

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปางสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้นำผลการศึกษานี้ไปใช้ และสำหรับผู้ที่จะทำการศึกษาเพิ่มเติม ตามลำดับ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปางของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) ได้ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปางของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ คือ คนวัยทำงาน มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	1. เอสเปรสโซ่ รองลงมาคือ คาปูชิโน และชา 2. เค้ก รองลงมาคือไม่ทานของว่าง

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปางของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	1. เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟนั้นๆ เนื่องจากคิดใจในรสชาติของเครื่องดื่ม รองลงมาคือ ราคาเหมาะสม 2. วัตถุประสงค์ในการใช้บริการร้านกาแฟ คือ ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ รองลงมาคือ นัด พบปะพูดคุยกับเพื่อน
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	1. ตัดสินใจเลือกร้านกาแฟด้วยตนเอง รองลงมาคือ เพื่อน
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	1. ความถี่ในการไปใช้บริการร้านกาแฟ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ นานๆ ครั้ง 2. ช่วงวันในการไปใช้บริการร้านกาแฟไม่ แน่นอน รองลงมาคือ เสาร์-อาทิตย์ 3. ไปใช้บริการร้านกาแฟช่วง 12.01 – 15.00 น.
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	1. เลือกใช้บริการร้านกาแฟแบบ Stand Alone 2. ใช้บริการที่ร้านกาแฟคอฟฟี่บัส (Coffee Bus) รองลงมาคือ โก้กาแฟ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	1. หาข้อมูลร้านกาแฟโดยการถามเพื่อน/คน รู้จัก รองลงมาคือ ไม่หา 2. ไปใช้บริการร้านกาแฟครั้งละ 2 คน รองลงมาคือ 3-5 คน 3. เสียค่าใช้จ่าย 31-50 บาทต่อครั้ง 4. ทั้งบริโภคที่ร้านและซื้อกลับบ้าน 5. การตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในครั้งต่อไปคือ ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีที่จอดรถสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน และบริเวณร้าน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า

เมื่อนำค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยทั้งหมดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย จะได้ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยทั้งหมดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จากปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดภายในร้าน	ผลิตภัณฑ์	4.48	มาก
2	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	บุคลากร	4.46	มาก
3	รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ	ผลิตภัณฑ์	4.45	มาก
4	การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	บุคลากร	4.41	มาก
5	ความสะอาดของร้าน และบริเวณร้าน	ลักษณะทางกายภาพ	4.40	มาก
6	ความรวดเร็วในการให้บริการและถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ	กระบวนการให้บริการ	4.34	มาก
7	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคา	4.34	มาก
8	ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า	กระบวนการให้บริการ	4.34	มาก
9	การมีที่นั่งสะดวกสบาย	ลักษณะทางกายภาพ	4.34	มาก
10	พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ	บุคลากร	4.33	มาก
11	มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	กระบวนการให้บริการ	4.33	มาก
12	บรรยากาศในร้านเป็นกันเอง	ลักษณะทางกายภาพ	4.33	มาก
13	วิธีการรับคำสั่งซื้อของลูกค้าที่สะดวกรวดเร็วและถูกต้อง ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	กระบวนการให้บริการ	4.31	มาก
14	ความสะอาดของห้องน้ำ	ลักษณะทางกายภาพ	4.30	มาก
15	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู)	ราคา	4.30	มาก
16	ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดภายในร้าน	ผลิตภัณฑ์	4.30	มาก
17	ความสะดวกและถูกต้องในการชำระเงิน	กระบวนการให้บริการ	4.29	มาก
18	ความสม่ำเสมอของรสชาติกาแฟและเครื่องดื่ม	ผลิตภัณฑ์	4.29	มาก
19	มีที่จอดรถสะดวก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.29	มาก
20	ที่ตั้งร้านหาง่าย	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.28	มาก

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยทั้งหมดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จากปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
21	ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.24	มาก
22	กลิ่นของกาแฟ	ผลิตภัณฑ์	4.23	มาก
23	การตกแต่งร้าน	ลักษณะทางกายภาพ	4.20	มาก
24	การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบ	ลักษณะทางกายภาพ	4.20	มาก
25	มีกลิ่นหอมของกาแฟภายในร้าน	ลักษณะทางกายภาพ	4.19	มาก
26	เวลาเปิด - ปิดสะดวกต่อการใช้บริการ	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.15	มาก
27	มีคณชงกาแฟ (Barista) ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในเรื่องกาแฟเป็นอย่างดี	บุคลากร	4.14	มาก
28	พนักงานแต่งกายเหมาะสม	บุคลากร	4.13	มาก
29	เวลาที่ต้องรอรับสินค้าหลังการสั่งซื้อ	กระบวนการให้บริการ	4.13	มาก
30	ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น	ราคา	4.13	มาก
31	เวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน	กระบวนการให้บริการ	4.13	มาก
32	ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับที่พัก หรือ ที่ทำงาน	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	มาก
33	ภาชนะบรรจุสะอาด สวยงาม	ผลิตภัณฑ์	4.08	มาก
34	พนักงานสามารถตอบข้อซักถาม และให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ	บุคลากร	4.08	มาก
35	กาแฟมีหลากหลายรสชาติให้เลือก	ผลิตภัณฑ์	4.05	มาก
36	ป้ายหน้าร้านสวยงาม มองเห็นได้ชัดเจน	ลักษณะทางกายภาพ	4.05	มาก
37	มีเครื่องปรับอากาศ	ลักษณะทางกายภาพ	4.03	มาก
38	ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น เครื่องทำกาแฟ	ลักษณะทางกายภาพ	4.00	มาก
39	มีอินเทอร์เน็ตบริการ	ลักษณะทางกายภาพ	3.98	มาก
40	มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไว้บริการลูกค้า	ลักษณะทางกายภาพ	3.97	มาก
41	มีราคาตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติม	ราคา	3.96	มาก
42	มีราคาให้เลือกตามภาชนะบรรจุ	ราคา	3.94	มาก

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยทั้งหมดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จากปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
43	มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด	การส่งเสริมการตลาด	3.91	มาก
44	มีเครื่องดื่มอื่นๆนอกจากกาแฟจำหน่าย	ผลิตภัณฑ์	3.82	มาก
45	รสชาติของขนม/อาหารว่าง	ผลิตภัณฑ์	3.82	มาก
46	มีกาแฟสูตรพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น	ผลิตภัณฑ์	3.78	มาก
47	การให้ส่วนลดในเทศกาล โอกาสต่างๆ	การส่งเสริมการตลาด	3.77	มาก
48	การมีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล	การส่งเสริมการตลาด	3.72	มาก
49	ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก	ผลิตภัณฑ์	3.70	มาก
50	ชื่อเสียงของตราห้อยของร้าน	ผลิตภัณฑ์	3.69	มาก
51	มีบริการจัดส่งถึงที่พัก หรือ ที่ทำงาน	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.62	มาก
52	ความหลากหลายของขนม/อาหารว่าง	ผลิตภัณฑ์	3.59	มาก
53	มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการ	การส่งเสริมการตลาด	3.57	มาก
54	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ไลน์ อินเทอร์เน็ต	การส่งเสริมการตลาด	3.56	มาก
55	การมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย	ผลิตภัณฑ์	3.55	มาก
56	มีของแถมให้แลกซื้อ	การส่งเสริมการตลาด	3.52	มาก
57	การมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่	ลักษณะทางกายภาพ	3.52	มาก
58	มีการให้ทดลองชิมฟรี	การส่งเสริมการตลาด	3.41	ปานกลาง

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายเลือกซื้อเอสเปรสโซ่ บ่อยที่สุด แต่ไม่ทานของว่าง ไปใช้บริการที่ร้านกาแฟคอฟฟี่บัส (Coffee Bus) บ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟดังกล่าว เนื่องจากคิดใจในรสชาติ รongลงมา คือ ราคาเหมาะสม และวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการร้านกาแฟ คือ ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ รongลงมาคือ นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ คือ ตนเอง ความถี่ในการใช้บริการร้าน

กาแฟ คือ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน แต่ไม่มีความแน่นอนในวันที่ไปใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนช่วงเวลาที่ไปใช้บริการร้านกาแฟ คือ 12.01 – 15.00 น. ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านกาแฟแบบ Stand Alone แหล่งหาข้อมูลร้านกาแฟ คือ ถามเพื่อน/คนรู้จัก จำนวนคนที่ไปใช้บริการร้านกาแฟแต่ละครั้งนับรวมผู้ตอบแบบสอบถามด้วยจำนวน 3-5 คน โดยมีลักษณะการให้บริการคือ ทั้งบริเวณที่ร้านและช้อกลับบ้าน และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 31 – 50 บาท การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในครั้งต่อไป คือ ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ รองลงมาคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ อีกทั้งพบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง คือ รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเลือกซื้อเอสเปรสโซ่ บ่อยที่สุด และเลือกซื้อเค้กเป็นอาหารว่าง ไปใช้บริการที่ร้านกาแฟคอฟฟี่บัส (Coffee Bus) บ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟดังกล่าว เนื่องจากคิดใจในรสชาติ รองลงมา คือ ราคาเหมาะสม และวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการร้านกาแฟ คือ ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ รองลงมาคือ นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ คือ ตนเอง ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ คือ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน แต่ไม่มีความแน่นอนในวันที่ไปใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนช่วงเวลาที่ไปใช้บริการร้านกาแฟ คือ 12.01 – 15.00 น. ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านกาแฟแบบ Stand Alone แหล่งหาข้อมูลร้านกาแฟ คือ ถามเพื่อน/คนรู้จัก จำนวนคนที่ไปใช้บริการร้านกาแฟแต่ละครั้งคือ 2 คน มีลักษณะการให้บริการคือ ทั้งบริเวณที่ร้านและช้อกลับบ้าน และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง 31 – 50 บาท การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในครั้งต่อไป คือ ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ รองลงมาคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ อีกทั้งพบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน

พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามรายได้

เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท เลือกซื้อ โกโก้ มากที่สุด รองลงมาคือ ชา และเลือกซื้อเค้กเป็นของว่างมากที่สุด รองลงมาคือ ไมทาน ไปใช้บริการร้านกาแฟคอฟฟี่บัสบ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟดังกล่าว ส่วนใหญ่เนื่องจากคิดใจในรสชาติ รองลงมาคือราคาเหมาะสม วัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการร้านกาแฟส่วนใหญ่ คือ ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ รองลงมาคือ นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน และพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟของผู้ตอบ

แบบสอบถาม คือ ตนเอง ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ คือ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ไม่ทราบช่วงวันที่แน่นอนในการไปใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนช่วงเวลาที่ไปใช้บริการร้านกาแฟคือ 12.01 – 15.00 น. เลือกไปใช้บริการร้านกาแฟแบบ Stand Alone ส่วนแหล่งหาข้อมูลร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ถามเพื่อน/คนรู้จัก มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการร้านกาแฟแต่ละครั้งนับรวมผู้ตอบแบบสอบถามด้วยมีจำนวน 3-5 คน ลักษณะการให้บริการ คือ ทั้งบริเวณที่ร้านและชื้อกลับบ้าน และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งโดยเฉลี่ย 31 – 50 บาท และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในครั้งต่อไป คือ ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ รองลงมาคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ อีกทั้งพบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท เลือกซื้อ คาปูชิโน มากที่สุด รองลงมาคือ ชา และเลือกซื้อเค้กเป็นของว่างมากที่สุด รองลงมาคือ ไม้ทาน ไปใช้บริการร้านกาแฟคอฟฟี่บ๊อบบี้ที่สุด โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟดังกล่าว ส่วนใหญ่เนื่องจากติดใจในรสชาติ รองลงมาคือราคาเหมาะสม วัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการร้านกาแฟส่วนใหญ่ คือ ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ รองลงมาคือ นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน และพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ตนเอง ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ คือ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ไม่ทราบช่วงวันที่แน่นอนในการไปใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนช่วงเวลาที่ไปใช้บริการร้านกาแฟคือ 12.01 – 15.00 น. เลือกไปใช้บริการร้านกาแฟแบบ Stand Alone ส่วนแหล่งหาข้อมูลร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ถามเพื่อน/คนรู้จัก มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการร้านกาแฟแต่ละครั้งนับรวมผู้ตอบแบบสอบถามด้วยมีจำนวน 3-5 คน ลักษณะการให้บริการ คือ ทั้งบริเวณที่ร้านและชื้อกลับบ้าน และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งโดยเฉลี่ย 31 – 50 บาท และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในครั้งต่อไป คือ ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ รองลงมาคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ อีกทั้งพบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,000 บาท เลือกซื้อเอสเปรสโซ่ มากที่สุด รองลงมาคือ คาปูชิโน แต่ไม่ทานขนม/อาหารว่าง โดยเลือกใช้

บริการร้านกาแฟวี สาขาลำปางบ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟดังกล่าว ส่วนใหญ่เนื่องจากคิดใจในรสชาติ รองลงมาคือราคาเหมาะสม วัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการร้านกาแฟส่วนใหญ่ คือ ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ รองลงมาคือ นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน และพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ตนเอง ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ คือ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ไม่ทราบช่วงวันที่แน่นอนในการไปใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนช่วงเวลาที่ไปใช้บริการร้านกาแฟ คือ 12.01 – 15.00 น. และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกไปใช้บริการร้านกาแฟแบบ Stand Alone ส่วนแหล่งหาข้อมูลร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ถามเพื่อน/คนรู้จัก โดยไปใช้บริการร้านกาแฟครั้งละ 2 คน ลักษณะการให้บริการ คือ ทั้งบริโภคร้านและซื้อกลับบ้าน และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งโดยเฉลี่ย 31 – 50 บาท ส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในครั้งต่อไป คือ ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ รองลงมาคือ เลือกร้านเดิมที่เคยใช้บริการ อีกทั้งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมผู้บริโภค	เพศ	
	ชาย	หญิง
ร้านกาแฟที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด	คอฟฟี่บัส (Coffee Bus) (ร้อยละ 27.53)	คอฟฟี่บัส (Coffee Bus) (ร้อยละ 22.07)
เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟดังกล่าว	ติดใจในรสชาติ (ร้อยละ 69.66)	ติดใจในรสชาติ (ร้อยละ 64.86)
เครื่องดื่มที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	เอสเปรสโซ่ (ร้อยละ 21.91)	เอสเปรสโซ่ (ร้อยละ 21.17)
ขนม/อาหารว่างที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	ไม่ทาน (ร้อยละ 41.57)	เค้ก (ร้อยละ 53.60)
วัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการร้านกาแฟ	ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ (ร้อยละ 71.35)	ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ (ร้อยละ 71.17)
ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ	ตนเอง (ร้อยละ 58.99)	ตนเอง (ร้อยละ 67.57)
จำนวนผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง	3-5 คน (ร้อยละ 39.89)	2 คน (ร้อยละ 45.50)
ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 46.63)	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 50.00)
ช่วงวันที่มาใช้บริการร้านกาแฟ	ไม่แน่นอน (ร้อยละ 75.28)	ไม่แน่นอน (ร้อยละ 63.06)
ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านกาแฟ	12.01-15.00 น. (ร้อยละ 38.20)	12.01-15.00 น. (ร้อยละ 38.74)
ลักษณะการใช้บริการ	ทั้ง 2 อย่าง (ร้อยละ 46.63)	ทั้ง 2 อย่าง (ร้อยละ 43.69)
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	31-50 บาท (ร้อยละ 41.01)	31-50 บาท (ร้อยละ 41.89)
แหล่งข้อมูลร้านกาแฟ	ถามเพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 42.13)	ถามเพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 40.09)
การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในครั้งต่อไป	ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลงไปใช้บริการ (ร้อยละ 52.25)	ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลงไปใช้บริการ (ร้อยละ 50.45)
สถานที่ในการใช้บริการร้านกาแฟ	ร้านกาแฟแบบ Stand Alone (ร้อยละ 80.90)	ร้านกาแฟแบบ Stand Alone (ร้อยละ 86.94)

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.55)	ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.43)
ด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.42)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.28)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.41)	ที่ตั้งร้านหาง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.19)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.99)	มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด (ร้อยละ 3.83)
ด้านบุคลากร	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.53)	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.40)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	การมีที่นั่งสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.45)	ความสะอาดของร้าน และบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.37)
ด้านกระบวนการให้บริการ	ความรวดเร็วในการให้บริการและถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.46)	ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมผู้บริโภค	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
ร้านกาแฟที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด	คอฟฟี่บัส (Coffee Bus) (ร้อยละ 30.10)	คอฟฟี่บัส (Coffee Bus) (ร้อยละ 22.55)	กาแฟวาวิ (ร้อยละ 32.35)
เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟดังกล่าว	จิตใจในรสชาติ (ร้อยละ 65.31)	จิตใจในรสชาติ (ร้อยละ 60.78)	จิตใจในรสชาติ (ร้อยละ 76.47)
เครื่องดื่มที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	โกโก้ (ร้อยละ 24.49)	คาปูชิโน (ร้อยละ 28.43)	เอสเปรสโซ่ (ร้อยละ 21.50)
ขนม/อาหารว่างที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	เค้ก (ร้อยละ 47.96)	เค้ก (ร้อยละ 41.18)	ไม่ทาน (ร้อยละ 42.16)
วัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการร้านกาแฟ	ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ (ร้อยละ 73.98)	ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ (ร้อยละ 61.76)	ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ (ร้อยละ 75.49)
ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ	ตนเอง (ร้อยละ 59.18)	ตนเอง (ร้อยละ 65.69)	ตนเอง (ร้อยละ 70.59)
จำนวนผู้ใช้บริการร้านกาแฟต่อครั้ง	3-5 คน (ร้อยละ 42.86)	3-5 คน (ร้อยละ 39.22)	2 คน (ร้อยละ 50.00)
ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟ	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 43.37)	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 50.98)	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 55.88)
ช่วงวันที่มาใช้บริการร้านกาแฟ	ไม่แน่นอน (ร้อยละ 70.92)	ไม่แน่นอน (ร้อยละ 62.75)	ไม่แน่นอน (ร้อยละ 69.61)
ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านกาแฟ	12.01-15.00 น. (ร้อยละ 40.31)	12.01-15.00 น. (ร้อยละ 35.29)	12.01-15.00 น. (ร้อยละ 38.24)
ลักษณะการให้บริการ	ทั้ง 2 อย่าง (ร้อยละ 46.63)	ทั้ง 2 อย่าง (ร้อยละ 43.69)	ทั้ง 2 อย่าง (ร้อยละ 43.69)
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง	31-50 บาท (ร้อยละ 38.78)	31-50 บาท (ร้อยละ 46.08)	31-50 บาท (ร้อยละ 42.16)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมผู้บริโภค	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
แหล่งข้อมูลร้านกาแฟ	ถามเพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 41.84)	ถามเพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 45.10)	ถามเพื่อน/คนรู้จัก (ร้อยละ 35.29)
การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในครั้งต่อไป	ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลงไปใช้บริการ (ร้อยละ 50.51)	ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลงไปใช้บริการ (ร้อยละ 54.90)	ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลงไปใช้บริการ (ร้อยละ 49.02)
สถานที่ในการใช้บริการร้านกาแฟ	ร้านกาแฟแบบ Stand Alone (ร้อยละ 85.20)	ร้านกาแฟแบบ Stand Alone (ร้อยละ 82.35)	ร้านกาแฟแบบ Stand Alone (ร้อยละ 84.31)

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.40)	ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.54)	ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.56)
ด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.31)	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) (ค่าเฉลี่ย 4.48)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่ตั้งร้านหาง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27)	มีที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.33)	มีที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.43)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.81)	มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.00)	มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 5.6 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
ด้านบุคลากร	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.37)	มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.59)	การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.51)
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความสะอาดของร้าน และบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.34)	ความสะอาดของร้าน และบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.47)	ความสะอาดของร้าน และบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.45)
ด้านกระบวนการให้บริการ	ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.30)	ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.42)	ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.34)

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อ การใช้ การเลือกบริการ คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ ทำให้พบว่า

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน นักศึกษา

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเอสเปรสโซ่ มากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าเครื่องดื่มที่นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เลือกดื่มเป็นประจำ คือ คาปูชิโน ทั้งนี้อาจเนื่องจากคาปูชิโนเป็นกาแฟที่มีส่วนผสมของนมมากกว่า จึงมีความเข้มข้นของกาแฟน้อยกว่าเอสเปรสโซ่ ซึ่งเหมาะกับกลุ่มนักศึกษามากกว่ากลุ่มคนทำงานที่ต้องการรสชาติกาแฟที่เข้มข้นกว่า ส่วนขนม/อาหารว่างผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเค้ก มากที่สุด รองลงมาคือไม่ทานของว่าง

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟนั้นๆ เนื่องจากตั้งใจในรสชาติของเครื่องดื่มมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาวุฒิกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าสาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟนั้นๆ คือ รสชาติของกาแฟ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แล้วพบว่าสาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟนั้นๆ เพราะสะดวกในการใช้บริการ ส่วนวัตถุประสงค์ในการใช้บริการร้านกาแฟ คือ ดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ รองลงมาคือ นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน และพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของ ชลธิรา อินทรเทพ (2546) อีกเช่นกัน ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านกาแฟเพื่อดื่มกาแฟ นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อน และพักผ่อนหย่อนใจ และสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านกาแฟเพื่อดื่มกาแฟ

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ตนเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาวุฒิกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษานักศึกษาพบว่าผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ กลุ่มเพื่อน

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด จากการศึกษาพบว่าความถี่ในการไปใช้บริการร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาวุฒิกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผล

ต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษานี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านกาแฟมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน และสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษานี้พบว่า ความถี่ในการไปใช้บริการร้านกาแฟมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนเช่นกัน ส่วนช่วงวันในการไปใช้บริการร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ไม่น่าจะแน่นอน รองลงมาคือ เสาร์-อาทิตย์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และจากการศึกษาพบว่า วันที่มาใช้บริการร้านกาแฟ คือ วันจันทร์-พฤหัสบดี สำหรับช่วงเวลาในการไปใช้บริการร้านกาแฟ คือ ช่วง 12.01 – 15.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาพบว่า ช่วงเวลาในการไปใช้บริการร้านกาแฟ คือ ช่วง 12.01 – 15.00 น.

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านกาแฟแบบ Stand Alone ร้านกาแฟที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ร้านกาแฟคอฟฟี่บัส (Coffee Bus) รองลงมาคือ โก้กาแฟ และวาวิ สาขาลำปาง ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาวุฒิกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าร้านกาแฟที่ไปใช้บริการมากที่สุด คือ ร้านสตาร์บัคส์และวาวิ ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดลำปางยังไม่มีร้านสตาร์บัคส์ มีเพียงร้านวาวิและร้านกาแฟตราสินค้าท้องถิ่นเท่านั้น

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลร้านกาแฟโดยการถามเพื่อน/คนรู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า สื่อที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟ คือ เพื่อน และไปใช้บริการร้านกาแฟครั้งละ 2 คน รองลงมาคือ 3-5 คน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาวุฒิกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ที่พบว่าจำนวนผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟแต่ละครั้งประมาณ 2-3 คน ส่วนค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านกาแฟแต่ละครั้งอยู่ที่ประมาณ 31-50 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาวุฒิกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการ

บริโภคนกคาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ที่พบว่าค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง คือ 51-100 บาท ทั้งนี้เนื่องจาก ระดับราคาเฉลี่ยของกาแฟที่จังหวัดลำปางและจังหวัดเชียงใหม่ต่างกัน ส่วนลักษณะการบริโภคคือ ทั้งบริโภคที่ร้านและซื้อกลับบ้าน และการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในครั้งต่อไป คือ ถ้ามีร้านใหม่ก็จะลองไปใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดภายในร้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุภารัตน์ พุทรวงศ์ (2551) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดภายในร้าน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของ ชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษานักศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟมากที่สุด คือ รสชาติของกาแฟ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษานักศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้

บริการร้านกาแฟที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ พุทธิวงศ์ (2551) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องป้ายบอกราคาที่ชัดเจนเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีที่จอดรถสะดวก ที่ตั้งร้าน หาง่าย และที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ใกล้กับคณะหรือสถานที่เรียน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ให้ส่วนลดแก่สมาชิก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดของร้าน และบริเวณร้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุภารัตน์ พุทธวงศ์ (2551) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในร้านเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ และความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยย่อยทางด้านกระบวนการให้บริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยทางด้านกระบวนการให้บริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟมากที่สุด คือ การได้รับสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุภารัตน์ พุทธวงศ์ (2551) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระบบการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว เป็นอันดับแรก

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง ในครั้งนี้ แสดงเห็นว่าผู้บริโภคไม่ได้แค่ต้องการซื้อและบริโภคกาแฟหรือเครื่องดื่มเพียงอย่างเดียว แต่ผู้บริโภคยังมองร้านกาแฟเป็นสถานที่นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อนฝูงและเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถาม อีกทั้งเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ร้านกาแฟ ไม่เพียงแต่เพราะรสชาติของกาแฟ/เครื่องดื่ม แต่ยังเป็นเพราะบรรยากาศของร้านกาแฟอีกด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้สอดคล้องกับการศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสดและป๊อปปี้ที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในร้านกาแฟสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และผลการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาออกมาสอดคล้องกัน ที่แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่ได้ต้องการเพียงแค่กาแฟหนึ่งแก้ว นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในทุกปัจจัย โดยเฉพาะเรื่องผลิตภัณฑ์หรือราคาเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการให้บริการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพของร้าน

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ร้านกาแฟสดกลายเป็น Third Place สำหรับผู้บริโภคหลายๆ ท่าน ซึ่งรสชาติของกาแฟที่ได้จากกาแฟสดคั่วบด การให้บริการ และบรรยากาศของร้านกาแฟ จึงทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ใหม่ ที่ไม่สามารถได้จากกาแฟสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป ดังนั้นผู้ที่ทำธุรกิจร้านกาแฟหรือสนใจจะทำธุรกิจร้านกาแฟ จึงต้องให้ความสำคัญในทุกๆ ด้าน ไม่เพียงแต่ผลิตภัณฑ์เท่านั้น เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง มีข้อค้นพบดังนี้

1. เครื่องดื่มที่ผู้ให้บริการร้านกาแฟส่วนใหญ่เลือกซื้อบ่อยที่สุด คือ เครื่องดื่มประเภทกาแฟ เช่น เอสเปรสโซ่และคาปูชิโน มีเพียงผู้ให้บริการร้านกาแฟที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือนเท่านั้น ที่เลือกซื้อ โก โก้บ่อยที่สุด
2. มีเพียงผู้ให้บริการร้านกาแฟที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือนเท่านั้น ที่เลือกไม่ทานขนม/อาหารว่าง เป็นอันดับหนึ่ง ส่วนผู้ให้บริการร้านกาแฟอื่นๆ เลือกซื้อเค้กบ่อยที่สุด
3. เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟนั้นๆ น้อยที่สุด คือ เวลาเปิด-ปิดสะดวก และยี่ห้อกาแฟ/ร้าน
4. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านกาแฟน้อยที่สุด คือ 06.00-09.00 น.
5. ผู้ให้บริการร้านกาแฟส่วนน้อยเสียค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 150 บาท
6. ผู้ให้บริการร้านกาแฟทุกระดับรายได้เสียค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 31-50 บาท ไม่แตกต่างกัน

7. วิทยุ เป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้บริการจะใช้หาข้อมูลร้านกาแฟน้อยที่สุด แต่หาข้อมูลโดยการถามเพื่อน/คนรู้จัก มากที่สุด
8. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการร้านกาแฟให้ความสำคัญกับการมีขนม/อาหารว่างจำหน่าย เป็นอันดับสุดท้าย
9. ปัจจัยด้านราคา ผู้ใช้บริการร้านกาแฟให้ความสำคัญกับการมีราคาให้เลือกตามภาระบรรจุ เป็นอันดับสุดท้าย
10. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการร้านกาแฟให้ความสำคัญกับบริการจัดส่งถึงที่พักหรือที่ทำงาน เป็นอันดับสุดท้าย
11. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการร้านกาแฟให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายที่มีการให้ทดลองชิมฟรี เป็นอันดับสุดท้าย
12. ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการร้านกาแฟให้ความสำคัญกับความสามารถในการตอบข้อซักถามและการให้ข้อมูลของพนักงาน เป็นอันดับสุดท้าย
13. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการร้านกาแฟให้ความสำคัญกับการมีพื้นที่ให้สูบบุหรี่ เป็นอันดับสุดท้าย
14. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการร้านกาแฟให้ความสำคัญกับเวลาที่ต้องรอในการสั่งซื้อสินค้า รอรับสินค้า และรอชำระเงิน เป็นอันดับสุดท้าย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง มีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ

สำหรับผู้ที่กำลังประกอบธุรกิจร้านกาแฟอยู่ ควรจะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปางมีการแข่งขันที่สูงขึ้น มีคู่แข่งเกิดขึ้นมากมาย ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ชอบลองประสบการณ์ใหม่ๆ ทดลองร้านใหม่ไปเรื่อยๆ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะให้แก่ผู้ที่กำลังประกอบธุรกิจร้านกาแฟดังต่อไปนี้ เพื่อรักษาลูกค้าของร้านไม่ให้เปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งและเพิ่มยอดขาย

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ต้องทำให้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านสะอาดและสดใหม่อย่างสม่ำเสมอ
2. ควรเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) ที่บริโภคควบคู่ไปกับกาแฟได้ เช่น เค้ก แขนวิช เพื่อเพิ่มการซื้อต่อครั้ง

3. วัตถุดิบที่ใช้ควรมีคุณภาพเหมาะสมตามที่กลุ่มเป้าหมายของร้านยอมรับได้ และคุณภาพคงที่ เพื่อรสชาติที่สม่ำเสมอ
4. สูตรกาแฟไม่ตายตัวสามารถปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของลูกค้าได้ (Customization) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ร้านกาแฟควรมีการให้ทำสมาชิก ทำฐานข้อมูลของลูกค้า เพื่อการติดต่อสื่อสารและเสนอสิทธิพิเศษต่างๆ ให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง
2. ควรมีการส่งเสริมการตลาดโดยการให้สะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 10 แก้ว แลกฟรี 1 แก้ว เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ
3. ควรมีการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (Quantity Discount) เช่น ซื้อเครื่องดื่ม 2 แก้ว ลดทันที 10% เพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อ
4. ร้านกาแฟควรมีการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook เพื่อสร้างสังคมออนไลน์ (Online Community) ระหว่างร้านกาแฟและลูกค้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างร้านกาแฟกับลูกค้า โดยการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ เช่น โปรโมชั่น หรือแม้กระทั่งเป็นสถานที่แสดงความคิดเห็น หรือคำถาม-คำตอบ ระหว่างร้านกับลูกค้าด้วย จนลูกค้าเกิดความผูกพันกับร้านกาแฟนั้นๆ

ด้านบุคลากร

ควรมีการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอให้มีมารยาทและเต็มใจที่จะให้บริการ เนื่องจากพนักงานเป็นผู้ที่สื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง และผู้บริโภคมาใช้บริการร้านกาแฟไม่เพียงเพื่อซื้อกาแฟแต่มาซื้อบริการด้วย ดังนั้นการบริการของพนักงานที่ไม่ดีอาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งได้

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

1. บริเวณใกล้เคียงและหน้าร้านควรมีป้ายให้เห็นชัดเจน และน่าดึงดูด
2. ควรตกแต่งร้านให้ร่มรื่นมากขึ้น และให้บริการเก้าอี้ที่นั่งสบาย เพิ่มบรรยากาศร้านโดยการเปิดเพลงสบายๆ เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการใช้บริการร้านกาแฟนอกจากดื่มกาแฟ คือ นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อนและพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นเมื่อร้านกาแฟสามารถให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ก็จะทำให้ลูกค้าอยู่นานขึ้นและซื้อมากขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ

1. ระบบการจัดการและการให้บริการจะต้องไม่ยุ่งยากซับซ้อนเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการ
2. ควรมีกล่องรับความคิดเห็นจากลูกค้า เพื่อนำความคิดเห็นดังกล่าวมาปรับปรุงร้านกาแฟให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการไปใช้บริการร้านกาแฟร้านนั้นๆ ประกอบกับมีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมจะทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ และบอกต่อ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจจะเปิดร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปางในครั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ คือ กลุ่มคนวัยทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ผู้บริโภคจะเลือกร้านกาแฟที่รสชาติของกาแฟ ราคาเหมาะสม และบรรยากาศของร้าน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านกาแฟเมื่อต้องการพบปะสังสรรค์กับเพื่อน หรือต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นควรเลือกทำร้านกาแฟแบบ Stand Alone ที่มีที่จอดรถสะดวก และใกล้ที่ทำงาน เป็นต้น

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปางของผู้ใช้บริการ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดภายในร้าน รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ และความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดภายในร้าน ดังนั้น

1. สินค้าที่กำหนดภายในร้านกาแฟต้องสะอาด รวมไปถึงภาชนะที่ใช้บรรจุเครื่องดื่มจะต้องดูแลแล้วสะอาด
2. กาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ ควรจะมีระบบการจัดการวัตถุดิบที่ดีเพื่อให้สินค้าสดและใหม่อยู่เสมอ
3. วัตถุดิบที่ใช้ควรมีคุณภาพที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นเมล็ดกาแฟ ใบชา หรือส่วนผสมต่างๆ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้มีผลต่อรสชาติของเครื่องดื่ม
4. ควรมีบาร์ิสต้าที่เชี่ยวชาญในการชงกาแฟเพื่อทำรสชาติของเครื่องดื่มให้คงที่
5. สูตรกาแฟไม่ตายตัวสามารถปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของลูกค้าได้ (Customization) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

6. เครื่องดื่มที่ผู้ใช้บริการเลือกซื้อบ่อยที่สุด คือ เอสเปรสโซ่ คาปูชิโน และชา ดังนั้นร้านกาแฟควรให้ความสำคัญกับเครื่องดื่ม 3 ชนิดนี้เป็นหลัก
7. หากร้านกาแฟต้องการจำหน่ายขนม/อาหารว่าง ควรนำเค้กมาจำหน่าย
8. สินค้าไม่ควรหลากหลายจนเกินไป จนไม่สามารถควบคุมคุณภาพและรสชาติได้
9. สร้างความแตกต่างโดยการสร้างตราयीหือ เนื่องจากกาแฟและเครื่องดื่มๆ เป็นสินค้าที่มีความแตกต่างค่อนข้างน้อย ดังนั้นตราयीหือจะเป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างออกจากคู่แข่ง ร้านกาแฟควรมีชื่อและสัญลักษณ์เป็นของตัวเองที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของร้าน ซึ่งไม่จำเป็นต้องซื้อแฟรนไชส์ที่เป็นตราयीหือที่รู้จักมาก่อน สามารถสร้างตราयीหือท้องถิ่นเองได้ และผลการศึกษานี้ก็ได้สนับสนุนว่า ร้านกาแฟที่ผู้ใช้บริการในจังหวัดลำปางเลือกใช้บริการเป็นประจำ 3 อันดับแรกคือ คอฟฟี่บัส โก้กาแฟ และวาวี ซึ่ง 3 ร้านนี้เป็นร้านกาแฟที่มีการสร้างตราयीหือได้อย่างเด่นชัด

ด้านราคา ในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายบอกราคาชัดเจน (เมนู) และราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านกาแฟอื่น ดังนั้นในการตั้งราคาจะต้องคำนึงถึงต้นทุน เพื่อจะตั้งราคาให้เป็นไปตามคุณภาพของสินค้าและบริการ และควรดูราคาคู่แข่งกันควบคู่ไปด้วย เพื่อจะได้ตั้งราคาที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ ซึ่งควรอยู่ในช่วง 31-50 บาท และร้านกาแฟควรมีป้ายแสดงราคาเครื่องดื่มและขนม/อาหารว่างที่ชัดเจน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้านและบริเวณร้าน การมีที่นั่งสะดวก สบาย และบรรยากาศในร้านเป็นกันเอง และวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการร้านกาแฟที่นอกจากการมาดื่มกาแฟ/เครื่องดื่มอื่นๆ คือ ใช้ร้านกาแฟเป็นที่นัดพบปะพูดคุยกับเพื่อนๆ และพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นลักษณะทางกายภาพควรมีลักษณะดังนี้

1. ร้านกาแฟควรรักษาความสะอาดร้านอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นภายในบริเวณร้าน ภายนอกหรือแม้แต่ห้องน้ำที่ต้องรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ
2. เคา์นเตอร์ชงกาแฟควรมีการทำความสะอาดทุกครั้งหลังชงกาแฟ
3. จัดที่นั่งให้เพียงพอต่อความต้องการ ควรจัดเก้าอี้สำหรับรองรับลูกค้า 2-5 คนต่อโต๊ะ
4. ที่นั่งจะต้องนั่งและนั่งสบาย
5. การตกแต่งภายในร้านควรใช้โทนสีอบอุ่น เช่น สีน้ำตาล ครีม เป็นต้น

6. มีการเปิดเพลงฟังสบายๆ
7. เนื่องจากร้านกาแฟที่กลุ่มเป้าหมายเลือกใช้บริการมากเป็น 3 อันดับแรกนั้น เป็นร้านกาแฟแบบ Stand Alone ที่มีการจัดสวนและมีต้นไม้ร่มรื่น ดังนั้นร้านกาแฟควรมีทั้งส่วนที่เป็นห้องที่มีเครื่องปรับอากาศ และส่วนที่เป็น Open Air มีการจัดสวน มีต้นไม้ใหญ่ให้ร่มรื่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
8. มีหนังสือพิมพ์และนิตยสารบริการ
9. ควรให้บริการอินเทอร์เน็ต

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการมีที่จอดรถสะดวก ดังนั้นร้านกาแฟควรที่จะเลือกสถานที่ตั้งที่สะดวก จอดรถง่ายหรือมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า

กลุ่มเป้าหมาย คือ คนวัยทำงาน และช่วงเวลาที่ไปใช้บริการร้านกาแฟบ่อยที่สุดคือ ช่วง 12.01-15.00 น. ดังนั้นร้านกาแฟควรตั้งอยู่ใกล้แหล่งทำงานหรือที่พัก เพื่อการเดินทางที่สะดวก และเข้าถึงง่าย

ด้านบุคลากร ในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ และพนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ

ด้วยการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน นอกเหนือจากการแข่งขันกันที่รสชาติเครื่องดื่ม การตกแต่งร้านที่สวยงาม การส่งเสริมการตลาดแล้วนั้น บุคลากรที่ให้บริการก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญมาก ที่จะทำให้อาณาเขตร้านกาแฟนั้นๆเข้าไปอยู่ในใจลูกค้าได้เช่นกัน ดังนั้นร้านกาแฟควรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีใจรักบริการ มารยาทเรียบร้อยและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ และควรมีการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และควรมีบาร์ิสต้าที่เชี่ยวชาญในการชงกาแฟ เพื่อความน่าเชื่อถือของร้าน เจ้าของร้านก็มีส่วนช่วยส่งเสริมให้ร้านกาแฟมีเสน่ห์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเจ้าของร้านควรเอาใจใส่ ทักทายลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอย่างพองามและสม่ำเสมอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก เช่น ส่วนลด การให้ส่วนลดในเทศกาลโอกาสต่าง และการมีการสะสมยอดเพื่อแลกของรางวัล ดังนั้นการส่งเสริมการขายที่ควรใช้คือ ส่วนลด และควรมีการจัดทำระบบสมาชิก เพื่อเป็นฐานข้อมูลลูกค้า ในการติดต่อสื่อสารลูกค้าในครั้งต่อไป

ร้านกาแฟต้องสร้างการรับรู้ก่อน เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้รู้จักร้านกาแฟของเรา แหล่งที่ลูกค้าใช้ในการหาข้อมูลร้านกาแฟเป็นอันดับแรกคือ ตามเพื่อน/คนรู้จัก รองลงมาคือป้ายโฆษณา และไม่หาข้อมูลเลย ดังนั้นร้านกาแฟควรมีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้ป้ายโฆษณา ติดตั้งตามแหล่งที่คาดว่ากลุ่มเป้าหมายจะเข้าถึง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นจนร้านกาแฟของเราเข้าไปเป็นทางเลือกหนึ่งในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟ แต่ไม่ควรโฆษณาผ่านทางวิทยุเพราะเป็นสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกน้อยที่สุด และควรมีการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีต้นทุนไม่สูงและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนวัยทำงานได้ดี เมื่อลูกค้าเกิดการรับรู้ รู้จัก ลูกค้าได้ลองใช้บริการ และสิ่งที่ลูกค้าได้รับเป็นไปตามสิ่งที่ร้านกาแฟได้สื่อสารออกไปจนเกิดความพึงพอใจ จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการและเกิดการบอกต่อ

ด้านกระบวนการให้บริการ ในการตัดสินใจเลือกร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอและความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า มีระบบการให้บริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง และวิธีการรับคำสั่งซื้อของลูกค้าที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ดังนั้นร้านกาแฟควรมีระบบการทำงานที่ดีตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า การส่งมอบและระบบการชำระเงิน เพื่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ในช่วงเวลา 12.01-15.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้บริโภคมาใช้บริการเยอะที่สุด ดังนั้นร้านกาแฟควรจัดเตรียมพนักงานให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า เพื่อการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากในการศึกษานี้ยังพบปัญหาหลายประเด็น เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษารุ่นต่อไป จึงได้สรุปข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษาให้เจาะจงมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและชัดเจนในการนำไปวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
2. แบบสอบถามไม่มีคำถามเกี่ยวกับเวลาที่ใช้ในการใช้บริการร้านกาแฟในแต่ละครั้ง ซึ่งเป็นข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น
3. เนื่องจากการศึกษานี้เก็บข้อมูลในภาพกว้าง จึงไม่สามารถระบุข้อมูลให้ชัดเจนได้ เช่น ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในอำเภอเมืองลำปาง ในด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรกคือความสะอาดของผลิตภัณฑ์

จำหน่ายภายในร้าน รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ และความสดใหม่
ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้าน แต่การศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถระบุได้ว่า
รสชาติของกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ ควรมีรสชาติแบบใดจึงจะตรงกับความต้องการ
ของกลุ่มเป้าหมาย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved