

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยใช้บริการร้านกาแฟสดในมหาวิทยาลัยเท่านั้น จำนวน 400 คน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ที่ได้จากการศึกษาดังนี้

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ผลการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี เป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นส่วนใหญ่ เป็นหน่วยงานของภาครัฐบาล ชั้นปีที่ 2 มีค่าใช้จ่ายรายได้สำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน 2,001- 4,000 บาท

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมี ความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก มี 6 ปัจจัย ได้แก่ ด้านกระบวนการ รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านหลักฐานทางกายภาพ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญปานกลาง และมีความสำคัญของปัจจัยย่อยดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ รสชาติ ความหลากหลายของชนิดกาแฟ และมีผลิตภัณฑ์อื่น

ด้านราคา

ปัจจัยย่อยด้านราคาทั้ง 2 ปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระดับราคารองลงมา คือ การแสดงราคาของผลิตภัณฑ์ในร้าน

ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทั้ง 2 ปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง รองลงมาช่วงเวลาเปิดบริการ

การส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทั้ง 2 ปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง รองลงมาจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล

ด้านบุคคล

ปัจจัยย่อยด้านบุคคล ทุกปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทัศนคติของพนักงาน รองลงมาบุคลิกภาพของพนักงาน การแต่งกายของพนักงาน และความเพียงพอของพนักงาน ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการทั้ง 2 ปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ รองลงมาความรวดเร็วในการให้บริการ

ด้านหลักฐานทางกายภาพ

ปัจจัยย่อยด้าน หลักฐานทางกายภาพ ทุกปัจจัยมีความสำคัญโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ ความสะอาดของร้าน รองลงมา คือ ความสวยงามในการตกแต่งร้าน

3.1 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ในจังหวัดเชียงใหม่ภาพรวมพฤติกรรม

พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อดื่มกาแฟและเครื่องดื่มอื่นๆ มีความถี่ในการใช้บริการแบบนานๆครั้ง นิยมนำเครื่องดื่มออกไปรับประทานนอกร้าน ใช้เวลาที่ร้านครั้งละ 15-30 นาที นอกจากนั้นยังใช้ร้านกาแฟเพื่อพบปะพูดคุยกับเพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อเอง โดยนิยมดื่ม ชาเย็น นอกจากเครื่องดื่มแล้วยังบริโภคขนมปังด้วย นิยมใช้บริการในช่วงพักเที่ยง มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ในช่วง 31-60 บาท

3.2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่

จำแนกตามเพศ

เมื่อพิจารณาตามเพศในประเด็นที่มีความสำคัญต่อการให้บริการร้านกาแฟสดพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะการใช้บริการร้านกาแฟที่คล้ายคลึงกันคือ นำออกไปรับประทานนอกร้าน เมื่อพิจารณาถึงความถี่พบว่า ทั้ง 2 เพศ มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟเหมือนกันคือ นานๆครั้ง สำหรับระยะเวลาในการใช้บริการในร้านนั้นสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ คือ ทั้ง 2 เพศจะใช้บริการร้านกาแฟสดในช่วง 30 นาทีแรก คือ 15-30 นาที และไม่เกิน 15 นาที

ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดทั้ง 2 เพศ คือ ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่นๆ โดยพบว่าเพศชายจะนิยมดื่มเครื่องดื่มประเภทกาแฟมากกว่า นั่นคือ คาปูชิโนเย็น เอสเปรสโซเย็น ส่วนเพศหญิงนิยมดื่มเครื่องดื่มที่ไม่มีส่วนผสมของกาแฟ คือ ชาเย็นและโกโก้เย็น ส่วนของว่างที่บริโภคนอกเหนือจากเครื่องดื่มพบว่ามีความแตกต่างกัน คือ เพศชายจะไม่บริโภคแต่เพศหญิงจะบริโภคขนมปัง ในด้านการเลือกใช้บริการร้านกาแฟทั้งเพศชายและเพศหญิงจะตัดสินใจด้วยตนเอง และจะใช้บริการร้านกาแฟที่เที่ยงจะมากที่สุด โดยส่วนมากอยู่ในช่วง 31-60 บาท

จำแนกตามลักษณะหลักสูตร

เมื่อพิจารณาตามลักษณะการศึกษาในประเด็นที่มีความสำคัญต่อการให้บริการร้านกาแฟสดพบว่าทั้ง การศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี และ การศึกษาต่อยอด 2 ปี มีลักษณะการใช้บริการร้านกาแฟที่คล้ายคลึงกันคือ นำออกไปรับประทานนอกร้าน เมื่อพิจารณาถึงความถี่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษามีพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟเหมือนกันคือ นานๆครั้ง (สำหรับระยะเวลาในการใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษา ใช้บริการร้านกาแฟสดในช่วง 30 นาทีแรกคล้ายกัน (15-30 นาที และไม่เกิน 15 นาที)

ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสดผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษามีวัตถุประสงค์คล้ายกัน คือ ดื่มกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ เครื่องดื่มที่ดื่มเป็นประจำจะเป็นเครื่องดื่มประเภทเย็น โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อยอด 2 ปีจะนิยมดื่ม คาปูชิโนเย็น และชาเย็น ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปีนิยมดื่ม คาปูชิโนเย็นและโกโก้ ของว่างที่บริโภคนอกเหนือจากเครื่องดื่มนั้นผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษามีความแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปีจะบริโภค ขนมปังและเค้ก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อยอด 2 ปีจะไม่บริโภคเลยหรือบริโภคขนมปัง ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษาคัดสินใจด้วยตนเองในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ช่วงเวลาที่นิยมในการใช้บริการร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ลักษณะการศึกษิต่างกัน นั่นคือผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปีจะนิยม

ใช้บริการตั้งแต่พักเที่ยงเป็นต้นไป ได้แก่ พักบ่าย และหลังเลิกเรียน ตามลำดับ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อยอด 2 ปีจะนิยมใช้บริการร้านกาแฟพักเที่ยงเวลาเดียว ค่าใช้จ่ายต่อครั้งจะอยู่ที่ 31-60 บาท แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี จะมีแนวโน้มที่มากกว่า

จำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

เมื่อพิจารณาตามค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน ในประเด็นที่มีความสำคัญต่อการให้บริการร้านกาแฟสดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000-9,000 บาทมีลักษณะการให้บริการร้านกาแฟที่คล้ายคลึงกันคือ นำออกไปรับประทานนอกร้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 บาท จะมีแนวโน้มมากที่สุด แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 9,001 บาทขึ้นไป จะนิยมนั่งรับประทานภายในร้าน เมื่อพิจารณาถึงความถี่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 -9,000 บาทมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟเหมือนกันคือ นานๆครั้ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 9,001 บาทขึ้นไป จะนิยมใช้บริการวันละ 1 ครั้ง สำหรับระยะเวลาในการใช้บริการในร้านนั้นใช้เวลา 15-30 นาที เป็นส่วนใหญ่ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีวัตถุประสงค์คล้ายกัน คือ ดื่มน้ำหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ

เครื่องดื่มที่ดื่มเป็นประจำจะเป็นเครื่องดื่มประเภทเย็น ชาเย็นจะนิยมในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย ไม่เกิน 2,000 บาท คาปูชิโนเย็นจะเป็นที่นิยมในผู้ตอบแบบสอบถามที่ค่าใช้จ่าย 2,001-4,000บาท ด้านผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 4,001-6,000 บาท จะนิยมลาเต้เย็น ส่วน โกโก้ก็เป็นที่นิยมในผู้ตอบแบบสอบถามที่ค่าใช้จ่าย 6,000-9,001 บาทขึ้นไป ของว่างที่บริโภคนอกเหนือจากเครื่องดื่มนั้นผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 บาท จะไม่บริโภคเลยหรือบริโภคขนมปัง ซึ่งคล้ายกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 2,001-4,000 บาท และ 6,001-9,000 บาทที่นิยมรับประทานขนมปังเช่นกัน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 4,001-6,000บาท และ9,001 บาทขึ้นไป จะนิยมรับประทานเค้ก การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 -6,000 บาทจะนิยมใช้บริการร้านกาแฟสดในช่วงพักเที่ยง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 6,001-9,000บาท จะนิยมใช้บริการร้านกาแฟหลายช่วงเวลา คือ พักเช้า พักบ่าย และหลังเลิกเรียน โดยค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 31-60บาท ในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 2,001-9,000 บาทขึ้นไป แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 บาทจะจ่ายที่ราคาไม่เกิน 30 บาท

จำแนกตามหน่วยงานของมหาวิทยาลัย (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

เมื่อพิจารณาตามหน่วยงานการศึกษาในประเด็นที่มีความสำคัญต่อการให้บริการร้านกาแฟสดพบว่า ทั้งนักศึกษาภาครัฐบาลและเอกชนมีลักษณะการให้บริการร้านกาแฟที่คล้ายคลึงกันคือ

นำออกไปรับประทานนอกร้าน เมื่อพิจารณาถึงความถี่พบว่า นักศึกษาทั้ง 2 หน่วยงานการศึกษา การศึกษามีพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟเหมือนกันคือ นานๆ สำหรับระยะเวลาในการใช้บริการ ในร้านนั้นสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟ คือ นักศึกษาทั้ง 2 หน่วยงานการศึกษา การศึกษาจะใช้บริการร้านกาแฟสดในช่วง 30 นาทีแรก คือ 15-30 นาที และไม่เกิน 15 นาที

ด้านวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการร้านกาแฟสด นักศึกษาทั้ง 2 หน่วยงานการศึกษา การศึกษา ดื่มน้ำกาแฟหรือเครื่องดื่มอื่น ๆ เครื่องดื่มที่ดื่มเป็นประจำ พบว่านักศึกษาภาครัฐบาลจะนิยม ดื่มน้ำชาเย็นและคาปูชิโนเย็น ส่วนนักศึกษาภาคเอกชนนิยมดื่มเครื่องดื่ม คือ โกโก้เย็นและชาเย็น ด้าน ของว่างที่บริโภคนอกเหนือจากเครื่องดื่มนั้นคล้ายกัน คือ นิยมบริโภคขนมปัง การเลือกใช้บริการร้าน กาแฟทั้ง 2 หน่วยงานการศึกษาการศึกษาจะตัดสินใจด้วยตนเอง ใช้บริการร้านกาแฟช่วงพักเที่ยงเป็น ส่วนใหญ่ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านกาแฟนั้นส่วนใหญ่อยู่ที่ 31-60 บาท แต่ ภาคเอกชนมีแนวโน้มที่ใช้จ่ายสูงกว่า

4. ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านกาแฟภายในมหาวิทยาลัย ที่มากที่สุด คือ การ ให้บริการช้า รongลงมา คือ ที่นั่งสำหรับดื่มไม่พอ ไม่มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง ไม่มีจัดกิจกรรม ในช่วงเทศกาล มีที่นั่งไม่เพียงพอ ระดับราคาไม่เหมาะสม การแสดงราคาของผลิตภัณฑ์ในร้านไม่ ชัดเจน/ไม่ทราบว่าอยู่ที่ใด พนักงานไม่มีอัธยาศัยที่ดี ทำเลที่ตั้งอยู่ไกล ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษา ระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ที่เป็นสิ่ง กระตุ้นเข้ามากระทบความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค โดยในแต่ละด้านได้แยกประเด็นเป็นปัจจัยย่อย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแตกต่างกัน สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์ (product)** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับ แรกในเรื่อง ความสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) ที่พบว่านักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ด้าน ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์พบว่า รสชาติไม่สม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอุศนา ศิริเอก (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ ร้านกาแฟและอาหารเบเกอรี่แคนยอนในจังหวัด เชียงใหม่ โดยพบปัญหาจากผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ คือ รสชาติเครื่องดื่มและอาหารไม่คงที่

2. **ราคา (price)** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง ระดับราคา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชลธิชา อินทรเทพ (2546) ที่พบว่าพบว่ากลุ่มผู้บริโภค

ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ด้านปัญหาของราคาพบว่า ระดับราคาไม่เหมาะสม ซึ่งคล้ายกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) ที่พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการร้านกาแฟของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ด้านราคา คือ กาแฟแพงเกินไป

3. การจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง ท่าเลที่ตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของสมเกียรติ เบ็งโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟวิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ที่ตั้งร้านหาง่าย ด้านปัญหาของการจัดจำหน่าย คือ ที่นั่งสำหรับดื่มไม่พอ ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของสมเกียรติ เบ็งโต (2547) ที่พบว่าปัญหาจากการใช้บริการร้านกาแฟวิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดจำหน่าย คือ ไม่มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) ที่พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง มีส่วนลดให้แก่สมาชิก ด้านปัญหาของการส่งเสริมการตลาด คือ ไม่มีจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) ที่พบว่าปัญหาจากการใช้บริการร้านกาแฟของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ด้าน การส่งเสริมการตลาด คือ ไม่มีโปรแกรมส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม

5. บุคคล (people) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง อรรถาศัยของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของสมเกียรติ เบ็งโต (2547) ที่ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟวิ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) ที่พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน แต่แตกต่างกับการศึกษาของสุคนธา ศิริเอก (2547) ที่พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟและอาหารเบเกอรี่ แคนยอน ในจังหวัด เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง การแต่งกายของพนักงาน ด้านปัญหาของบุคคล คือ พนักงานไม่มีอรรถาศัยที่ดี ซึ่งแตกต่างกับ การศึกษาของสมเกียรติ เบ็งโต (2547) ที่พบว่าปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟวิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือ พนักงานไม่มีความรู้เรื่องกาแฟ

6. กระบวนการ (process) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของสมเกียรติ เบ็งโต (2547) ที่พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟวิ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง การได้รับสินค้าที่รวดเร็วถูกต้อง การศึกษา

อุศนา ศิริเอก (2547) ที่พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการกาแฟ และอาหารเบเกอรี่แคนยอน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม (และสินค้าอื่นๆ) ถูกต้อง ครบถ้วนและการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้า ด้านปัญหาของกระบวนการ คือ การให้บริการช้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) ที่พบว่าปัญหาจากการใช้บริการร้านกาแฟของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ด้าน กระบวนการ คือ ความล่าช้าในการให้บริการ

7. หลักฐานทางกายภาพ (physical evidence) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่อง ความสะอาดของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟวิ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ความสะอาดของร้าน ด้านปัญหาของหลักฐานทางกายภาพ คือ ที่นั่งไม่เพียงพอ ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่พบว่าปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟวิ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือ มีหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ไว้บริการลูกค้าไม่เพียงพอ

และจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) จะใช้โมเดลที่เรียกว่า 7 O's Model หรือที่เรียกว่า 6Ws 1H นำมาวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับผู้บริโภค โดยกำหนด

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (who) คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 7 สถาบัน และ
2. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (where) คือ ร้านกาแฟภายในมหาวิทยาลัย

3. ผู้บริโภคซื้ออะไร (what)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ดื่มเครื่องดื่มประจำจากร้านกาแฟ คือ ชาเย็น กาปูชิโนเย็น โกโก้เย็น ลาเต้เย็น และเอสเปรสโซเย็น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) ที่ได้รายงานว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ส่วนใหญ่ ดื่ม กาปูชิโน และ โกโก้ นอกจากนี้เครื่องดื่มแล้วยังบริโภค ขนมปัง แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟวิ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่บริโภค เค้ก และคุกกี้ ซึ่งจะพบว่าการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) นั้นได้ศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาด้วยกันทำให้มีพฤติกรรมคล้ายกัน แต่ การศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) เป็นการศึกษาโดยใช้กลุ่มผู้บริโภคเป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟวิ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงได้ผลต่างกัน

4. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (why)

เหตุผลในการใช้บริการ ร้านกาแฟสด ในมหาวิทยาลัย เพื่อ คืมกาแฟ และ เครื่องดื่มอื่น ๆ นอกจากนั้นยังใช้พบปะพูดคุยกับเพื่อนอีกด้วย ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ชลธิชา อินทรเทพ, 2546) นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (สุรินทร์ วัชรปรีชา, 2549) ผู้บริโภคกาแฟในร้านกาแฟย่านถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ (พรพนิต พ่วงภิญโญ และคณะ, 2551) ที่ใช้ร้านกาแฟเพื่อพบปะพูดคุยกับเพื่อนเช่นกัน

5. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (whom)

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเองในการใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พรพนิต พ่วงภิญโญและคณะ (2551) ที่ศึกษา พฤติกรรมการบริโภคและการบริโภคเชิงสังเคราะห์กรณีศึกษาการบริโภคกาแฟในร้านกาแฟย่านถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่ากลุ่มนักศึกษาที่ใช้บริการ ร้านกาแฟ มีเพื่อนเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งการศึกษาของ พรพนิต พ่วงภิญโญและคณะ (2551) นั้นเป็นการสอบถามนักศึกษาที่มาใช้บริการในร้านกาแฟในขณะที่อยู่ในร้านกาแฟสด แต่การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย เป็นการสอบถามผู้ที่เคยใช้บริการ โดยการสุ่ม ไม่ได้เจาะจงว่าจะต้องอยู่ในร้านกาแฟสดก็ได้

6. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (when)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ ร้านกาแฟสดในมหาวิทยาลัยช่วงพักเที่ยง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่พบว่าช่วงเวลาที่ถูกค่าที่ใช้บริการร้านกาแฟ วาวิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มาใช้บริการ บ่อยที่สุด คือ เวลา 12.01-15.00น. ด้านความถี่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยนานๆครั้ง ซึ่งแตกต่างกับการศึกษาของชลธิชา อินทรเทพ (2546) ที่พบว่ากลุ่มผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะใช้บริการมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ (4 ครั้งต่อเดือน) และแตกต่างกับการศึกษาของพรพนิต พ่วงภิญโญและคณะ (2551) ที่พบว่ากลุ่มนักศึกษา ใช้บริการ ร้านกาแฟย่านถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจากสถานที่ที่ใช้บริการต่างกันจึงทำให้มีพฤติกรรมที่ต่างกันไปด้วย ด้านการ ใช้เวลาในการใช้บริการร้านกาแฟสดในมหาวิทยาลัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้เวลา 15-30 นาที ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุรินทร์ วัชรปรีชา (2549) ที่พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะใช้บริการไม่เกิน 1 ชั่วโมง

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ ร้านกาแฟสดแบบออกมารับประทานนอกร้าน และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 31-60 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมเกียรติ เป็งโต (2547) ที่พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการร้านกาแฟวาฬ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะใช้บริการมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่เกิน 100บาท

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย แบบนำเครื่องดื่มออกไปรับประทานนอกร้าน ส่วนมากเป็นเครื่องดื่มประเภทเย็น ใช้บริการในช่วงพักเที่ยงเป็นส่วนใหญ่ และใช้เวลา 15-30 นาที ค่าใช้จ่ายจะอยู่ที่ 31-60บาท เมื่อจำแนกพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัย ตามปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ด้านเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 เพศ มีพฤติกรรมในการใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย คล้ายๆกัน แต่ก็มีบางประเด็นที่ต่างกันบ้าง เช่น ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่นิยมบริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาแฟ เช่น คาปูชิโน่เย็น เอสเปรสโซเย็น แต่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่จะบริโภคชาเย็นหรือโกโก้เย็น

2. ด้านลักษณะการศึกษา

ผู้ที่ศึกษาทั้ง 2 หลักสูตร (ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปี ศึกษาต่อยอด 2 ปี) และมีพฤติกรรมในการใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยคล้ายๆกัน แต่ก็มีบางประเด็นที่ต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปีจะมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการสูงกว่า ใช้บริการตั้งแต่เบรกเที่ยงเป็นต้นไป ไม่ใช่แค่เพียงพักเที่ยงเวลาเดียว และใช้ระยะเวลาใช้บริการนานกว่า และ ของว่างที่บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อเนื่อง 4 ปีจะบริโภค ขนมปัง รองลงมาคือ เค้ก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ศึกษาต่อยอด 2 ปีจะบริโภคขนมปังหรือไม่บริโภคเลย

3. ระดับการใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่ม (ระดับการใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน ไม่เกิน 2,000บาท 2,001-4,000 บาท 4,001-6,000 บาท 6,001-9,000 บาท 9,001 บาทขึ้นไป) มีพฤติกรรมการบริโภคกาแฟในมหาวิทยาลัยที่คล้ายๆกัน แต่ก็มีบางประเด็นที่ต่างกันคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มตั้งแต่ 9,001 บาทขึ้นไป จะนิยม นั่งรับประทานภายในร้าน และใช้บริการวันละ 1 ครั้ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอื่นจะนิยม นำออกไปรับประทานนอกร้าน และใช้บริการนานๆครั้ง

4. จำแนกตามหน่วยงานของมหาวิทยาลัย (ภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน)

ทั้งนักศึกษาภาครัฐบาลและเอกชนมีลักษณะการใช้บริการร้านค้าแฟฟที่คล้ายคลึงกัน แต่ก็มีบางประเด็นที่ต่างกันคือ นักศึกษาภาครัฐบาลจะนิยมดื่มชาเย็นและคาปูชิโนเย็น ส่วนนักศึกษาภาคเอกชนนิยม โกโก้เย็นและชาเย็น มีแนวโน้มของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่สูงกว่า

ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าทุกปัจจัย โดยรวมมีความสำคัญต่อ พฤติกรรมการใช้บริการร้านค้าแฟฟสดภายในมหาวิทยาลัยของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก โดยด้านกระบวนการมีความสำคัญเป็นลำดับแรก ส่วน ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญปานกลาง มีความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย

ด้านปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านค้าแฟฟภายในมหาวิทยาลัยที่มากที่สุด คือ การให้บริการช้า รongลงมา คือ ที่นั่งสำหรับดื่มไม่พอ ไม่มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง ไม่มีจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล มีที่นั่งไม่เพียงพอ ราคักราคาไม่เหมาะสม การแสดงราคาของผลิตภัณฑ์ในร้าน ไม่ชัดเจน/ไม่ทราบว่าอยู่ที่ใด พนักงานไม่มีอริยาศัษย์ที่ดี ท่าเลที่ตั้งอยู่ไกล ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านค้าแฟฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้สนใจในการเป็นข้อพิจารณาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาต่อไป ดังนี้

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านค้าแฟฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการที่ นักศึกษานิยมใช้บริการร้านค้าแฟฟในลักษณะ นำออกไปรับประทานนอกร้าน ใช้บริการในช่วงพักเที่ยงเป็นส่วนใหญ่ และใช้เวลา 15-30 นาที พฤติกรรมข้างต้นจะเห็นได้ว่านักศึกษาใช้เวลาไม่นาน และนิยมใช้บริการเวลาเดียว อีกทั้งนำออกไปรับประทานนอกร้านดังนั้นร้านค้าแฟฟสดภายในมหาวิทยาลัยควรมีการ การเสริมพนักงานในช่วงเวลา นี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและนักศึกษาจะมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 31-60 บาท ดังนั้นร้านค้าแฟฟสดภายในมหาวิทยาลัยควรตั้งราคาของเครื่องดื่ม และ เครื่องดื่มกับผลิตภัณฑ์รับประทานคู่กับเครื่องดื่มไม่เกินกว่านี้

ด้าน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมี ความสำคัญต่อการใช้บริการร้านค้าแฟฟ ภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี เมื่อแบ่งตามปัจจัยย่อย 7 ปัจจัยได้ข้อเสนอแนะดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ จากการที่นักศึกษาให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ความสะอาด และปัญหาที่พบลำดับแรก คือ รสชาติ ดังนั้นร้านค้าแฟฟสดภายในมหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน สินค้าที่จำหน่ายในร้านต้อง สด ใหม่ สะอาด ตลอดจนพยายามรักษาในเรื่องความคงที่ของรสชาติ

ด้านราคา จากการที่นักศึกษาให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ระดับราคา และปัญหาที่พบบ่อยลำดับแรก คือ ราคาไม่เหมาะสม ดังนั้นร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยควรตั้งราคาให้เหมาะสมตามคุณภาพวัตถุดิบ โดยควรอยู่ในช่วง 31-60 บาท จากการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น หรืออาจตั้งราคาให้ลูกค้าเลือกตามส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติมเพื่อให้เหมาะกับความต้องการของลูกค้า

ด้านการจัดจำหน่าย จากการที่นักศึกษาให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้ง และปัญหาที่พบบ่อยลำดับแรก คือ ที่นั่งสำหรับดื่มไม่พอ ดังนั้นร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยควรหาทำเลร้านกาแฟที่ใกล้กับสถานที่เรียนหรือที่พักของนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย อีกทั้งการจัดหาที่นั่งให้เพียงพอต่อการใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการที่นักศึกษาให้ความสำคัญลำดับแรก คือ มีส่วนลดหรือสะสมคูปอง และปัญหาที่พบบ่อยลำดับแรก คือ ไม่มีจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล ดังนั้นร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยควร ให้ส่วนลดแก่สมาชิกที่มาใช้บริการเป็นประจำ เช่น การสะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล การลด แลก แจก แถม ตามเทศกาลต่างๆ รวมไปถึงการให้ของที่ระลึกในวันสำคัญ เช่น พวงกุญแจ ที่คั่นหนังสือ เป็นต้น

ด้านบุคคล จากการที่นักศึกษาให้ความสำคัญลำดับแรก คือ อธิษาศัยของพนักงานและปัญหาที่พบบ่อยลำดับแรก คือ พนักงานไม่มีอธิษาศัยที่ดี ดังนั้นร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยต้องพิจารณาในการสรรหาคนเข้าทำงาน โดยพิจารณาจากบุคลิก ท่าทาง มีมารยาท และมีมนุษยสัมพันธ์ ตลอดจนการตอบสนองและการเต็มใจให้บริการ และควรมีการอบรมพนักงานก่อนเข้าทำงาน เพื่อปลูกฝังให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจการ ใส่ใจในการทำงานเหมือนกับเป็นกิจการของตนเอง นอกจากนี้ทางร้านเองควรมีการตอบแทนด้วยการให้รางวัลเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

ด้านกระบวนการ จากการที่นักศึกษาให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการให้บริการ และปัญหาที่พบบ่อยลำดับแรก คือ การให้บริการช้า ดังนั้นร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยควรเน้นให้พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมและเป็นมาตรฐานเดียว ตรวจสอบการให้บริการด้านความรวดเร็วและถูกต้อง

ด้าน หลักฐานทางกายภาพ จากการที่นักศึกษาให้ความสำคัญลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน และปัญหาที่พบบ่อยลำดับแรก คือ เรื่องมีที่นั่งไม่เพียงพอ ดังนั้นร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยควรคำนึงด้านความสะอาดของร้าน มีการทำความสะอาดสม่ำเสมอ และเมื่อมีสิ่งสกปรกควรทำความสะอาดทันที มีการจัดพื้นที่ร้านให้เหมาะสมกับบรรยากาศภายในร้าน และตกแต่งร้านให้เข้ากับกลุ่มลูกค้า คือ นักศึกษา อีกทั้งมีการจัดที่นั่งให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า