

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดแบบสแตนด์อะโลน (Stand-Alone) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสมศุภล นิรันดร์ไชย
ชื่อบริษัทฯ	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.ภญณิศา เดชาเดกิจ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดแบบสแตนด์อะโลน (Stand-Alone) ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาของผู้บริโภคกาแฟคั่วบดในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดแบบสแตนด์อะโลน (Stand-Alone) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดแบบสแตนด์อะโลน (Stand-Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ซึ่งเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ของผู้บริโภคร้านกาแฟคั่วบดแบบสแตนด์อะโลน (Stand-Alone) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด ซึ่งมีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 10,000

จากค่าเฉลี่ยระดับปัจจัยทางด้านการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดแบบสแตนด์อะโลน (Stand-Alone) ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มากที่สุด ไม่มี จะเห็นได้ว่าระดับปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟคั่วบดแบบสแตนด์อะโลน (Stand-Alone) ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ระดับปัจจัยมากในทุกด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดทำหน่วย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

สาเหตุที่เลือกใช้บริการของร้านกาแฟคั่วบดแบบสแตนด์อะโลน (Stand-Alone) คือ มีสาเหตุมาจากสาขาวิชา ไม่สามารถกินอาหารได้ ไม่สามารถกินอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย ไม่สามารถกินอาหารของว่างอื่นๆ ไม่สามารถกินอาหารที่ต้องเดินทางสะดวก และมีสาเหตุจากนิสัยการให้บริการที่ดี

Title	Behavior on the Selection to Use the Services of Stand-Alone Roast and Ground Coffee Shop of Consumers in Muang District, Chiangmai Province.
Author	Miss Somsakul Nirundomchai
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Puscnisa Thechatakerng

ABSTRACT

This study was conducted to explore: 1) behavior on the selection to use the services of stand-alone ground coffee shop of consumers in Muang district, Chiangmai province and 2) problems in using the services. A set of questionnaires was used for data collection administered with 400 consumers using the services of roast and ground coffee shop. Obtained data were analyzed by using the statistical Package.

Results of the study revealed that most of the respondents were female; single, 21-25 years old, bachelor's degree graduates, and students. Their average monthly income was 5,001-10,000 baht. Based on an average mean score of market factor effecting behavior on the selection to use the services of stand – alone roast and ground coffee shop, the levels of lowest, low, moderate, and highest were not found. However, there was a high level of factors on the selection behavior to use the services of stand-alone roast and ground coffee shop. This comprised the factors on: product, price, distribution channel, market promotion, personnel, physical appearance, and process. The following were reasons to use services of stand-alone roast and ground coffee shop: taste of coffee, reasonable price, diversity of menu, taste of other snacks, location, and good services.