

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการร้านกาแฟที่ตั้งอยู่บนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ ทั้งหมดประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคล กิจกรรม สมสนใจ และความคิดเห็น ของผู้บริโภค ในร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาจากผู้บริโภคจำนวน 300 ราย ในสัดส่วนของผู้บริโภคเป็นเพศชาย 228 คน และเพศหญิง 72 คน ส่วนใหญ่อายุประมาณ 21-25 ปี โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท โดยแหล่งที่มาของรายได้หลักมาจากบิดา มารดา ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะหลักในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่เช่าหอพักอยู่ และภูมิลำเนาเดิมเป็นคน อ.เมืองเชียงใหม่โดยกำเนิด

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ยามว่างจะเล่นอินเทอร์เน็ต ชื่นชอบกีฬาฟุตบอลมากที่สุด ชอบรับประทานอาหารค่ำในหอพัก จะออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเมื่อนัดเจอเพื่อนๆ ชอบซื้อเสื้อผ้าที่ห้างสรรพสินค้า และเมื่อมีโอกาสชอบไปที่ขวทะเล ที่ขวเกาะ เหตุผลที่ใช้บริการร้านกาแฟเพราะอยากดื่มกาแฟ และพบเพื่อนๆ ชอบทานกาแฟเย็น มักไปใช้บริการช่วง 15.00-18.00 น. แต่ทุกครั้งใช้เวลาทาน 1-2 ชั่วโมง

สื่อความบันเทิงที่ผู้บริโภคสนใจคือ โทรทัศน์ เกมส์ และอินเทอร์เน็ต ชอบฟังเพลงสบายๆ ชอบร้านสไตล์โมเดิร์น ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่บริโภคในเรื่องรสชาติ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องกิจกรรมยามว่างในการให้บริการของพนักงาน และชอบสินค้าลดราคา

นอกจากรสชาติของผลิตภัณฑ์แล้วการบริการที่ดีจะทำให้ผู้บริโภคสนใจใช้บริการมากขึ้น เพื่อนเป็นสื่อที่ผู้บริโภคเลือกในการรับรู้ข่าวสาร และอยากให้ร้านกาแฟมีมุมส่วนตัวมากๆ โดยผู้บริโภคจะต้องจ่าย ระหว่าง 51-100 บาท ในการใช้บริการแต่ละครั้ง

## ส่วนที่ 2 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการศึกษาพบว่า สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา จำนวน 244 คน และกลุ่มคนทำงาน จำนวน 56 คน โดยใช้ตัวแปรในการแบ่งได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และกิจกรรมยามว่าง ด้วยวิธี K-Means Cluster Analysis ในการวิเคราะห์

## ส่วนที่ 3 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคล กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ส่วนประสบการณ์ตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ และปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้พบในการใช้บริการร้านกาแฟ

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษามีจำนวน 244 ราย เป็นชาย 198 ราย และเป็นหญิง 46 ราย ส่วนใหญ่อายุอยู่ระหว่าง 15-25 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท โดยรายได้หลักมาจากคุณพ่อคุณแม่ และผู้ปกครอง ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะหลักในชีวิตประจำวัน อาศัยตามหอพัก และบ้านคุณพ่อคุณแม่มากที่สุด ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมเป็นคนต่างอำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา มากที่สุด ยามว่างชอบเล่นเกมส์ และอินเทอร์เน็ต กีฬาที่ชื่นชอบ คือฟุตบอล และแบดมินตัน มักรับประทานอาหารเช้าที่พัก จะไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพื่อนัดเจอเพื่อน ชอบซื้อเสื้อผ้า และรองเท้า ที่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด เมื่อมีโอกาสจะไปเที่ยวทะเล เกาะ และน้ำตก ที่มาใช้บริการร้านกาแฟเพราะนัดพบเพื่อนๆ นิยมทานกาแฟเย็นมากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือระหว่าง 15.00 น.-18.00 น. ระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง สื่อบันเทิงที่ผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาสนใจ คือ การเล่นเกมส์ และอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ชอบฟังเพลงที่ฟังสบายมากที่สุด รูปแบบร้านสไตล์วัยรุ่น และโมเดิร์น เป็นรูปแบบร้านที่สนใจใช้บริการมากที่สุด ผลกระทบที่บริโภคต้องมึรสชาติดี ให้ความสนใจในการบริการเรื่องกิจกรรมยามว่าง และความว่องไวในการบริการมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการขายสนใจการลดราคา มากที่สุด นอกเหนือจากรสชาติแล้ว พนักงานให้บริการดี และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญ เพื่อนเป็นสื่อรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ใช้รับรู้ข่าวสารมากที่สุด สิ่งที่ต้องการให้ร้านกาแฟมีมากที่สุดคือมีมุมส่วนตัวมากๆ ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งต่อผู้บริโภค 1 คน คือ ระหว่าง 51-100 บาท

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วนระดับที่มีผลต่อการใช้

บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

#### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ รสชาติ ความสดใหม่ และความสะอาด

#### **ปัจจัยด้านราคา**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความเหมาะสมของราคา มีป้ายแสดงราคาชัดเจน และราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย

#### **ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย-สถานที่**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย-สถานที่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ท่าเลที่ตั้งของร้าน ใกล้ที่พัก/ ที่ทำงาน และระยะเวลาเปิด-ปิดบริการเหมาะสม

#### **ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บัตรสมาชิกใช้เป็นส่วนลดร้านค้าที่ร่วมรายการ ให้ส่วนลดแก่สมาชิก และแจกของขวัญในโอกาสต่างๆ

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มารยาท และมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีความถูกต้องในรายการสินค้าที่สั่ง ความรวดเร็วในการให้บริการ และขั้นตอนการสั่งไม่ยุ่งยากซับซ้อน

### **ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บรรยากาศของร้านมีความร่มรื่น ความสะอาดของร้าน และมีมุมส่วนตัว

### **ปัญหาที่พบในการใช้บริการของกลุ่มนักเรียน นักศึกษา**

จากการศึกษาปัญหาด้านต่างๆที่ผู้บริโภคกลุ่มกลุ่มนักเรียน นักศึกษาพบขณะใช้บริการร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการใช้บริการ มีบางส่วนที่พบปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์เรื่องรสชาติของผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องที่จอดรถไม่สะดวกและเพียงพอ ด้านกระบวนการการให้บริการเรื่องขั้นตอนการสั่งที่ยุ่งยากซับซ้อน และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเรื่องการไม่มีบริการอินเทอร์เน็ต

### **ส่วนที่ 4 ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ และปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้พบในการใช้บริการร้านกาแฟ**

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานมีจำนวน 56 ราย เป็นชาย 30 ราย และเป็นหญิง 26 ราย ส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 21ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีรายได้มากกว่า 8,000 บาท โดยรายได้หลักมาจากงานประจำ ใช้รถยนต์เป็นพาหนะหลักในชีวิตประจำวัน อาศัยอยู่ที่บ้านตัวเองมากที่สุด ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมเป็น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทมากที่สุด ยามว่างชอบดูโทรทัศน์ กีฬาที่ชื่นชอบ คือฟุตบอล และกอล์ฟ มักรับประทานอาหารเช้าในที่พัก จะไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพราะที่พักทำอาหารไม่ได้ ชอบซื้อเสื้อผ้า และเครื่องประดับ ที่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด เมื่อมีโอกาสจะไปเที่ยวทะเล เกาะน้ำตก และต่างประเทศ ที่มาใช้บริการร้านกาแฟเพราะอยากดื่มกาแฟ นิยมทานกาแฟร้อนมากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือระหว่าง 11.00 น.-15.00 น. ระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง สื่อบันเทิงที่ผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานสนใจ คือ ดูโทรทัศน์มากที่สุด ชอบฟังเพลงที่ฟังสบายมากที่สุด รูปแบบร้านสไตล์โมเดิร์น และมีโซนสวน เป็นรูปแบบร้านที่สนใจใช้บริการมากที่สุด ผลิตภัณฑ์ที่บริโภคต้องมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และรสชาติ ให้ความสำคัญในการบริการเรื่อง กิริยามารยาท ความว่องไว และปริมาณเพียงพอในการบริการมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการขายสนใจการลดราคามากที่สุด นอกเหนือจากรสชาติแล้ว ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ การจัดร้านทันสมัย และพนักงานบริการดีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญที่สุด เพื่อนเป็นสื่อรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ใช้รับรู้ข่าวสารมากที่สุด

สิ่งที่อยากให้อาณาเขตเพิ่มมากที่สุดคือมีที่จอดรถสะดวก ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งต่อผู้บริโภค 1 คน คือระหว่าง 51-100 บาท

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วนระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

#### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ รสชาติ ความสดใหม่ และความสะอาด

#### **ปัจจัยด้านราคา**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความเหมาะสมของราคา ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และมีป้ายแสดงราคาชัดเจน

#### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-สถานที่**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ท่าเลที่ตั้งของร้าน ใกล้ที่พักร/ ที่ทำงาน และระยะเวลาเปิด-ปิดบริการเหมาะสม

#### **ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ให้ส่วนลดแก่สมาชิก บัตรสมาชิกใช้เป็นส่วนลดร้านค้าที่ร่วมรายการ และมีการระดมยอดเพื่อแลกของรางวัล

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ

พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ พนักงานมีบุคลิกภาพดีแต่งกายเหมาะสม และพนักงานให้ความเสมอภาคในการให้บริการ

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ**

ระดับที่มีผลต่อการให้บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ขั้นตอนการสั่งไม่ยุ่งยากซับซ้อน และความถูกต้องในการคิดเงิน

#### **ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ**

ระดับที่มีผลต่อการให้บริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีมุมส่วนตัว บรรยากาศของร้านมีความร่มรื่น และความสะอาดของร้าน

#### **ปัญหาที่พบในการใช้บริการของกลุ่มคนทำงาน**

จากการศึกษาปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานพบขณะใช้บริการร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการใช้บริการ มีบางส่วนพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องที่จอดรถไม่สะดวกและเพียงพอ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการเรื่องขั้นตอนการสั่งที่ยุ่งยากซับซ้อน

**ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม ประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคล กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการร้านกาแฟ และปัญหาที่ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มพบในการใช้บริการร้านกาแฟ**  
**เปรียบเทียบลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค**

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มนักเรียน นักศึกษาอายุเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มคนทำงานระดับการศึกษาของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรี ส่วนกลุ่มคนทำงานส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ระดับของรายได้ในกลุ่มนักเรียน นักศึกษามีรายได้ต่ำกว่ากลุ่มคนทำงาน รายได้ของกลุ่มนักเรียน นักศึกษามาจากพ่อแม่ผู้ปกครองเป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มคนทำงานนั้น รายได้หลักมาจากงานประจำเป็นส่วนใหญ่ โดยพาหนะที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาเป็นรถจักรยานยนต์ ต่างจากกลุ่มคนทำงานใช้รถยนต์เป็นส่วนใหญ่ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาพักตามหอพัก ต่างจากกลุ่มคนทำงานที่ส่วนใหญ่มีบ้านเป็นของตนเอง ภูมิลำเนาเดิมของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ต่างอำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ แต่กลุ่มคนทำงานส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่อยู่แล้ว

### เปรียบเทียบกิจกรรมของผู้บริโภค

กลุ่มนักเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา ส่วนกลุ่มคนทำงานเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทมากที่สุด กิจกรรมยามว่างของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาชอบเล่นเกมส์ และอินเทอร์เน็ต แต่กลุ่มคนทำงานชอบดูโทรทัศน์ กีฬาที่ชื่นชอบของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาคือฟุตบอลและแบดมินตัน ส่วนกลุ่มคนทำงานชอบฟุตบอลและกอล์ฟ ทั้งสองกลุ่มนี้ชอบรับประทานอาหารค่ำในที่พัก กลุ่มนักเรียน นักศึกษาจะไปรับประทานอาหารนอกบ้านเมื่อนัดเจอเพื่อนมากที่สุด ส่วนกลุ่มคนทำงานจะไปรับประทานอาหารนอกบ้านเมื่อที่พักทำอาหารไม่ได้ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาชอบซื้อเสื้อผ้าและรองเท้าที่ห้างสรรพสินค้า ส่วนกลุ่มคนทำงานชอบซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่ห้างสรรพสินค้าเช่นกัน ทั้งสองกลุ่มชอบไปที่ขวทะเล และเกาะมากที่สุด กลุ่มนักเรียน นักศึกษาใช้บริการร้านกาแฟเพื่อนัดเจอเพื่อน ส่วนกลุ่มคนทำงานใช้บริการร้านกาแฟเพราะอยากดื่มกาแฟ ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษานิยมนทานคือกาแฟเย็น ส่วนกลุ่มคนทำงานนิยมนทานกาแฟร้อน ช่วงเวลาที่ใช้บริการของทั้งสองกลุ่มคือ ตั้งแต่ 11.00น. และใช้บริการนาน 1-2 ชั่วโมง

### เปรียบเทียบความสนใจของผู้บริโภค

สื่อบันเทิงที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาสนใจคือ เกมส์และอินเทอร์เน็ต ต่างจากกลุ่มคนทำงานที่สนใจโทรทัศน์มากที่สุด ประเภทของเพลงที่ทั้งสองกลุ่มสนใจเป็นเพลงที่ฟังสบาย กลุ่มนักเรียน นักศึกษาสนใจใช้บริการร้านที่ตกแต่งสไตล์วัยรุ่นและโมเดิร์นมากที่สุด ส่วนกลุ่มคนทำงานสนใจใช้บริการร้านที่ตกแต่งสไตล์โมเดิร์นและมีโซนสวนมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสนใจเรื่องรสชาติที่สุด ส่วนกลุ่มคนทำงานให้ความสนใจเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด ในด้านบริการทั้งสองกลุ่มให้ความสนใจเรื่องกิจกรรมรายการในการบริการมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการขายทั้งสองกลุ่มให้ความสนใจเรื่องการลดราคาสินค้ามากที่สุด

### เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภค

องค์ประกอบนอกเหนือจากรสชาติที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาเห็นว่าบริการที่ดีของพนักงาน และขั้นตอนในการบริการ ไม่ยุ่งยากเป็นสิ่งสำคัญ ส่วนกลุ่มคนทำงานเห็นว่าการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งสองกลุ่มเห็นว่าเพื่อนเป็นสื่อที่ใช้ในการรับรู้ข่าวสารที่ดีที่สุด กลุ่มนักเรียน นักศึกษาอยากให้ร้านกาแฟมีมุมส่วนตัวมากที่สุด ส่วนกลุ่มคนทำงานอยากให้ที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ทั้งสองกลุ่มเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้งเฉลี่ย 51-100 บาทต่อหนึ่งคน

## เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภค คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เรื่องของรสชาติ และอันดับสุดท้ายคือเรื่องคราซีหือ

### ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่ทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เรื่องความเหมาะสมของราคา และปัจจัยด้านราคาที่ทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือ เรื่องบอกราคาส่วนผสมเพิ่มเติม

### ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ เรื่องการมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือ เรื่องการสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ได้

### ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เรื่องบัตรสมาชิกใช้เป็นส่วนลดร้านค้าที่ร่วมรายการได้ ส่วนกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เรื่องการให้ส่วนลดแก่สมาชิก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ส่วนกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย ในเรื่องการออกบูทในงานเทศกาลต่างๆ

### ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากรที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การมีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน ส่วนกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เรื่องปริมาณพนักงานที่เพียงพอในการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากรที่ทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือ เรื่องพนักงานมีความรู้เรื่องกาแฟเป็นอย่างดี

### ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เรื่องความถูกต้องในรายการสินค้าที่สั่ง ส่วนกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ และปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการที่กลุ่มนักเรียน



นักศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือเรื่องความถูกต้องในการคิดเงิน ส่วนกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายเรื่องความถูกต้องในรายการสินค้าที่ส่ง

#### **ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ**

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือบรรยากาศของร้านมีความร่มรื่น ส่วนกลุ่มคนทำงานให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เรื่องการมีมุมส่วนตัวมาก และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย คือเรื่องการมีบริการข่าวสารเช่น UBC

#### **เปรียบเทียบปัญหาที่พบในการใช้บริการของผู้บริโภค**

กลุ่มนักเรียน นักศึกษา เคยพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องของรสชาติ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่องที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ เรื่องขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน และปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เรื่องการไม่มีอินเทอร์เน็ตให้บริการ

ส่วนกลุ่มคนทำงาน เคยพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่องที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ เรื่องขั้นตอนการสั่งยุ่งยากซับซ้อน

#### **อภิปรายผลการศึกษา**

การศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ครั้งนี้ ได้ศึกษาตามแนวคิดและกรอบในการศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตแบบ AIO (The AIO Framework) จากผลสรุปของการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟเป็นชายมากกว่าหญิง อายุอยู่ระหว่าง 21-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิรา อินทรเทพ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟสด เป็นชายมากกว่าหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาดำรงปริญญาตรี และปริญญาตรี และสอดคล้องกับการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวาวิในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟวาวิ เป็นชายมากกว่าหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาดำรงปริญญาตรี และปริญญาตรี

จากการศึกษาพบว่า การใช้บริการและครั้งเสียด่าใช้จ่าย 51-100 บาท สอดคล้องกับการศึกษาของ สมเกียรติ เป็งโต (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวาวิในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ

ครั้ง ต่ำกว่า 100 บาท สอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิรา อินทรเทพ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง โดยเฉลี่ยต่ำกว่า 100 บาท และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้ร้านกาแฟ ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง คือ 51-100 บาท

จากการศึกษาพบว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ 15.00-18.00 น. ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สมเกียรติ เบ็งโต (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวีนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 12.01-15.00 น. และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้ร้านกาแฟ ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ช่วงที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 12.00-15.00 น.

จากการศึกษาพบว่า สื่อที่ใช้ในการรับรู้ข่าวสารที่ดีที่สุดคือ เพื่อน สอดคล้องกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้ร้านกาแฟ ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า สื่อที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟดีที่สุดเพื่อน และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สมเกียรติ เบ็งโต (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวีนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประเภทของสื่อที่ทำให้รู้จักร้านกาแฟดีที่สุดคือป้ายหน้าร้าน

กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ชอบซื้อเสื้อผ้า ที่ห้างสรรพสินค้า กีฬาที่ชื่นชอบคือ ฟุตบอล สอดคล้องกับการศึกษาของ ปกรณ์ สิทธิเลิศ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเป็นประจำคือเสื้อผ้า ที่ห้างสรรพสินค้า กีฬาที่ชื่นชอบคือฟุตบอล

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มนักเรียน นักศึกษา พักอยู่ตามหอพัก ยามว่างชอบเล่นเกมส่และอินเทอร์เน็ต เหตุที่รับประทานอาหารนอกบ้านเพราะนัดเจอเพื่อน เมื่อมีโอกาสชอบเที่ยวทะเล และเกาะ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปกรณ์ สิทธิเลิศ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า วัยรุ่นอยู่บ้านคุณแม่ ยามว่างชอบดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุ เหตุที่รับประทานอาหารนอกบ้านเพราะไปกับครอบครัว สถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบไปคือป่าเขาลำเนาไพร

พาหนะที่ผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษาใช้คือ จักรยานยนต์ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อรรณพ ชัยวุฒิ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องการค้าเนินชีวิตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าพาหนะหลักที่นักเรียนนักศึกษาใช้คือ รถแดงมากที่สุด

กลุ่มคนทำงาน ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัท และพนักงานรัฐวิสาหกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ ศศานุชฌ์ โต้ประเสริฐพงศ์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟพรีเมียมของไทยและต่างประเทศ พบว่า ผู้บริโภคของ ธุรกิจเฟรนไชส์ร้านกาแฟพรีเมียมไทย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และไม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิรา อินทรเทพ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภค กาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มทำงานที่ใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุดคืออาชีพ ธุรกิจส่วนตัว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ มากที่สุด คือปัจจัยด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของนักศึกษาในการเลือกใช้ร้านกาแฟ ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ ปัจจัยด้านบุคลากร และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชลธิรา อินทรเทพ (2546) ได้ทำการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วน ประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษา รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟบนถนน นิมนานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

#### ด้านรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภค

พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟบนถนนนิมนานเหมินท์ อายุมากกว่า 30 ปี มี น้อยกว่าช่วงอายุอื่นๆ ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวยังใช้บริการร้านกาแฟบนถนนนิมนานเหมินท์ใน ปริมาณที่น้อยกว่าอาชีพอื่นๆ รถจักรยานเป็นพาหนะที่ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟใช้น้อยที่สุด มี ผู้บริโภคที่ไม่สนใจกีฬาอย่างมาก ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟไม่ชอบรับประทานอาหารค่ำข้าง นอก Gift Shop เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อน้อยที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้บริโภคชอบไปน้อยที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เหตุผลที่ผู้บริโภคใช้บริการร้านกาแฟน้อยที่สุด คือเล่น อินเทอร์เน็ต ผลิตภัณฑ์นิมทานน้อยที่สุดคือ กาแฟปั่น ช่วงที่ใช้บริการร้านกาแฟน้อยที่สุดคือ ก่อน 11.00 น. สื่อบันเทิงที่ผู้บริโภคสนใจน้อยที่สุดคือ การฟังวิทยุ ร้านที่ตกแต่งสไตล์ทรู โรแมนติก เป็น ร้านที่ผู้บริโภคให้ความสนใจใช้บริการน้อยที่สุด การส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคให้ความสนใจน้อย

ที่สุดคือ การส่งชิงโชค สื่อที่ใช้ในการรับรู้ที่น้อยที่สุดคือ ป้ายหน้าร้าน เมื่อแบ่งตามกลุ่มผู้บริโภค ร้านกาแฟได้ 2 กลุ่ม ดังนี้

ผู้บริโภคกลุ่มนักเรียน นักศึกษา รับประทานอาหารค้ำตามร้านอาหารทั่วไป และ Pub&resterent น้อยที่สุด ชอบซื้อของ Gift Shop น้อยกว่าสินค้าประเภทอื่น และซื้อสินค้าตามโซน การค้ำน้อยที่สุด ผู้บริโภคกลุ่มนี้ชอบไปเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์น้อยที่สุด การติดต่อกู้ค้ำเป็นเหตุผลที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ใช้บริการร้านกาแฟน้อยที่สุด ผลิตภัณฑ์ที่นิยมนาน้อยที่สุดคือ กาแฟปั่น สื่อบันเทิงที่สนใจน้อยกว่าสื่อประเภทอื่นคือ การฟังวิทยุ เพลงที่สนใจน้อยที่สุดคือ เพลงโฟล์คซอง รูปแบบร้านที่ตกแต่งแบบล้านนาเป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้สนใจน้อยที่สุด การส่งเสริมการขายที่สนใจน้อยที่สุดคือ การส่งชิงโชค สื่อที่ใช้ในการรับรู้ที่น้อยที่สุดคือ ป้ายหน้าร้าน

ผู้บริโภคกลุ่มคนทำงานใช้บริการรถสาธารณะน้อยที่สุด กิจกรรมยามว่างที่สนใจน้อยที่สุดคือ การเที่ยวธรรมชาติ ผู้บริโภคกลุ่มนี้รับประทานอาหารค้ำที่ตลาดได้รุ่งน้อยที่สุด อุปกรณ์กีฬาเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ซื้อน้อยที่สุด สถานที่ซื้อสินค้าที่นิยมไปน้อยที่สุดคือ โซน การค้ำ สถานที่เที่ยวที่นิยมไปน้อยที่สุดคือ ที่เที่ยวทางประวัติศาสตร์ เหตุผลที่ใช้บริการร้านกาแฟน้อยที่สุดคือ เล่นอินเตอร์เน็ต เบเกอรี่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นิยมนาน้อยที่สุด การอ่านหนังสือ และการคุยโทรศัพท์ เป็นสื่อบันเทิงที่สนใจน้อยที่สุด รูปแบบร้านที่สนใจใช้บริการน้อยที่สุดคือ หูหรรษา โรแมนติก การส่งชิงโชค การแจกของแถม การสะสมแต้ม เป็นการส่งเสริมการขายที่สนใจน้อยที่สุด ใบปลิว และป้ายหน้าร้านเป็นสื่อที่ใช้รับรู้ที่น้อยที่สุด

#### **ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภค**

พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคเฉลี่ยในระดับน้อย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-สถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคน้อย คือ การสั่งซื้อล่วงหน้าทางโทรศัพท์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการออกบูทในงานเทศกาลต่างๆ

#### **ด้านปัญหาที่ผู้บริโภคพบในการใช้บริการ**

พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการใช้บริการ แต่มีบางส่วนที่พบเป็นปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-สถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษา รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในร้านกาแฟ บนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการจัดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเดียวกับที่ได้ทำการศึกษา และเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

#### ร้านที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญเรื่องของรสชาติไม่ควรเปลี่ยนแปลงบ่อย และควรศึกษาเรื่องของรสชาติที่กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ชอบ ผลิตภัณฑ์ต้องมีความสดใหม่ และควรรักษาความสะอาดของเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตอยู่เสมอ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-สถานที่ ควรจัดหาที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอโดยอาจเช่าพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นที่จอดรถสำหรับลูกค้า โดยการจัดการอาจให้ลูกค้าเสียค่าจอดรถ โดยแลกกับคูปอง เพื่อนำมาแลกซื้อสินค้าของทางร้านในราคาที่จ่ายไป หรือที่นิยมทั่วไปคือให้ลูกค้านำคูปองจอดรถ มาให้ทางร้านประทับตราเมื่อมาใช้บริการจากทางร้าน ทำเลที่ตั้งของร้านถ้าสามารถตั้งใกล้ที่พักหรือที่ทำงานของผู้บริโภคได้ก็จะเป็นผลดี ควรกำหนดระยะเวลาเปิด-ปิดบริการให้เหมาะสมกับผู้บริโภคมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ถ้าร้านมีการทำบัตรสมาชิกบัตรนั้นนอกจากใช้เป็นส่วนลดแล้ว ควรสามารถนำเป็นส่วนลดร้านค้านอื่นได้ เช่น ร้านเกมส์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ควรมีการแจกของขวัญในโอกาสพิเศษต่างๆเพื่อเป็นของสมนาคุณลูกค้า

ด้านบุคลากร พนักงานควรได้รับการอบรมให้มีกิริยามารยาทที่ดี และมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า พนักงานควรมีเพียงพอกับการให้บริการ และควรกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการโดยกาตั้งรางวัลให้ผู้ที่ได้รับโหวตจากผู้ใช้บริการมากที่สุด

ด้านกระบวนการให้บริการ ควรกำชับให้พนักงานใส่ใจเรื่องความถูกต้องในรายการสินค้าที่สั่ง และควรลดขั้นตอนการบริการที่ยุงยากซับซ้อน มีความว่องไว ไม่ให้ลูกค้ารอานาน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรจัดตกแต่งร้านให้มีความร่มรื่น และเนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ชอบเล่นเกมส์ และอินเทอร์เน็ต ดังนั้นควรมีอินเทอร์เน็ตไว้บริการ การตกแต่งร้านควรตกแต่งสไตล์โมเดิร์น หรือสไตล์วัยรุ่น สะอาด และมีมุมส่วนตัวมาก

### ร้านที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนทำงาน

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเน้นเรื่องรสชาติเป็นพิเศษเพราะผู้บริโภคกลุ่มนี้ใช้บริการร้านกาแฟเพราะต้องการดื่มกาแฟมากที่สุด ควรทำการศึกษาและปรับปรุงรสชาติให้ถูกปากมากที่สุด ต้องใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ และอุปกรณ์ที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ต้องสะอาด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย-สถานที่ ควรจัดหาที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอโดยอาจเช่าพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นที่จอดรถสำหรับลูกค้า โดยการจัดการอาจให้ลูกค้าเสียค่าจอดรถ โดยแลกกับคูปอง เพื่อนำมาแลกซื้อสินค้าของทางร้านในราคาที่จ่ายไป หรือที่นิยมทั่วไปคือให้ลูกค้านำคูปองจอดรถ มาให้ทางร้านประทับตราเมื่อมาใช้บริการจากทางร้าน ทำเลที่ตั้งของร้านถ้าสามารถตั้งใกล้ที่พักรหรือที่ทำงานของผู้บริโภคได้ก็จะเป็นผลดี ควรกำหนดระยะเวลาเปิด-ปิดบริการให้เหมาะสมกับผู้บริโภค

ด้านบุคลากร ควรมีจำนวนพนักงานที่เพียงพอกับการให้บริการ ควรคัดเลือกพนักงานที่มีบุคลิกภาพดี และให้การอบรมเรื่องการให้บริการอย่างเสมอภาคแก่ลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ ควรลดขั้นตอนการบริการที่อยู่ยากซับซ้อน มีความรวดเร็ว ไม่ให้ลูกค้ารอนาน และควรกำชับให้พนักงานใส่ใจเรื่องความถูกต้องในการคิดเงิน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ร้านควรตกแต่งสไตล์โมเดิร์น และมีโซนสวน บรรยากาศของร้านร่มรื่น มีมุมส่วนตัวมาก และควรให้ความสำคัญเรื่องความสะอาดของร้าน