุดคุย พบปะสังสรรค์					
70. ค้นหาข้อมูลร้านกาแฟ รูป รีวิว ตามสื่อ โซเชียลต่างๆ เช่น Facebook, Instagram ที่ น่าสนใจ					
71. มีบริการที่ตอบสนองครบถ้วนตรงความ ต้องการ					
72. โปรโมชั่น, ราคา หรือสิทธิพิเศษต่างๆ ดึงดูดความน่าสนใจ					
73. เชื่อมั่นในแบรนด์					
74. ครอบคลุม คนใกล้ตัว รวมทั้งเพื่อนแนะนำ					
75. เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการในครั้ง แรก จนกลับมาใช้บริการอีก					

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับอุปสรรคปัญหาหรือข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ค่ะ

นางสาวศรัณญา ชี้อตรง

นักศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ภาคผนวก ข

รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

จำนวนปัจจัยที่สกัดได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายได้

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9.170	34.205	34.205	9.170	34.205	34.205	5.913	22.140	22.140
2	3.413	12.883	57.177	3.413	12.883	47.177	2.891	10.948	33.177
3	1.694	6.514	53.780	1.694	6.514	53.780	2.717	10.305	43.571
4	1.424	5.515	59.384	1.424	5.515	59.384	2.301	8.763	52.423
5	1.087	4.268	63.740	1.087	4.268	63.740	2.026	7.744	60.256
6	1.007	3.971	67.801	1.007	3.971	67.801	1.948	7.455	67.801
7	.873	3.475	71.365						
8	.680	2.760	74.214						
9	.577	2.379	76.681						
10	.510	2.128	78.898						
11	.474	1.996	80.984						
12	.430	1.835	82.908						
13	.385	1.665	84.662						
14	.374	1.626	86.376						
15	.357	1.563	88.028						
16	.324	1.439	89.556						
17	.272	1.247	90.893						
18	.248	1.189	92.170						
19	.230	1.094	93.353						
20	.215	1.037	94.478						
21	.196	.968	95.536						
22	.176	.892	96.516						
23	.139	.754	97.360						
24	.101	.615	98.064						
25	.095	.591	98.744						
26	.072	.507	99.338						
27	.065	.483	100.000						

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix)

	Component					
	1	2	3	4	5	6
48. สื่อ Internet	.372	.109	.082	.303	.339	.088
36. พนักงานสามารถให้บริการในการสั่งซื้อและรับสินค้า/บริการ ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	.515	.422	.162	.378	-.149	.129
37. การให้บริการมีมาตรฐาน พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	.715	.153	.067	.140	.077	.009
18. รสชาติกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ	.805	.135	.079	.210	.052	-.015
22. มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	.839	.119	.001	.080	.084	-.34
35. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยดี สุภาพเรียบร้อย ตลอดจนมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในด้านการบริการ	.760	.071	.072	-.048	.216	.022
39. การแต่งกายและความสะอาดของพนักงานชาย	.827	.148	.003	.074	.100	.051
38. พนักงานมีความรู้และให้ข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วน ชัดเจน	.823	.069	.006	.021	.080	.172
40. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ	.682	.116	.007	.080	.361	.176
26. ร้านมีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	.103	.787	.171	.112	.194	.065
30. จัดโปรโมชั่นพิเศษ เช่น ซื้อ 1 แถม 1	.181	.710	.057	.109	.249	.172
54. มีข้อมูลในการตัดสินใจการเลือกเครื่องดื่ม เช่น คนกด Like กด Share	.117	.780	.070	.109	-.061	.148
57. สั่งซื้อเครื่องดื่มต่างๆ ผ่านทาง Line@	.343	.677	.122	.269	.010	.130
59. สามารถให้ลูกค้าพูดคุย คอมเมนต์ได้ได้ภาพผ่าน Instagram	-.072	.135	.590	.310	.203	.133
19. ชนิดของเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	.002	.105	.850	.188	-.018	.164
23. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	-.001	.128	.857	.086	.003	.225
34. มีการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมและรับรางวัล	.398	.039	.729	.003	.154	-.035
61. สามารถอัพโหลดรูป/วิดีโอ บรรยากาศร้านกาแฟได้ชัดเจน	.047	.128	.019	.717	.037	.156
	.192	.224	.206	.758	.005	.009

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotated Component Matrix) (ต่อ)

	Component					
	1	2	3	4	5	6
63. เขียนเนื้อหาให้ข้อมูลที่น่าสนใจ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลของร้านกาแฟผ่านทาง Website	.091	.154	.312	.683	.132	.152
64. การเขียนเนื้อหาที่กระชับ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลผ่านทาง Twitter	.340	.139	.014	.131	.643	-.268
67. เชื่อมั่นในคุณภาพ รสชาติ และการบริการ	.095	.021	.204	.008	.725	.183
4.2 มีรายการส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจ	.413	.86	-.052	.131	.455	.276
66. สามารถพิมพ์ค้นหาชื่อร้านกาแฟที่ลูกค้าต้องการ	.516	.124	.004	-.044	.532	.257
68. บรรยากาศของร้านมีความสวยงาม เหมาะกับการพักผ่อน มีเครื่องดื่ม ขนม อาหาร เพลง เพื่อให้ผ่อนคลาย และมีมุมถ่ายรูปสวยๆ	.088	.235	.185	.027	.196	.750
75. เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการในครั้งแรกจนกลับมาใช้บริการอีก	.207	.341	.111	.260	.043	.554
70. ค้นหาข้อมูลร้านกาแฟ รูป รีวิว ตามสื่อโซเชียลต่างๆ เช่น Facebook, Instagram ที่น่าสนใจ	.032	.085	.200	.184	.013	.707