

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

|                    |  |
|--------------------|--|
| ชื่อเรื่อง         | : พฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Mo'S Coffee |
| ผู้จัดทำ           | : นายวิธวินท์ สมขาว  |
| อาจารย์ที่ปรึกษา   | : ดร.เทียน เสรมัญญ์  |
| หลักสูตร           | : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ   |
| วันที่อนุมัติผลงาน | : พฤษภาคม 2554   |
| จำนวนหน้า          | : 83 หน้า  |
| คำสำคัญ            | : พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาดบริการ ร้านกาแฟ  |

การศึกษาด้วยตนเองนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Mo'S Coffee เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าร้านกาแฟ Mo'S Coffee จำนวน 205 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาท ต่อเดือน

พฤติกรรมของลูกค้าต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Mo'S Coffee พบว่า ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ นิยมดื่มกาแฟในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน มาใช้บริการร้านกาแฟ 2 - 3 ครั้งต่อเดือน ซึ่งมาใช้บริการครั้งละ 2 – 3 คน โดยจะมาใช้บริการกับเพื่อน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยครั้งละไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง นิยมดื่มเครื่องดื่มประเภทเย็น โดยส่วนใหญ่นิยมดื่ม โกโก้ และ ไม่นิยมรับประทานเครื่องดื่มแข็งคู่กับเครื่องดื่ม ส่วนประเภทของเครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมคือ เค้ก ลักษณะการดื่มกาแฟ ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมนั่งดื่มที่ร้าน และมีการทำกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการดื่มเครื่องดื่ม

คือ เล่น Internet และ อ่านหนังสือ โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับชื่อเสียงร้านกาแฟ ส่วนใหญ่ที่ลูกค้ามาใช้บริการเนื่องจากปัจจัยด้าน บรรยากาศภายใน/นอกร้าน กาแฟ Mo'S Coffee ส่วนใหญ่ลูกค้ามีการกลับมาใช้บริการอีก และ ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมมาใช้บริการร้านกาแฟ Mo'S Coffee รองลงมาคือ ร้านกาแฟวาวิ

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ Mo'S Coffee พบว่า กลุ่มตัวอย่างของลูกค้า Mo'S Coffee ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้าน สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการต่างๆ และ ปัจจัยด้านบุคคล มีความสำคัญ ระดั้มาก ส่วนปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดบริการ มีความสำคัญระดับปานกลาง

จากการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันหรือไม่แตกต่างกันจำแนกตาม เพศ โดยการทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างกลุ่มพบว่า ประเภทลูกค้า ช่วงเวลาที่นิยมดื่ม กาแฟ ความถี่ในการมาใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ/ครั้ง ประเภทของเครื่องดื่ม ชื่อเสียง ร้านกาแฟที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ปัจจัยที่ลูกค้ามาใช้บริการร้านกาแฟ การกลับมาใช้บริการ ร้านกาแฟ และ ร้านกาแฟที่ลูกค้านิยมใช้บริการ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคไม่แตกต่างกันจำแนกตามเพศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ พบว่า จำนวนผู้มาใช้บริการต่อครั้ง บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจไปใช้บริการ บุคคลที่ร่วมมาใช้บริการ ประเภทของรายการที่ชื่นชอบ สิ่งเครื่องเคียงคู่กับ เครื่องดื่ม และ ลักษณะการใช้การให้บริการ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันจำแนกตามเพศ

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาร้านกาแฟ Mo'S Coffee ให้เหมาะสม และตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นในทุกๆด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรรักษามาตรฐานของรสชาติกาแฟให้คงเดิมไว้เสมอและดูแลระบบ อินเทอร์เน็ต ให้พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา ด้านราคา ทางร้านควรทำการกำหนดราคาให้ชัดเจนและไม่แพงมากจนเกินไปเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการติดป้ายด้านข้างของร้านเพื่อให้ผู้เดินทางได้สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ด้านการสื่อสารการตลาด ควรมีการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก ต่อไป ด้านบุคคล ควรมาการอบรมพนักงานให้มีมาตรฐานการบริการที่ดีเหมือนกัน เช่น การยิ้มต้อนรับลูกค้าทุกครั้ง ด้านกระบวนการ ทางร้านควรมีการจัดระบบให้ดีในด้านการบริการเช่น การใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณและคิดค่าใช้จ่ายลูกค้า มีเครื่องชงกาแฟที่มีประสิทธิภาพทำงาน ได้อย่างดีและรวดเร็ว และ

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ทางร้านควรมีการดูแลทำความสะอาดในเรื่องของสถานที่และบริเวณ  
ภายใน/นอกร้าน และหมั่นตรวจเช็คความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นประจำ

PAYYAP UNIVERSITY