

บทที่ 4

ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักศึกษาที่เคยใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยตามสัดส่วนในแต่ละมหาวิทยาลัยตามที่กำหนดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.8) และรองลงมาเป็นเพศชาย (ร้อยละ 43.2) (ตารางที่ 4.1) ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาในหลักสูตรต่อเนื่อง 4 ปี (ร้อยละ 65.8) ที่เหลือเป็นหลักสูตรต่อยอด 2 ปี (ร้อยละ 34.2) (ตารางที่ 4.2) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 2 ลำดับต้นแรก ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาอยู่ใน ชั้นปีที่ 2 (ร้อยละ 31.5) และชั้นปีที่ 4 ขึ้นไปหรือศึกษาต่อยอดปีที่ 2 (ร้อยละ 28.2) (ตารางที่ 4.3) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม ต่อเดือน 2,001-4,000 บาท (ร้อยละ 52.7) รองลงมา มีค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม ต่อเดือน 4,001-6,000 บาท (ร้อยละ 20.7) (ตารางที่ 4.4)

ตาราง 4.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	173	43.2
หญิง	227	56.8
รวม	400	100.0

ตาราง 4.2 หลักสูตรในการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะหลักสูตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่อเนื่อง 4 ปี	263	65.8
ต่อยอด 2 ปี	137	34.2
รวม	400	100.0

ตาราง 4.3 ระดับชั้นปีการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับชั้นปีการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	86	21.5
ชั้นปีที่ 2	126	31.5
ชั้นปีที่ 3 หรือศึกษาต่อยอดปีที่ 1	75	18.8
ชั้นปีที่ 4 ขึ้นไปหรือศึกษาต่อยอดปีที่ 2 ขึ้นไป	113	28.2
รวม	400	100.0

ตาราง 4.4 ค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าใช้จ่ายรายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,000 บาท	74	18.5
2,001-4,000 บาท	211	52.7
4,001-6,000 บาท	83	20.7
6,001-9,000 บาท	27	6.8
9,001 บาทขึ้นไป	5	1.3
รวม	400	100.0

ตาราง 4.5 หน่วยงานของมหาวิทยาลัย (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

หน่วยงานของมหาวิทยาลัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาครัฐบาล	354	88.5
ภาคเอกชน	46	11.5
รวม	400	100.0

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟสด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ (4.44 ± 0.58) รองลงมา คือ รสชาติ (4.3 ± 0.54) ความหลากหลายของชนิดกาแฟ (3.88 ± 0.66) และมีผลิตภัณฑ์อื่น (3.84 ± 0.74) ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมดเป็น 4.12 ± 0.42 (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย±S.D.	แปลผล
	มากที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)	มาก จำนวน (คน) (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)		
รสชาติ	146 (36.5)	241 (60.3)	13 (3.2)	- -	- -	4.3 ± 0.54	มาก
ความหลากหลาย ของชนิดกาแฟ	55 (13.8)	248 (62.0)	91 (22.8)	4 (1.0)	2 (0.5)	3.88 ± 0.66	มาก
มีผลิตภัณฑ์อื่น	64 (15.3)	225 (58.8)	87 (21.8)	14 (3.5)	3 (0.8)	3.84 ± 0.74	มาก
ความสะอาด ของผลิตภัณฑ์	195 (48.8)	187 (46.8)	18 (4.5)	- -	- -	4.44 ± 0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.12 ± 0.42	มาก

4.2.2 ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟสด

ปัจจัยย่อยด้านราคาทั้ง 2 ปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ ระดับราคา (4.04 ± 0.67) รองลงมาคือ การแสดงราคาของผลิตภัณฑ์ในร้าน (4.02 ± 0.71) โดยมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมดเป็น 4.03 ± 0.57 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านราคา

ราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย±S.D.	แปลผล
	มากที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)	มาก จำนวน (คน) (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)		
ระดับราคา	90 (22.5)	242 (60.5)	64 (16.0)	2 (0.5)	2 (0.5)	4.04 ± 0.67	มาก
การแสดงราคา ของผลิตภัณฑ์ ภายในร้าน	99 (24.8)	218 (54.5)	79 (19.8)	2 (0.5)	2 (0.5)	4.02 ± 0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.03 ± 0.57	มาก

4.2.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟสด

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ทั้ง 2 ปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง (3.98 ± 0.67) รองลงมา ช่วงเวลาเปิดบริการ (3.89 ± 0.66) โดยมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมดเป็น 3.93 ± 0.58 (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย±S.D.	แปลผล
	มากที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)	มาก จำนวน (คน) (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้ง	82 (20.5)	233 (58.3)	82 (20.5)	2 (0.5)	1 (0.3)	3.98 ± 0.67	มาก
ช่วงเวลาเปิดบริการ	60 (15.0)	246 (61.5)	87 (21.8)	6 (1.5)	1 (0.3)	3.89 ± 0.66	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.93 ± 0.58	มาก

4.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟสด

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้ง 2 ปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง (3.48 ± 0.93) รองลงมาจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล (3.38 ± 0.95) ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมดเป็น 3.43 ± 0.88 (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย \pm S.D	แปลผล
	มากที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)	มาก จำนวน (คน) (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)		
มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง	55 (13.8)	136 (34.0)	167 (41.8)	29 (7.3)	13 (3.3)	3.48 ± 0.93	ปานกลาง
จัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล	44 (11.0)	173 (43.2)	133 (33.3)	30 (7.5)	20 (5.0)	3.38 ± 0.95	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ยรวม					3.43 ± 0.88	ปานกลาง

4.2.5 ปัจจัยด้านบุคคลที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟสด

ปัจจัยย่อยด้านบุคคลทุกปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ อรรถาศัยของพนักงาน (4.23 ± 0.68) รองลงมา บุคลิกภาพของพนักงาน (4.09 ± 0.71) การแต่งกายของพนักงาน (3.97 ± 0.76) และความเพียงพอของพนักงาน (3.91 ± 0.68) ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมดเป็น 4.05 ± 0.57 (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านบุคคล

บุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย±S.D	แปลผล
	มากที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)	มาก จำนวน (คน) (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)		
บุคลิกภาพ ของพนักงาน	111 (27.8)	226 (56.5)	54 (13.5)	8 (2.0)	1 (0.3)	4.09±0.71	มาก
อรรถาศัยของ พนักงาน	143 (35.8)	216 (54.0)	33 (8.3)	8 (2.0)	-	4.23±0.68	มาก
การแต่งกายของ พนักงาน	88 (22.0)	228 (57.0)	72 (18.0)	8 (2.0)	4 (1.0)	3.97±0.76	มาก
ความเพียงพอของ พนักงาน	64 (16.0)	247 (61.7)	80 (20.0)	7 (1.8)	2 (0.5)	3.91±0.68	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.05±0.57	มาก

4.2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟสด

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ทั้ง 2 ปัจจัยมีความสำคัญ โดยเฉพาะ อยู่ในระดับมาก ต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ (4.25 ± 0.63) รองลงมาความรวดเร็วในการให้บริการ (4.21 ± 0.71) โดยมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมดเป็น 4.23 ± 0.62 (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ

กระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย±S.D.	แปลผล
	มากที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)	มาก จำนวน (คน) (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อยที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)		
ความรวดเร็วในการให้บริการ	145 (36.3.0)	201 (50.3)	49 (12.3)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.21 ± 0.71	มาก
ความถูกต้องในการให้บริการ	140 (35.0)	220 (55.0)	39 (9.8)	1 (0.3)	- -	4.25 ± 0.63	มาก
เฉลี่ยรวม						4.23 ± 0.62	มาก

4.2.7 ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีความสำคัญต่อการให้บริการร้านกาแฟสด

ปัจจัยย่อยด้าน หลักฐานทางกายภาพ ทุกปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ ความสะอาดของร้าน (4.34 ± 0.70) รองลงมา คือ ความสวยงามในการตกแต่งร้าน (4.00 ± 0.71) โดยมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมดเป็น 3.91 ± 0.55 (ตารางที่ 4.12)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

หลักฐานทาง กายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย±S.D.	แปล ผล
	มากที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)	มาก จำนวน (คน) (ร้อยละ)	ปาน กลาง จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (คน) (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด จำนวน (คน) (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของร้าน	42 (10.5)	189 (47.3)	147 (36.8)	13 (3.3)	9 (2.3)	3.59±0.83	มาก
ความเด่นชัดและ ความน่าสนใจ ของร้าน	60 (15.0)	251 (62.8)	81 (20.3)	8 (2.0)	- -	3.90±0.65	มาก
ความสวยงาม ในการตกแต่ง ร้าน	89 (22.3)	236 (59.0)	64 (16.0)	10 (2.5)	1 (0.3)	4.00±0.71	มาก
มีที่นั่งให้บริการ	149 (37.3)	181 (45.3)	63 (15.8)	6 (1.5)	1 (0.3)	4.18±0.76	มาก
ความสะอาด ของร้าน	183 (45.5)	176 (44.0)	36 (9.0)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.34±0.70	มาก
การมีบริการใช้ Internet	87 (21.8)	165 (41.3)	112 (28.0)	22 (5.5)	14 (3.3)	3.70±0.98	มาก
การมีบริการเสริม	61 (15.3)	177 (44.3)	127 (31.8)	21 (5.3)	14 (43.5)	3.62±0.93	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.91±0.55	มาก

4.2.8 ภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการร้าน กาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมมีความสำคัญต่อพฤติกรรม การใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก มี 6 ปัจจัย ได้แก่ ด้านกระบวนการ (4.23 ± 0.62) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ (4.12 ± 0.42) ด้านบุคคล (4.05 ± 0.57) ด้านราคา (4.03 ± 0.57) การจัดจำหน่าย (3.93 ± 0.58) และด้านหลักฐานทางกายภาพ (3.91 ± 0.55) ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญปานกลาง (3.43 ± 0.88) (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ความสำคัญของปัจจัย	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.12 ± 0.42	มาก	2
2. ด้านราคา	4.03 ± 0.57	มาก	4
3. การจัดจำหน่าย	3.93 ± 0.58	มาก	5
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.43 ± 0.88	ปานกลาง	7
5. ด้านบุคคล	4.05 ± 0.57	มาก	3
6. ด้านกระบวนการ	4.23 ± 0.62	มาก	1
7. ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.91 ± 0.55	มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 ± 0.41	มาก	

4.3 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีใน จังหวัดเชียงใหม่

4.3.1 ภาพรวมพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับ ปริญญาตรีใน จังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะการให้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยแบบนำออกไป
รับประทานนอกร้าน (ร้อยละ 57.0) มากกว่าใช้บริการร้านกาแฟแบบนั่งรับประทานภายในร้าน
(ร้อยละ 43.0) (ตารางที่ 4.14)

ตาราง 4.14 ลักษณะการให้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ลักษณะการให้บริการร้านกาแฟสด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นำออกไปรับประทานนอกร้าน	228	57.0
นั่งรับประทานภายในร้าน	172	43.0
รวม	400	100.0

ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย นานๆ ครั้ง (ร้อยละ 52.5) และมีจำนวนน้อยมากเพียงร้อยละ 3.0 ที่ใช้บริการมากกว่าวันละ 1 ครั้ง (ตารางที่ 4.15)

ตาราง 4.15 ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่าวันละ 1 ครั้ง	12	3.0
วันละ 1 ครั้ง	47	11.8
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	47	11.8
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	84	21.0
นาน ๆ ครั้ง	210	52.4
รวม	400	100.0

ระยะเวลาในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการใช้บริการ ไม่เกิน 30 นาทีต่อครั้ง โดยใช้เวลา ในช่วง 15-30 นาที (ร้อยละ 45.0) และไม่เกิน 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 36.2 (ตารางที่ 4.16)

ตาราง 4.16 ระยะเวลาในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ระยะเวลาในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 นาที	145	36.2
15-30 นาที	180	45.0
31 นาที – 1 ชั่วโมง	59	14.8
1-2 ชั่วโมง	12	3.0
2 ชั่วโมงขึ้นไป	4	1.0
รวม	400	100.0

วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดเพื่อดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 47.5 (ตารางที่ 4.17)

ตาราง 4.17 วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์หลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ	190	47.5
รับประทานขนมหรือของว่าง	47	11.7
ทำรายงาน	7	1.8
อ่านหนังสือ	15	3.8
พบปะพูดคุยกับเพื่อน	75	18.7
พักผ่อน	54	13.5
เล่นอินเทอร์เน็ต	10	2.5
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ นั่งเล่น สอนพิเศษ

ชนิดของเครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามดื่มเป็นประจำจากร้านกาแฟสด ภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมดื่มเครื่องดื่มประเภทเย็น 5 ลำดับต้นแรก คือ 1.ชาเย็น 2.คาปูชิโนเย็น 3.โกโก้เย็น 4.ลาเต้เย็น 5.เอสเปรสโซ่เย็น (ร้อยละ 17.5 16.3 12.8 9.8 และ 8.8) (ตารางที่ 4.18)

ตาราง 4.18 ชนิดของเครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามดื่มเป็นประจำจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ชนิดของเครื่องดื่มที่ดื่มเป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (ลำดับ)
เอสเปรสโซ่ร้อน	8	2.0
เอสเปรสโซ่เย็น	35	8.8 (5)
ลาเต้ร้อน	3	0.7 (4)
ลาเต้เย็น	39	9.8
คาปูชิโนร้อน	9	2.2
คาปูชิโนเย็น	65	16.3 (2)
ม็อคคาร้อน	3	0.7
ม็อคคาเย็น	22	5.5
อเมริกาโน่ร้อน	1	0.2
อเมริกาโน่เย็น	3	0.7
โกโก้ร้อน	5	1.3
โกโก้เย็น	51	12.8 (3)
ชาร้อน	1	0.2
ชาเย็น	70	17.5 (1)
ชาเขียวร้อน	1	0.2
ชาเขียวเย็น	16	4
น้ำผลไม้	33	8.3
ผลิตภัณฑ์นมทุกชนิด	28	7.0
อื่น ๆ	7	1.8
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ น้ำอัดลม แฉก้วยปั่น ไมโล โอวัลติน

ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่มจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่ม 3 อันดับแรก คือ ขนมปัง ไม่บริโภคเลย และเค้ก (ร้อยละ 24.8 21.8 และ 20.8 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.19)

ตาราง 4.19 ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่มจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่บริโภค	87	21.8
เค้ก	84	20.8
คุกกี้	47	11.8
ขนมปัง	99	24.8
ไอศกรีม	58	14.5
พาย	19	4.8
อื่นๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ขนมรับประทานเล่น เช่น เลย์ ขนมขี้ไก่ แซนวิช แยมโรล

การใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถาม นอกเหนือจากการดื่มกาแฟและเครื่องดื่มหรือรับประทานของว่าง (ตอบได้หลายข้อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมาก ใช้บริการร้านกาแฟในการทำหลายกิจกรรม คือ พบปะพูดคุยกับเพื่อน (ร้อยละ 64.3) รองลงมา คือ เพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 32.8) อ่านหนังสือ (ร้อยละ 25.0) และเล่นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 24.0) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

ตาราง 4.20 การใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถาม นอกเหนือจากการดื่มกาแฟและเครื่องดื่มหรือรับประทานของว่าง

การใช้บริการร้านกาแฟสดนอกเหนือจากการดื่มกาแฟและเครื่องดื่มหรือรับประทานของว่าง	ใช้บริการ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ใช้ทำอย่างอื่น	66	16.5
ทำรายงาน	55	13.8
พบปะพูดคุยกับเพื่อน	257	64.3
พักผ่อน	131	32.8
อ่านหนังสือ	100	25.0
เล่นอินเทอร์เน็ต	93	24.0
อื่น ๆ	8	2.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ดูโทรทัศน์ สอนพิเศษ คุยโทรศัพท์ ฟังเพลง

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 68.2 (ตารางที่ 4.21)

ตาราง 4.21 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	273	68.2
ผู้ที่มาด้วย	102	25.5
พนักงานหรือเจ้าของร้าน	25	6.3
รวม	400	100.0

ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ช่วงพักเที่ยงร้อยละ 39.7 รองลงมา คือ หลังเลิกเรียนและพักบ่าย (ร้อยละ 22.3 และ ร้อยละ 21.0 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.22)

ตาราง 4.22 ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักเช้า	50	12.5
พักเที่ยง	159	39.7
พักบ่าย	84	21.0
หลังเลิกเรียน	89	22.3
เวลาอื่น ๆ	18	4.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ เมื่อว่าง เช้าก่อนเรียน เย็น ค่ำ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย
 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ที่ใช้บริการร้านกาแฟสดภายใน
 มหาวิทยาลัยไม่เกิน 60 บาท คือ 31-60 บาท และ ไม่เกิน 30 บาท (ร้อยละ 50.5 และ ร้อยละ 33.8)
 (ตารางที่ 4.23)

ตาราง 4.23 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายใน
 มหาวิทยาลัย

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 บาท	135	33.8
31-60 บาท	202	50.5
61-100 บาท	54	13.5
100 บาทขึ้นไป	9	2.2
รวม	400	100.0

4.3.2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยจำแนกตามเพศ

จากพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อพิจารณาตามเพศในประเด็นที่มีความสำคัญต่อการให้บริการร้านกาแฟสดพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะการใช้บริการร้านกาแฟที่คล้ายคลึงกันคือ นำออกไปรับประทานนอกร้าน (เพศชาย ร้อยละ 56.6 และ เพศหญิง ร้อยละ 57.3) (ตารางที่ 4.24) เมื่อพิจารณาถึงความถี่พบว่า ทั้ง 2 เพศ มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟเหมือนกันคือ นานๆ ครั้ง (เพศชาย ร้อยละ 53.2 และ เพศหญิง ร้อยละ 52.0) (ตารางที่ 4.25) สำหรับระยะเวลาในการใช้บริการในร้านนั้นสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ คือ ทั้ง 2 เพศจะใช้บริการร้านกาแฟสดในช่วง 30 นาทีแรก คือ 15-30 นาที และไม่เกิน 15 นาที (เพศชาย ร้อยละ 44.0 และ 41.6 ส่วน เพศหญิง ร้อยละ 45.8 และ 32.1) (ตารางที่ 4.26)

ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดทั้ง 2 เพศ ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ (เพศชาย ร้อยละ 43.9 และ เพศหญิง ร้อยละ 50.2) (ตารางที่ 4.27) เครื่องดื่มที่ดื่มเป็นประจำทั้ง 2 เพศนิยมดื่มเป็นเครื่องดื่มประเภทเย็น โดยพบว่าเพศชายจะนิยมดื่มเครื่องดื่มประเภทกาแฟมากกว่า นั่นคือ คาปูชิโนเย็น เอสเปรสโซเย็น (ร้อยละ 17.9 และ 16.2) ส่วนเพศหญิงนิยมดื่มเครื่องดื่มที่ไม่มีส่วนผสมของกาแฟ คือ ชาเย็นและโกโก้เย็น (ร้อยละ 19.8 และ 18.1) (ตารางที่ 4.28) ส่วนของว่างที่บริโภคนอกเหนือจากเครื่องดื่มพบว่ามีความแตกต่างกัน คือ เพศชายจะไม่บริโภคแต่เพศหญิงจะบริโภคขนมปัง (เพศชาย ร้อยละ 24.3 และ เพศหญิง ร้อยละ 26.4) (ตารางที่ 4.29) ในด้านการเลือกใช้บริการร้านกาแฟทั้งเพศชายและเพศหญิงจะตัดสินใจด้วยตนเอง (เพศชาย ร้อยละ 60.7 และ เพศหญิง ร้อยละ 74.0) (ตารางที่ 4.30) ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านกาแฟตั้งแต่พักเที่ยงเป็นต้นไป โดยพักเที่ยงจะมากที่สุด (เพศชาย ร้อยละ 34.1 และ เพศหญิง ร้อยละ 44.1) (ตารางที่ 4.31) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งจะไม่เกิน 60 บาท โดยส่วนมากอยู่ในช่วง 31-60 บาท (เพศชาย ร้อยละ 50.9 และ เพศหญิง ร้อยละ 50.2) (ตารางที่ 4.32)

ตาราง 4.24 ลักษณะการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

ลักษณะการใช้บริการ ร้านกาแฟสด	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นำออกไปรับประทานนอกร้าน	98	56.6	130	57.3
นั่งรับประทานภายในร้าน	75	43.4	97	42.7
รวม	173	100.0	227	100.0

ตาราง 4.25 ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

ความถี่	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่าวันละ 1 ครั้ง	8	4.6	4	1.8
วันละ 1 ครั้ง	21	12.1	26	11.4
3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	22	12.7	25	11.0
1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	30	17.4	54	23.8
นาน ๆ ครั้ง	92	53.2	118	52.0
รวม	173	100.0	227	100.0

ตาราง 4.26 ระยะเวลาในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 นาที	72	41.6	73	32.1
15-30 นาที	76	44.0	104	45.8
31 นาที – 1 ชั่วโมง	20	11.6	39	17.2
1-2 ชั่วโมง	3	1.7	9	4.0
2 ชั่วโมงขึ้นไป	2	1.1	2	0.9
รวม	173	100.0	227	100.0

ตาราง 4.27 วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย
จำแนกตามเพศ

วัตถุประสงค์หลัก	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ	76	43.9	114	50.2
รับประทานขนมหรือของว่าง	21	12.1	26	11.5
ทำรายงาน	-	-	7	3.1
อ่านหนังสือ	9	5.2	6	2.6
พบปะพูดคุย	35	20.3	40	17.6
พักผ่อน	27	15.6	27	11.9
เล่นอินเทอร์เน็ต	4	2.3	6	2.6
อื่น ๆ	1	0.6	1	0.5
รวม	173	100.0	227	100.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.28 ชนิดของเครื่องดื่มน้ำที่ผู้ตอบแบบสอบถามดื่มนเป็นประจำจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

ชนิดของเครื่องดื่มที่ ดื่มนเป็นประจำ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอสเปรสโซร้อน	7	4.0	1	0.4
เอสเปรสโซเย็น	28	16.2	7	3.1
ลาเต้ร้อน	1	0.6	2	0.9
ลาเต้เย็น	19	11.0	20	8.8
คาปูชิโนร้อน	5	2.9	4	1.8
คาปูชิโนเย็น	31	17.9	34	15.0
ม็อคค่าร้อน	2	1.1	1	0.4
ม็อคค่าเย็น	13	7.5	9	4.0
อเมริกาโน่ร้อน	1	0.6	-	-
อเมริกาโน่เย็น	2	1.1	1	0.4
โกโก้ร้อน	4	2.3	1	0.4
โกโก้เย็น	10	5.8	41	18.1
ชาร้อน	1	0.6	-	-
ชาเย็น	25	14.5	45	19.8
ชาเขียวร้อน	-	-	1	0.4
ชาเขียวเย็น	5	2.9	11	4.9
น้ำผลไม้	10	5.8	23	10.1
ผลิตภัณฑ์นมทุกชนิด	4	2.3	24	10.6
อื่นๆ	5	2.9	2	0.9
รวม	173	100.0	227	100.0

ตาราง 4.29 ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่มจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่ม	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่บริโภค	42	24.3	45	19.8
เค้ก	27	15.6	57	25.1
คุกกี้	18	10.4	29	12.8
ขนมปัง	39	22.5	60	26.4
ไอศกรีม	38	22.0	20	8.8
พาย	5	2.9	14	6.2
อื่นๆ	4	2.3	2	0.9
รวม	173	100.0	227	100.0

ตาราง 4.30 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

ผู้มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	105	60.7	168	74.0
ผู้ที่มาด้วย	48	27.7	54	23.8
พนักงานหรือเจ้าของร้าน	20	11.6	5	2.2
รวม	173	100.0	227	100.0

ตาราง 4.31 ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่ให้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พักเช้า	26	15.1	24	10.6
พักเที่ยง	59	34.1	100	44.1
พักบ่าย	39	22.5	45	19.8
หลังเลิกเรียน	39	22.5	50	22.0
เวลาอื่น ๆ	10	5.8	8	3.5
รวม	173	100.0	227	100.0

ตาราง 4.32 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้ตอบแบบสอบถามภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 บาท	59	34.1	76	33.5
31-60 บาท	88	50.9	114	50.2
61-100 บาท	19	11.0	35	15.4
100 บาทขึ้นไป	7	4.0	2	0.9
รวม	173	100.0	227	100.0

4.3.3 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะหลักสูตร

จากพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อพิจารณาตามลักษณะการศึกษาในประเด็นที่มีความสำคัญต่อการให้บริการร้านกาแฟสดพบว่าทั้ง การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี และ การศึกษาต่อยอด 2 ปี มีลักษณะการให้บริการร้านกาแฟที่คล้ายคลึงกัน คือ นำออกไปรับประทานนอกร้าน (การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี ร้อยละ 55.1 และ การศึกษาต่อยอด 2 ปี ร้อยละ 60.6) (ตารางที่ 4.33) เมื่อพิจารณาถึงความถี่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษามีพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟเหมือนกันคือ นานๆครั้ง (การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี ร้อยละ 52.9 และ การศึกษาต่อยอด 2 ปี ร้อยละ 51.9) (ตารางที่ 4.34) สำหรับระยะเวลาในการใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษาใช้บริการร้านกาแฟสดในช่วง 30 นาทีแรกคล้ายกัน (15-30 นาที และไม่เกิน 15 นาที) (การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี ร้อยละ 39.9 และ 36.5 ส่วนการศึกษาต่อยอด 2 ปี ร้อยละ 54.7 และ 35.8) (ตารางที่ 4.35)

ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษามีวัตถุประสงค์คล้ายกัน คือ ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ (การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี ร้อยละ 44.5 และ การศึกษาต่อยอด 2 ปี ร้อยละ 53.3) (ตารางที่ 4.36) เครื่องดื่มที่ดื่มเป็นประจำจะเป็นเครื่องดื่มประเภทเย็น โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ ศึกษาต่อยอด 2 ปี จะนิยมดื่ม กาปูชิโนเย็น และชาเย็น (ร้อยละ 18.2 และ 14.6) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปีนิยมดื่ม กาปูชิโนเย็นและโกโก้เย็น (ร้อยละ 15.2 และ 14.8) (ตารางที่ 4.37) ของว่างที่บริโภคนอกเหนือจากเครื่องดื่มนั้นผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษามีความแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปีจะบริโภค ขนมปังและเค้ก (ร้อยละ 25.5 และ 22.8) แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อยอด 2 ปีจะไม่บริโภคเลยหรือบริโภคขนมปัง (ร้อยละ 26.3 และ 23.4) (ตารางที่ 4.38) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษาจะตัดสินใจด้วยตนเองในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ (การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี ร้อยละ 67.7 และ การศึกษาต่อยอด 2 ปี ร้อยละ 69.3) (ตารางที่ 4.39) ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษิต่างกัน นั่นคือผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปีจะนิยมใช้บริการตั้งแต่พักเที่ยงเป็นต้นไป ได้แก่ พักบ่าย และหลังเลิกเรียน ตามลำดับ (ร้อยละ 34.2 24.7 และ 25.1) แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อยอด 2 ปีจะนิยมใช้บริการร้านกาแฟพักเที่ยงเวลาเดียว (ร้อยละ 50.3) (ตารางที่ 4.40) ค่าใช้จ่ายต่อครั้งจะอยู่ที่ 31-60 บาท แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี จะมีแนวโน้มที่มากกว่า (การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี ร้อยละ 54.0 และ การศึกษาต่อยอด 2 ปี ร้อยละ 43.8) (ร้อยละ 50.6) (ตารางที่ 4.41)

ตาราง 4.33 ลักษณะการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตาม
ลักษณะหลักสูตร

ลักษณะการใช้บริการ ร้านกาแฟสด	การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี		การศึกษาต่อยอด 2 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นำออกไปรับประทานนอกร้าน	145	55.1	83	60.6
นั่งรับประทานภายในร้าน	118	44.9	54	39.4
รวม	263	100.0	137	100.0

ตาราง 4.34 ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะ
หลักสูตร

ความถี่	การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี		การศึกษาต่อยอด 2 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่าวันละ 1 ครั้ง	8	3.0	4	2.9
วันละ 1 ครั้ง	26	9.9	21	15.3
3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	32	12.2	15	10.9
1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	58	22.0	26	19.0
นาน ๆ ครั้ง	139	52.9	71	51.9
รวม	263	100.0	137	100.0

ตาราง 4.35 ระยะเวลาในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะ
หลักสูตร

ระยะเวลาในการใช้บริการ	การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี		การศึกษาต่อยอด 2 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่นานน 15 นาที	96	36.5	49	35.8
15-30 นาที	105	39.9	75	54.7
31 นาที - 1 ชั่วโมง	50	19.0	9	6.5
1-2 ชั่วโมง	10	3.8	2	1.5
2 ชั่วโมงขึ้นไป	2	0.8	2	1.5
รวม	263	100.0	137	100.0

ตาราง 4.36 วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตาม
ลักษณะหลักสูตร

วัตถุประสงค์หลัก	การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี		การศึกษาต่อยอด 2 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ	117	44.5	73	53.3
รับประทานขนมหรือของว่าง	30	11.4	17	12.4
ทำรายงาน	6	2.3	1	0.7
อ่านหนังสือ	11	4.2	4	2.9
พบปะพูดคุย	51	19.4	24	17.6
พักผ่อน	39	14.8	15	10.9
เล่นอินเทอร์เน็ต	9	3.4	1	0.7
อื่น ๆ	-	-	2	1.5
รวม	263	100.0	137	100.0

ตาราง 4.37 ชนิดของเครื่องดื่มน้ำที่ผู้ตอบแบบสอบถามดื่มน้ำเป็นประจำจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะหลักสูตร

ชนิดของเครื่องดื่มที่ดื่มน้ำเป็นประจำจากร้านกาแฟสด	การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี		การศึกษาต่อยอด 2 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอสเปรสโซร้อน	3	1.1	5	3.7
เอสเปรสโซเย็น	18	6.8	17	12.4
ลาเต้ร้อน	1	0.4	2	1.5
ลาเต้เย็น	22	8.4	17	12.4
คาปูชิโนร้อน	4	1.5	5	3.6
คาปูชิโนเย็น	40	15.2	25	18.2
ม็อคคาลร้อน	3	1.1	-	-
ม็อคคาลเย็น	17	6.5	5	3.7
อเมริกาโนร้อน	1	0.4	-	-
อเมริกาโนเย็น	2	0.8	1	0.7
โกโก้ร้อน	4	1.5	1	0.7
โกโก้เย็น	39	14.8	12	8.8
ชาร้อน	1	0.4	-	-
ชาเย็น	50	19.0	20	14.6
ชาเขียวร้อน	1	0.4	-	-
ชาเขียวเย็น	12	4.6	4	2.9
น้ำผลไม้	20	7.6	13	9.5
ผลิตภัณฑ์นมทุกชนิด	20	7.6	8	5.8
อื่นๆ	5	1.9	2	1.5
รวม	263	100.0	137	100.0

ตาราง 4.38 ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่มจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะหลักสูตร

ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่ม	การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี		การศึกษาต่อยอด 2 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่บริโภค	51	19.4	36	26.3
เค้ก	60	22.8	24	17.5
คุกกี้	33	12.6	14	10.2
ขนมปัง	67	25.5	32	23.4
ไอศกรีม	33	12.5	25	18.3
พาย	14	5.3	5	3.6
อื่นๆ	5	1.9	1	0.7
รวม	263	100.0	137	100.0

ตาราง 4.39 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามลักษณะหลักสูตร

ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ	การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี		การศึกษาต่อยอด 2 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	178	67.7	95	69.3
ผู้ที่มาด้วย	69	26.2	33	24.1
พนักงาน	16	6.1	9	6.6
รวม	263	100.0	154	100.0

ตาราง 4.40 ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านกาแฟสภายามมหาวิทยาลัย จําแนกตามลักษณะหลักสูตร

ช่วงเวลาที่ให้บริการ	การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี		การศึกษาต่อยอด 2 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักเช้า	30	11.4	20	14.6
พักเที่ยง	90	34.2	69	50.3
พักบ่าย	65	24.7	19	13.9
หลังเลิกเรียน	66	25.1	23	16.8
เวลาอื่น	12	4.6	6	4.4
รวม	263	100.0	137	100.0

ตาราง 4.41 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟสภายามมหาวิทยาลัย จําแนกตามลักษณะหลักสูตร

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี		การศึกษาต่อยอด 2 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 บาท	76	28.9	59	43.1
31-60 บาท	142	54.0	60	43.8
61-100 บาท	41	15.6	13	9.5
101 บาทขึ้นไป	4	1.5	5	3.6
รวม	263	100.0	137	100.0

4.3.4 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับอาหาร และเครื่องดื่มต่อเดือน

จากพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อพิจารณาตาม ค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน ในประเด็นที่มีความสำคัญต่อการให้บริการร้านอาหารแฟสดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000-9,000 บาทมีลักษณะการให้บริการร้านอาหารแฟสดที่คล้ายคลึงกันคือ นำออกไป รับประทานนอกร้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 บาท จะมีแนวโน้มมากที่สุด (ร้อยละ 73.0 52.1 56.6 และ ร้อยละ 59.3) แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 9,001 บาทขึ้นไป จะนิยมนั่งรับประทานภายในร้าน (ร้อยละ 80.0) (ตารางที่ 4.42) เมื่อพิจารณาถึงความถี่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000-9,000 บาทมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารแฟสดเหมือนกันคือ นานๆครั้ง (ร้อยละ 62.2 54.4 43.4 และ ร้อยละ 51.9) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 9,001 บาทขึ้นไป จะนิยมใช้บริการวันละ 1 ครั้ง (ร้อยละ 80.0) (ตารางที่ 4.43) สำหรับระยะเวลาในการใช้บริการในร้านนั้นใช้เวลา 15-30 นาที เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 45.9 42.7 48.2 48.1 และร้อยละ 60.0) ตามลำดับ(ตารางที่ 4.44) ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านอาหารแฟสด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีวัตถุประสงค์คล้ายกัน คือ ดื่มน้ำกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ (ร้อยละ 40.5 50.2 44.6 50.0 และ ร้อยละ 40.0) (ตารางที่ 4.45)

เครื่องดื่มที่ดื่มเป็นประจำจะเป็นเครื่องดื่มประเภทเย็น ชาเย็นจะนิยมในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย ไม่เกิน 2,000 บาท (ร้อยละ 17.5) กาปูชิโนเย็นจะเป็นที่นิยมในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 2,001-4,000บาท (ร้อยละ 18.5) ด้านผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 4,00-6,000 บาท จะนิยมลาเต้เย็น (ร้อยละ 15.7) ส่วนโกโก้ก็เป็นที่นิยมในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 6,000-9,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 18.5 และ ร้อยละ 80.0) (ตารางที่ 4.46) ของว่างที่บริโภคนอกเหนือจากเครื่องดื่มนั้นผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 บาท จะไม่บริโภคเลยหรือบริโภคขนมปัง (อย่างละ ร้อยละ 27.0 ซึ่งคล้ายกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 2,000-4,000บาท และ 6,000-9,000 บาทที่นิยมรับประทานขนมปังเช่นกัน (ร้อยละ 28.4 และ 29.6) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 4,001-6,000บาท และ 9,001 บาทขึ้นไป จะนิยมรับประทานเค้ก (ร้อยละ 30.1 และ 40.0) (ตารางที่ 4.47) การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารแฟสดส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง (ร้อยละ 64.9 71.1 55.6 62.5 และ ร้อยละ 100.0) (ตารางที่ 4.48) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 -6,000 บาทจะนิยมใช้บริการร้านอาหารแฟสดในช่วงพักเที่ยง (ร้อยละ 45.9 46.1 และร้อยละ 36.1) แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่

มีค่าใช้จ่าย 6,001-9,000บาท จะนิยมใช้บริการร้านกาแฟหลายช่วงเวลา คือ พักเช้า พักบ่าย และหลังเลิกเรียน (อย่างละ ร้อยละ 29.6) (ตารางที่ 4.49) โดยค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 31-60บาท ในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 2,001-9,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 51.2 48.2 55.6 และ ร้อยละ 80.0) ตามลำดับ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 บาทจะจ่ายที่ราคาไม่เกิน 30 บาท (ร้อยละ 50.0) (ตารางที่ 4.50)

ตาราง 4.42 ลักษณะการให้บริการร้านกาแฟสภภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

ค่าใช้จ่าย	ลักษณะการให้บริการ			
	นำออกไปรับประทานนอกร้าน		นั่งรับประทานภายในร้าน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,000บาท	54	73.0	20	27.0
2,001-4,000 บาท	110	52.1	101	47.9
4,001-6,000 บาท	47	56.6	36	43.4
6,001-9,000 บาท	16	59.3	11	40.7
9,001 บาทขึ้นไป	1	20.0	4	80.0
รวม	228	57.0	172	43.0

ตาราง 4.43 ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟสด ภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามค่าใช้จ่าย สำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

ค่าใช้จ่าย	ความถี่									
	มากกว่า วันละ 1 ครั้ง		วันละ 1 ครั้ง		3-4 ครั้ง/ สัปดาห์		1-2 ครั้ง/ สัปดาห์		นาน ๆ ครั้ง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,000บาท	3	4.1	8	10.8	5	6.8	12	16.2	46	62.2
2,001-4,000 บาท	2	0.9	25	11.8	24	11.4	46	21.8	114	54.4
4,001-6,000 บาท	6	7.2	9	10.8	15	18.1	17	20.5	36	43.4
6,001-9,000 บาท	1	3.7	1	3.7	3	11.1	8	29.6	14	51.9
9,001 บาทขึ้นไป	-	-	4	80.0	-	-	1	20.0	-	-
รวม	12	3.0	47	11.8	47	11.8	84	21.0	210	52.4

ตาราง 4.44 ระยะเวลาในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามค่าใช้จ่าย สำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

ค่าใช้จ่าย	ระยะเวลาในการใช้บริการ									
	ไม่เกิน 15 นาที		15-30 นาที		30 นาที-1ชม.		1-2 ชม.		2 ชม.ขึ้นไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,000บาท	34	45.9	34	45.9	3	4.1	2	2.7	1	1.4
2,001-4,000 บาท	78	37.0	90	42.7	37	17.5	3	1.4	3	1.4
4,001-6,000 บาท	19	22.9	40	48.2	18	21.7	6	7.2	-	-
6,001-9,000 บาท	12	44.4	13	48.1	1	3.7	1	3.7	-	-
9,001 บาทขึ้นไป	2	40.0	3	60.0	-	-	-	-	-	-
รวม	145	36.2	180	45.0	59	14.8	12	3.0	4	1.0

ตาราง 4.45 วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตาม
ค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

วัตถุประสงค์หลัก	ค่าใช้จ่าย									
	ไม่เกิน 2,000 บาท		2,001-4,000 บาท		4,001-6,000 บาท		6,001-9,000 บาท		9,001บาทขึ้นไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ	30	40.5	106	50.2	37	44.6	15	50.0	2	40.0
รับประทานขนมหรือของว่าง	9	12.1	28	13.3	6	7.2	4	12.5	-	-
ทำรายงาน	1	1.4	4	1.9	2	2.4	-	-	-	-
อ่านหนังสือ	5	6.8	8	3.8	1	1.2	1	4.2	-	-
พบปะพูดคุย	16	21.6	40	19.0	16	19.3	2	8.3	1	20.0
พักผ่อน	12	16.2	23	10.9	13	15.7	4	20.8	2	40.0
เล่นอินเทอร์เน็ต	1	1.4	2	0.9	6	7.2	1	4.2	-	-
อื่น ๆ	-	-	-	-	2	2.4	-	-	-	-
รวม	74	100.0	221	100.0	83	100.0	27	100.0	5	100.0

ตาราง 4.46 ชนิดของเครื่องคั่วที่ผู้ตอบแบบสอบถามคั่วเป็นประจำจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องคั่วต่อเดือน

ชนิดของเครื่องคั่ว ที่คั่วเป็นประจำ	ค่าใช้จ่าย									
	ไม่เกิน 2,000 บาท		2,001-4,000 บาท		4,001-6,000 บาท		6,001-9,000 บาท		9,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอสเปรสโซร้อน	2	2.7	6	2.8	-	-	-	-	-	-
เอสเปรสโซเย็น	8	10.8	14	6.6	9	10.8	3	11.2	1	20.0
ลาเต้ร้อน	1	1.4	1	0.5	-	-	1	3.7	-	-
ลาเต้เย็น	4	5.4	21	10.0	13	15.7	1	3.7	-	-
คาปูชิโนร้อน	-	-	6	2.8	2	2.4	1	3.7	-	-
คาปูชิโนเย็น	10	13.5	39	18.5	12	14.5	4	14.8	-	-
ม็อคค่าร้อน	-	-	2	10.0	1	1.2	-	-	-	-
ม็อคค่าเย็น	6	8.1	9	4.3	6	7.2	1	3.7	-	-
อเมริกาโนร้อน	1	1.4	-	-	-	-	-	-	-	-
อเมริกาโนเย็น	1	1.4	1	0.5	-	-	1	3.7	-	-
โกโก้ร้อน	1	1.4	3	1.4	1	1.2	-	-	-	-
โกโก้เย็น	6	8.1	29	13.7	7	8.4	5	18.5	4	80.0
ชาร้อน	1	1.4	-	-	-	-	-	-	-	-
ชาเย็น	13	17.5	40	19.0	12	14.5	5	18.5	-	-
ชาเขียวร้อน	1	1.4	-	-	-	-	-	-	-	-
ชาเขียวเย็น	5	6.7	4	1.9	6	7.2	1	3.7	-	-
น้ำผลไม้	4	5.4	19	9.0	8	9.7	2	7.4	-	-
ผลิตภัณฑ์นม	8	10.8	15	7.1	4	4.8	1	3.7	-	-
ทุกชนิด										
อื่น ๆ	2	2.7	2	0.9	2	2.4	1	3.7	-	-
รวม	74	100.0	211	100.0	83	100.0	27	100.0	5	100.0

ตาราง 4.47 ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถาม บริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่มจากร้านกาแฟสด ภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถาม บริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่ม	ค่าใช้จ่าย									
	ไม่เกิน 2,000 บาท		2,001-4,000 บาท		4,001-6,000 บาท		6,001-9,000 บาท		9,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่บริโภค	20	27.0	42	19.9	19	22.9	5	18.5	1	20.0
เค้ก	12	16.2	32	19.9	25	30.1	3	11.1	2	40.0
คุกกี้	9	12.2	18	8.5	16	19.3	3	11.1	1	20.0
ขนมปัง	20	27.0	60	28.4	10	12.0	8	29.6	1	20.0
ไอศกรีม	10	13.5	33	15.6	10	12.0	5	18.5	-	-
พาย	2	2.7	12	5.7	3	3.6	2	7.4	-	-
อื่นๆ	1	1.4	4	1.9	-	-	1	3.7	-	-
รวม	79	100.0	204	100.0	89	100.0	24	100.0	4	100.0

ตาราง 4.48 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

ค่าใช้จ่าย	ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ					
	ท่านเอง		ผู้ที่มาด้วย		เจ้าของร้าน/พนักงาน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,000บาท	48	64.9	18	24.3	8	10.8
2,001-4,000 บาท	150	71.1	58	27.5	3	1.4
4,001-6,000 บาท	55	55.6	19	25.9	9	18.5
6,001-9,000 บาท	15	62.5	7	25.0	5	12.5
9,001 บาทขึ้นไป	5	100.0	-	-	-	-
รวม	273	68.2	102	25.5	25	6.3

ตาราง 4.49 ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

ค่าใช้จ่าย	ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ									
	พักเช้า		พักเที่ยง		พักบ่าย		หลังเลิกเรียน		เวลาอื่น	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,000บาท	9	12.2	34	45.9	18	24.3	10	13.5	3	4.1
2,001-4,000 บาท	24	11.4	92	46.1	43.6	17.5	46	21.8	12	5.7
4,001-6,000 บาท	8	9.6	30	36.1	21	25.3	22	26.5	2	2.4
6,001-9,000 บาท	8	29.6	2	7.4	8	29.6	8	29.6	1	3.7
9,001 บาทขึ้นไป	1	20.0	1	20.0	-	-	3	60.0	-	-
รวม	50	12.5	159	38.9	84	21.0	89	22.3	18	4.5

ตาราง 4.50 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟสด ภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตาม
ค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

ค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง							
	ไม่เกิน 30บาท		31-60 บาท		61-100 บาท		101 บาทขึ้นไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,000บาท	37	50.0	35	47.3	2	2.7	-	-
2,001-4,000 บาท	71	33.6	108	51.2	29	13.7	3	1.4
4,001-6,000 บาท	22	26.5	40	48.2	18	21.7	3	3.6
6,001-9,000 บาท	4	14.8	15	55.6	5	18.5	3	11.1
9,001 บาทขึ้นไป	1	20.0	4	80.0	-	-	-	-
รวม	135	33.8	202	50.5	54	13.5	9	2.3

4.3.5 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามหน่วยงานการศึกษา (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

จากพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อพิจารณาตามหน่วยงานการศึกษาในประเด็นที่มีความสำคัญต่อการให้บริการร้านกาแฟสดพบว่า ทั้งนักศึกษาภาครัฐบาลและเอกชนมีลักษณะการให้บริการร้านกาแฟที่คล้ายคลึงกันคือ นำออกไปรับประทานนอกร้าน (ภาครัฐบาลร้อยละ 56.8 และ ภาคเอกชน ร้อยละ 58.7) (ตารางที่ 4.51) เมื่อพิจารณาถึงความถี่พบว่า ทั้ง 2 หน่วยงานการศึกษาศึกษามีพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟเหมือนกันคือ นานๆ ครั้ง (ภาครัฐบาลร้อยละ 50.8 และ ภาคเอกชน ร้อยละ 65.3) (ตารางที่ 4.52) สำหรับระยะเวลาในการใช้บริการในร้านนั้นสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ คือ ทั้ง 2 หน่วยงานการศึกษาศึกษาจะใช้บริการร้านกาแฟสดในช่วง 30 นาทีแรก คือ 15-30 นาที และไม่เกิน 15 นาที (ภาครัฐบาลร้อยละ 44.0 และ 41.6 ส่วน ภาคเอกชน ร้อยละ 30.4 และ 45.7) (ตารางที่ 4.53)

ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดทั้ง 2 หน่วยงานการศึกษาศึกษาคือ ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ (ภาครัฐบาลร้อยละ 46.6 และ ภาคเอกชน ร้อยละ 50.3) (ตารางที่ 4.54) เครื่องดื่มที่ดื่มเป็นประจำทั้ง 2 หน่วยงานการศึกษาศึกษา พบว่านักศึกษาภาครัฐบาลจะนิยมดื่มชาเย็นและคาปูชิโนเย็น (ร้อยละ 17.8 และ 16.7) ส่วนนักศึกษาภาคเอกชนนิยมดื่มเครื่องดื่ม คือ โกโก้เย็นและชาเย็น (ร้อยละ 19.5 และ 15.2) (ตารางที่ 4.55) ส่วนของว่างที่บริโภคนอกเหนือจากเครื่องดื่มนั้นคล้ายกัน คือ นิยมบริโภคขนมปัง (ภาครัฐบาลร้อยละ 24.0 และ ภาคเอกชน ร้อยละ 30.4) (ตารางที่ 4.56) ในด้านการเลือกใช้บริการร้านกาแฟทั้ง 2 หน่วยงานการศึกษาศึกษาจะตัดสินใจด้วยตนเอง (ภาครัฐบาลร้อยละ 66.9 และ ภาคเอกชน ร้อยละ 78.2) (ตารางที่ 4.57) ใช้บริการร้านกาแฟช่วงพักเที่ยงเป็นส่วนใหญ่ (ภาครัฐบาลร้อยละ 40.4 และ ภาคเอกชน ร้อยละ 34.7) (ตารางที่ 4.58) และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟนั้นส่วนใหญ่อยู่ที่ 31-60 บาท แต่ภาคเอกชนมีแนวโน้มที่ใช้จ่ายสูงกว่า (ภาครัฐบาล ร้อยละ 52.0 และ ภาคเอกชน ร้อยละ 39.1) (ตารางที่ 4.59)

ตาราง 4.51 ลักษณะการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามหน่วยงาน
การศึกษา (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

ลักษณะการใช้บริการ ร้านกาแฟสด	รัฐบาล		เอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นำออกไปรับประทานนอกร้าน	201	56.8	27	58.7
นั่งรับประทานภายในร้าน	153	43.2	19	41.3
รวม	354	100.0	46	100.0

ตาราง 4.52 ความถี่ในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามหน่วยงาน
การศึกษา (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

ความถี่	รัฐบาล		เอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่าวันละ 1 ครั้ง	10	2.8	2	4.3
วันละ 1 ครั้ง	45	12.7	2	4.3
3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	42	11.9	5	10.9
1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	77	21.8	7	15.2
นาน ๆ ครั้ง	180	50.8	30	65.3
รวม	354	100.0	46	100.0

ตาราง 4.53 ระยะเวลาในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามหน่วยงาน
การศึกษา (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

ระยะเวลาในการใช้บริการ	รัฐบาล		เอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15 นาที	124	41.6	21	45.7
15-30 นาที	166	44.0	14	30.4
31 นาที – 1 ชั่วโมง	51	11.6	8	17.4
1-2 ชั่วโมง	9	1.7	3	6.5
2 ชั่วโมงขึ้นไป	4	1.1	-	-
รวม	354	100.0	46	100.0

ตาราง 4.54 วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตาม
หน่วยงานการศึกษา (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

วัตถุประสงค์หลัก	รัฐบาล		เอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ	165	46.6	25	54.3
รับประทานขนมหรือของว่าง	43	12.1	4	8.7
ทำรายงาน	7	2.0	-	-
อ่านหนังสือ	13	3.7	2	4.4
พบปะพูดคุยกับเพื่อน	67	18.9	8	17.4
พักผ่อน	48	13.6	6	13.0
เล่นอินเทอร์เน็ต	9	2.5	1	2.2
อื่น ๆ	2	0.6	-	-
รวม	354	100.0	46	100.0

ตาราง 4.55 ชนิดของเครื่องดื่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามดื่มเป็นประจำจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามหน่วยงานการศึกษา (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

ชนิดของเครื่องดื่มที่ ดื่มเป็นประจำ	รัฐบาล		เอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอสเปรสโซร้อน	7	2.0	1	2.2
เอสเปรสโซเย็น	31	8.7	4	8.7
ลาเต้ร้อน	3	0.8	-	-
ลาเต้เย็น	33	9.3	6	13.0
คาปูชิโนร้อน	9	2.5	-	-
คาปูชิโนเย็น	59	16.7	6	13.0
ม็อคคาร้อน	2	0.6	1	2.2
ม็อคคาเย็น	21	5.9	1	2.2
อเมริกาโน่ร้อน	1	0.3	-	-
อเมริกาโน่เย็น	2	0.6	1	2.2
โกโก้ร้อน	5	1.4	-	-
โกโก้เย็น	42	11.9	9	19.5
ชาร้อน	1	0.3	-	-
ชาเย็น	63	17.8	7	15.2
ชาเขียวร้อน	1	0.3	-	-
ชาเขียวเย็น	15	4.2	1	2.2
น้ำผลไม้	28	7.9	5	10.9
ผลิตภัณฑ์นมทุกชนิด	24	6.8	4	8.7
อื่นๆ	7	2.0	-	-
รวม	354	100.0	46	100.0

ตาราง 4.56 ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่มจากร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามหน่วยงานการศึกษา (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

ชนิดของของว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถาม บริโภคนอกเหนือจากการบริโภคเครื่องดื่ม	รัฐบาล		เอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่บริโภค	76	21.5	11	23.9
เค้ก	77	21.7	7	15.2
คุกกี้	44	12.4	3	6.5
ขนมปัง	85	24.0	14	30.4
ไอศกรีม	48	13.6	19	21.8
พาย	19	5.4	-	-
อื่นๆ	5	1.4	1	2.2
รวม	354	100.0	46	100.0

ตาราง 4.57 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามหน่วยงานการศึกษา (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

ผู้มีอิทธิพลในการ เลือกใช้บริการ	รัฐบาล		เอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	237	66.9	36	78.2
ผู้ที่มาด้วย	93	26.3	9	19.6
พนักงานหรือเจ้าของร้าน	24	6.8	1	2.2
รวม	354	100.0	46	100.0

ตาราง 4.58 ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านกาแฟสด ภายในมหาวิทยาลัย จำแนกตามหน่วยงาน
การศึกษา(ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	รัฐบาล		เอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พักเช้า	42	11.9	8	17.4
พักเที่ยง	143	40.4	16	34.7
พักบ่าย	75	21.2	9	19.6
หลังเลิกเรียน	80	22.6	9	19.6
เวลาอื่น ๆ	14	3.9	4	8.7
รวม	354	100.0	46	100.0

ตาราง 4.59 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบ
แบบสอบถาม จำแนกตามหน่วยงานการศึกษา (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	รัฐบาล		เอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 บาท	123	34.7	12	26.1
31-60 บาท	184	52.0	18	39.1
61-100 บาท	41	11.6	13	28.3
100 บาทขึ้นไป	6	1.7	3	6.5
รวม	354	100.0	46	100.0

4.4 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านค้าแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.4.1 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านค้าแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกเป็นปัจจัยย่อย

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านค้าแฟสดภายในมหาวิทยาลัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่มี
 ปัญหาเรื่องรสชาติไม่สม่ำเสมอ (ร้อยละ 42.7) ด้านราคา ส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องระดับราคาไม่
 เหมาะสม (ร้อยละ 49.7 ด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องที่นั่งสำหรับดื่มไม่พอ (ร้อยละ
 58.7) ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องไม่มีจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล (ร้อยละ
 54.0) ด้านบุคคล ส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องพนักงานไม่มีอัธยาศัยที่ดี (ร้อยละ 39.2) ด้านกระบวนการ
 ส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องการให้บริการช้า (ร้อยละ 68.5) ด้านหลักฐานทางกายภาพ ส่วนใหญ่มีปัญหา
 เรื่องมีที่นั่งไม่เพียงพอ (ร้อยละ 51.0) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.60)

ตารางที่ 4.60 ปัญหาจากการใช้บริการร้านค้าแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบ
แบบสอบถามแยกเป็นปัจจัยย่อย

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านค้าแฟสด	ปัญหา	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ด้านผลิตภัณฑ์		
รสชาติไม่สม่ำเสมอ	171	42.7
รสชาติไม่ถูกปาก	123	30.7
ความหลากหลายของชนิดกาแฟมีน้อย	93	23.2
ผลิตภัณฑ์ในร้านมีไม่หลากหลาย	70	17.5
ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านไม่สะอาด	53	13.2
อื่น ๆ (ผลิตภัณฑ์ไม่น่าสนใจ ใช้วัตถุดิบไม่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์เสีย บุค ขึ้นรา)	20	5.0
2. ด้านราคา		
ระดับราคาไม่เหมาะสม	199	49.7
การแสดงราคาของผลิตภัณฑ์ ในร้านไม่ชัดเจน/ไม่ทราบว่าอยู่ที่ใด	184	46.0
อื่น ๆ (ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย)	11	2.7
3. ด้านการจัดจำหน่าย		
ทำเลที่ตั้งอยู่ไกล	125	31.2
ที่นั่งสำหรับดื่มไม่พอ	235	58.7
ช่วงเวลาเปิดบริการไม่สะดวกต่อการรับบริการ (เปิดช้าเกินไป/ปิดเร็วเกินไป)	88	22.0
อื่น ๆ (ไม่มีที่จอดรถ ขากแก่การเข้าถึง)	3	0.7
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด		
ไม่มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง	216	54.0
ไม่มีจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล	212	53.0
อื่น ๆ (ไม่มีกร โฆษณาร้าน ไม่มีการแนะนำ โปรโมชั่น)	6	1.5

ตารางที่ 4.60 (ต่อ)

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านกาแฟสด	ปัญหา	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. ด้านบุคคล		
บุคลิกภาพของพนักงานไม่ดีเท่าที่ควร	98	24.5
พนักงานไม่มีอัธยาศัยที่ดี	157	39.2
การแต่งกายของพนักงาน ไม่เหมาะสม	50	12.5
พนักงานไม่เพียงพอ	121	30.2
อื่น ๆ (พนักงานไม่มารับออเดอร์เวลาที่ต้องการ สั่ง พนักงานไม่มีการแนะนำลูกค้า)	20	5.0
6. ด้านกระบวนการ		
การให้บริการช้า	274	68.5
การให้บริการ ไม่ถูกต้อง	95	23.7
อื่น ๆ (คิดเงินผิด)	15	3.7
7. ด้านหลักฐานทางกายภาพ		
ร้าน ไม่มีชื่อเสียง	49	12.2
ป้ายมองเห็น ไม่ชัดเจน/ป้ายดูไม่น่าสนใจ	124	31.0
ความสวยงามในการตกแต่ง	95	23.7
ร้าน ไม่สะอาด	69	17.2
ไม่มีบริการ Internet	109	27.2
ไม่มีบริการเสริม เช่น ไม่มีหนังสือ/นิตยสาร ให้อ่าน	100	25.0
ไม่มีที่นั่งให้บริการ	77	19.2
มีที่นั่งไม่เพียงพอ	204	51.0
อื่น ๆ (ร้าน ไม่มีเครื่องปรับอากาศ)	8	2.0

4.4.2 ลำดับของปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านกาแฟ สดภายในมหาวิทยาลัย ของผู้ตอบแบบสอบถามแยกเป็นปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรก

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านกาแฟ สดภายในมหาวิทยาลัย ของผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับ 10 ลำดับแรก ดังนี้ 1.การให้บริการช้า 2.ที่นั่งสำหรับดื่มไม่พอ 3.ไม่มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง 4.ไม่มีจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล 5.มีที่นั่งไม่เพียงพอ 6.ระดับราคาไม่เหมาะสม 7.การแสดงราคาของผลิตภัณฑ์ในร้าน ไม่ชัดเจน/ไม่ทราบว่าอยู่ที่ใด 8.รสชาติไม่สม่ำเสมอ 9.พนักงานไม่มีอัธยาศัยที่ดี 10.ทำเลที่ตั้งอยู่ไกล (ตารางที่ 4.61)

ตารางที่ 4.61 ลำดับของปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านกาแฟ สดภายในมหาวิทยาลัย ของผู้ตอบแบบสอบถามแยกเป็นปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรก

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านกาแฟสด	ปัญหา		
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
การให้บริการช้า	274	68.5	1
ที่นั่งสำหรับดื่มไม่พอ	235	58.7	2
ไม่มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง	216	54.0	3
ไม่มีจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล	212	53.0	4
มีที่นั่งไม่เพียงพอ	204	51.0	5
ระดับราคาไม่เหมาะสม	199	49.7	6
การแสดงราคาของผลิตภัณฑ์ ในร้าน ไม่ชัดเจน/ไม่ทราบว่าอยู่ที่ใด	184	46.0	7
รสชาติไม่สม่ำเสมอ	171	42.7	8
พนักงานไม่มีอัธยาศัยที่ดี	157	39.2	9
ทำเลที่ตั้งอยู่ไกล	125	31.2	10