

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี
ชื่อ-สกุลนักศึกษา	อนันต์ จิตริต
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สวงค์ เสวตวัฒนา
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค และ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านกาแฟสดในจังหวัดชลบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบที และการทดสอบแบบเอฟ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือพนักงานมีการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี อินเทอร์เน็ตที่มีให้บริการ พนักงานพูดจาสุภาพ มีบริการจัดส่งถึงบ้านมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด และ 2) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ** พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟสด ผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี

<b>Title</b>	Consumer Behavior in Choosing Fresh Coffee Shop Services in Chonburi Province
<b>Name</b>	Anan Jittarit
<b>Advisor</b>	Associate Professor Dr. Savong Sawetwatana
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Year</b>	2025

---

### **Abstract**

The objectives of this research were to 1) study the level of consumer behavior in choosing fresh coffee shop services, and 2) compare consumer behavior in choosing fresh coffee shop services in Chonburi Province, classified by personal factors. This study was quantitative research. The population consisted of consumers who had previously used fresh coffee shop services in Chonburi Province, with the exact number of the population unknown. The sample size of 400 respondents was calculated using W.G. Cochran's formula. Data were collected using the purposive sampling method, and the research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test.

The research results revealed that 1) the overall level of consumer behavior in choosing fresh coffee shop services was at a high level. When considering each aspect from highest to lowest mean scores, all five aspects were at a high level. The staff providing fast service had the highest mean score, followed by staff showing good attention to customers, internet availability, staff politeness, and home delivery service, which had the lowest mean respectively, and 2) the comparison of consumer behavior in choosing fresh coffee shop services in Chonburi Province showed that personal factors such as gender, age, occupation, education level, and average monthly income were significantly different at the .05 level of statistical significance.

**Keywords:** Consumer behavior, Fresh coffee shop services, Consumers at Chonburi Province