

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านกาแฟสด
มิราเคิล คอฟฟี่ ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นางสาวอริสา สุริยะ

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวิวรรณ ธารพิพัฒน์

วันที่อนุมัติผลงาน : สิงหาคม 2552

จำนวนหน้า : 60 หน้า

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านกาแฟสด

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของลูกค้าร้านกาแฟสดมิราเคิล คอฟฟี่ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดมิราเคิล คอฟฟี่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าร้านกาแฟสดมิราเคิล คอฟฟี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กำหนดขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร จำนวน 252 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน

การศึกษาพฤติกรรมลูกค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคกาแฟวันละหนึ่งแก้ว ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้บริการช่วงเวลา 12:01-13:00 น. สาขาราชวงศ์เป็นสาขาที่ใช้บริการเป็นประจำ นิยมบริโภคเอสเพรสโซ่เย็นและคาปูชิโน่เย็น รสชาติตามสูตรของร้าน ชื่อสำหรับการบริโภคของตนเอง และสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดมิราเคิล คอฟฟี่ คือ รสชาติของเครื่องดื่ม กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากป้ายหน้าร้าน และมีความพึงพอใจต่อรสชาติกาแฟระดับมาก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสดมิราเคิล คอฟฟี่ ของลูกค้าระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าระดับ



ความสำคัญของการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสด มิราเคิล คอฟฟี่ มีความแตกต่างกันจำแนกตามลูกค้า
ของร้านที่มียอดขายสูงและลูกค้าของร้านที่มียอดขายต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

PAYAP UNIVERSITY