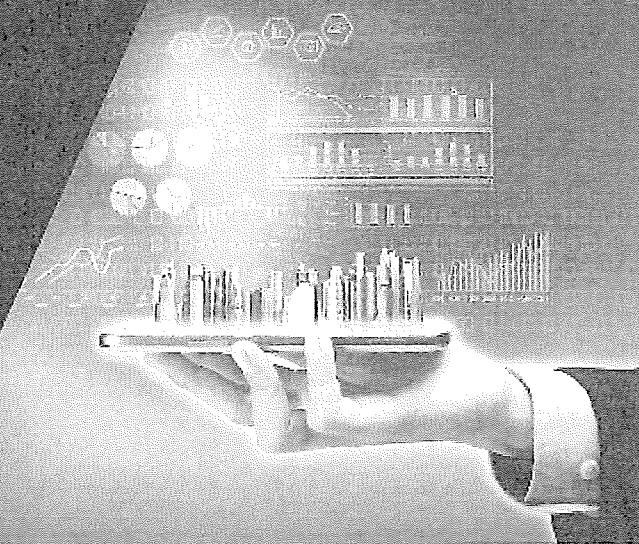


PROCEEDINGS

การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาประเทศไทย 4.0



2018

วิทยาการจัดการวิชาการ

“การวิจัยและนวัตกรรม
เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นสู่ประเทศไทย 4.0”

วันที่ 2 ตุมภาพันธ์ 2561
ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร (แม่สอด)
อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ที่ ๒๕๐๗/๒๕๖๑

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาบทความเพื่อนำเสนอในประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๗
“วิทยาการจัดการวิชาการ ๒๐๑๘: การวิจัยและนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นสู่ประเทศไทย ๔.๐”
คณะกรรมการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

ตามที่ คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้ดำเนินการจัดการประชุมวิชาการ
ระดับชาติ ครั้งที่ ๗ (THE ๗th National Conference) วิทยาการจัดการวิชาการ ๒๐๑๘: การวิจัยและนวัตกรรม เพื่อ
การพัฒนาท้องถิ่นสู่ประเทศไทย ๔.๐ คณะกรรมการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ที่กำหนดจัดขึ้น
ในวันที่ ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม้สอด เพื่อให้การพิจารณาแล้วนงร่องบความ
ที่จะนำเสนอในการประชุมวิชาการมีคุณภาพและมีมาตรฐานทางวิชาการ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๓ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏกำแพงเพชร จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาบทความเพื่อนำเสนอในประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๗
“วิทยาการจัดการวิชาการ ๒๐๑๘: การวิจัยและนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นสู่ประเทศไทย ๔.๐” ดังต่อไปนี้

- | | |
|---|------------------------------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช มุ่งเมือง | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.ปราจีร์ พลประเสริฐ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ๓. รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ สมยานะ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ๔. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพบูลย์ อินตัชัณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| ๕. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญยวารรณ วิจวัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| ๖. รองศาสตราจารย์ ดร.พัชราภา สิงห์ธนสาร | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| ๗. รองศาสตราจารย์พิไล เกษพวงศ์พิรุณห์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ๘. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญบา สุธิธร | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช |
| ๙. รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณคณา จันทร์คง | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช |
| ๑๐. รองศาสตราจารย์ ดร.อภินันท์ จันทะนี | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| ๑๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาติ ปันธาราช | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ๑๒. รองศาสตราจารย์ ดร.ทวนทอง เชวงกีรติพงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ๑๓. รองศาสตราจารย์ ดร.วชิระ วิชชุรันนท์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ๑๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลพิพิช คำใจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ๑๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดา สัตโนภัส | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ๑๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ลี้ตระกูล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๑๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานอัตร อาการรักษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๑๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิตคำ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๑๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลี้ตระกูล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๒๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภavarun เนตรประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |

/๒๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินัย....

-๒-

- | | |
|---|---|
| ๒๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนัย เชื่อมราชสกอร์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |
| ๒๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญมาก ตีระพุตติกุลชัย | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |
| ๒๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ราษฎร์ภักษ์วงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ๒๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิงดาว จินดาเทวน | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ |
| ๒๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิพัทธ์ นันทโคตร | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ |
| ๒๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิริวัฒน์ ชมระกา | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ |
| ๒๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นవพร ประสมทอง | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวนค |
| ๒๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิริช รัตนันต์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวนค |
| ๒๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักษมี งามเมืองศรี | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวนค |
| ๓๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี ตปนียวรงค์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวนค |
| ๓๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรฯ บุตสีทา | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ๓๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาลี ตระกูล | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ๓๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาณิสรา จรัสวิญญา | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ๓๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พธุรำไพ ประภัสสร | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ๓๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎีวรณ บุญอนันท์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ๓๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมมมาทินนา ศรีสุพรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสงเคราะห์ |
| ๓๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนานิพร ไชเยชน | มหาวิทยาลัยราชภัฏสงเคราะห์ |
| ๓๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงราย |
| ๓๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพนุท ศรีพึงษ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๔๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรัตน์ นามบุรี | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๔๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภพงษ์ เป็นเวลา | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| ๔๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกิจ พิอินทร์สารรัค | มหาวิทยาลัยราชภัฏกรุงเทพมหานคร |
| ๔๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร วชิรบัญญาวงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี |
| ๔๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญา ติษ្យรังแก้ว | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล |
| ๔๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หมุนไกร | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๔๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพกุล ชูทัน | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๔๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา หล่อตระกูล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๔๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระวารณ บุญมี | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ๔๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนต์ พ. ชุมอุ่น | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ๕๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เดชวิทย์ นิลวรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ๕๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติศักดิ์ ใจผลวัง | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| ๕๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลอรัตน์ ศิริเขตกรรณ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกรุงเทพมหานคร |
| ๕๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิชญาพร ประครองใจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |

๕๔. ดร.อัจฉรา เมฆสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๕๕. ดร.อารยา อริยา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๕๖. ดร.ณัฐวุฒิ ปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๕๗. ดร.เจน จันทร์สุภาเสน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
๕๘. ดร.แก้วตา ผิwareณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
๕๙. ดร.ปานิสรา คงปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
๖๐. ดร.ภาคีริ เขตปิยรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
๖๑. ดร.วิสุทธิ์ สุขบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
๖๒. ดร.สุทธิรัตน์ พลอยบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
๖๓. ดร.รตี ธนารักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
๖๔. ดร.กานุรังษี เดือนเต็ง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
๖๕. ดร.ณภัทร วุฒยะพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
๖๖. ดร.รัตนา สิทธิอ่อน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
๖๗. ดร.วนัชพร จันทร์กษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
๖๘. ดร.ธิดา ทองเกิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
๖๙. ดร.ภูนาท พึกเกตุ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
๗๐. ดร.อานันท คำวรณ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
๗๑. ดร.มัทนชัย สุทธิพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชบูรณะ
๗๒. ดร.สิรญาร นาคพิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชบูรณะ
๗๓. ดร.ณัฐรินี ทองตี	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชบูรณะ

สั่ง ณ วันที่ ๑๘ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(รองศาสตราจารย์ศุภิทัย วงศ์บุญมาก)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

**การเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด และกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภค¹
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์²**

**A Comparative Study of Consumers' Consuming Behavior Towards Fresh and Instant Coffee in
Amphoe Hua Hin, Prachuap Khiri Khan**

เจตบุรียา ตรีวนิชัย*

อาริตา หนูเจริญ**

นภานนท์ หอมสุด***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภค ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยพิจารณาจากทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการบริโภค กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เคยบริโภคกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูปในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26-33 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 5,000-10,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการดื่มกาแฟสดเฉลี่ยวันละ 1 แก้วต่อวัน กาแฟสำเร็จรูปเฉลี่ยวันละ 2 แก้วต่อวัน ด้านรสชาติของการดื่มเป็นประจำ คือ กาแฟรสกลมกล่อมเข้มข้นหวานมัน ด้านยี่ห้อของกาแฟที่นิยมบริโภค คือ นิยมบริโภคกาแฟสดแบรนด์ อเมซอน และนิยมบริโภคกาแฟสำเร็จรูปแบรนด์ เนสกาแฟ เหตุผลที่ดื่มกาแฟ คือ เพื่อารசادติอร่อย ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมของผู้บริโภค มีความสุ่มพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูป การให้ระดับความพึงพอใจด้านประโยชน์หลักผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ลักษณะทางกายภาพ ด้านตราสินค้า ด้านการให้บริการ และด้านบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับต่ำ

คำสำคัญ: กาแฟสด, กาแฟสำเร็จรูป, ทัศนคติ, พฤติกรรมการบริโภค

Abstract

The objective of this research was to compare the consumers' consuming behavior towards fresh and instant coffee in Amphoe Hua Hin, Prachuap Khiri Khan considered from consumers' attitude towards products and consumers' consuming behavior. The sample size in this study was 400 males and females who consumed fresh and instant coffee in Amphoe Hua Hin, Prachuap Khiri Khan. Data was gathered through questionnaire. The consumers were mostly females, between 26-33 years of old, held bachelor degree, were students and had average monthly income between 5,000-10,000 THB. Most consumers had average 1 cup of fresh coffee and 2 cups of instant coffee per day; strong, sweet and creamy coffee was preferred; the most preferable brands of fresh and instant coffee were Café Amazon and Nescafe respectively; reason on drinking coffee because it tastes delicious. The finding has shown that there had the significant correlation between attitude on

*,**นักศึกษาหลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

***ว.ท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

product and consumers' consuming behavior towards fresh and instant coffee in the form of giving satisfaction level on core benefit, price, physical characteristic, brand and packaging was at low level.

Keywords: Fresh Coffee, Instant Coffee, Consumers' Attitude

บทนำ

กาแฟเป็นผลิตภัณฑ์ที่นิยมแพร่รูปเป็นเครื่องดื่มผลิตจากเมล็ดกาแฟคั่ว เป็นแหล่งที่อุดมไปด้วยปริมาณ caffeine ที่ได้รับความนิยมบริโภคมากที่สุดในโลก มีฤทธิ์กระตุ้นระบบประสาทส่วนกลาง ทำให้ร่างกายเกิดอาการตื่นตัว ลดความง่วง โดยบริโภคนานกาแฟ จะขึ้นอยู่กับชนิดของกาแฟ แหล่งผลิต และกรรมวิธีในการผลิต สายพันธุ์หลักที่นิยมบริโภคมากที่สุดมีอยู่ 3 แบบ คือ อาราบิก้า , โรบัสต้า และแบบผสมตั้งแต่ 2 สายพันธุ์ขึ้นไปตามสัดส่วนต่างๆ (เจมส์ ซอฟแม่น, 2555) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับน้ำหนักของกาแฟที่ใช้บริโภคกันอยู่ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 3 ชนิด "ได้แก่"

กาแฟเมล็ด เป็นเมล็ดที่ได้จากการบด ผ่านกรรมวิธีในการเอาเปลือกนอกและเยื่อหุ้มออกจนเหลือแต่เมล็ดกาแฟคั่วบด เป็นกาแฟที่ได้มาจากการบด ผ่านกระบวนการจนเหลือแต่เมล็ด จากนั้นนำมาคั่วตามสูตรเฉพาะของแต่ละที่ เป็นที่รู้จักกันในนาม กาแฟสด

กาแฟสำเร็จรูป เป็นกาแฟที่มีลักษณะเป็นผง หรือเกล็ด เกิดจากการสกัดจากกาแฟคั่วบดเป็นน้ำกาแฟ นำไปแปรรูปและผลิตได้ 2 วิธี คือ การผลิตในระบบพ่นแห้ง และการผลิตในระบบพ่นเย็น

ตลาดกาแฟคั่วบดและกาแฟสำเร็จรูปในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2555-2559) มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3 โดยปี 2559 มีมูลค่าตลาดประมาณ 39,000 ล้านบาท และคาดว่าปี 2560 จะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 40,000 ล้านบาท ตามแนวโน้มเศรษฐกิจ การบริโภค การลงทุนที่ปรับตัวขึ้น โดยเฉพาะการบริโภคภาคเอกชนที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทร้านกาแฟที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น เช่น กันซึ่งจะทำให้เกิดการขยายตัวของบริษัทผู้ผลิตกาแฟมากขึ้น รวมทั้งปัจจัยเสริมจากการแสวงหาความนิยมของกาแฟคั่วบด ที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น เป็นแรงขับเคลื่อนให้ธุรกิจนี้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

พฤติกรรมผู้บริโภคถือเป็นสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างไม่รู้สึกตัวของการเพียงพื้นปริมาณกาแฟในหัวใจ ให้กับร่างกาย เพื่อให้ร่างกายกระชุ่มกระชวยพร้อมรับวันใหม่ และตื่นตัวในการทำงาน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่บริโภคกาแฟนั้น มักมีจุดเริ่มต้นมาจากการทดลองบริโภคกาแฟสำเร็จรูปก่อน และมีแนวโน้มโอนเขียงไปบริโภคกาแฟสดมากขึ้น เนื่องจากบรรยายกาศภายในร้านกาแฟที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อนสังสรรค์ กับเพื่อน แม้แต่คุยกันในรูปแบบต่างๆ โดยส่วนใหญ่จะมีจุดเริ่มต้นเรื่อยๆ เห็นได้ชัดเจนจากปริมาณร้านกาแฟที่เพิ่มขึ้น ธุรกิจกาแฟนั้นถือเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตอย่างต่อเนื่องตามลำดับความนิยมการดื่มกาแฟของคนรุ่นใหม่ และกาแฟยังได้กลายเป็นธุรกิจที่ SMEs ให้ความสนใจจากการเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมดื่มกาแฟขึ้น ทั้งแบบเย็นแบบร้อน สูตรจากต่างประเทศ และรวมถึงสูตรโบราณของไทย ความหอมของกาแฟที่คุกรุ่นชวนให้ลิ้มลองทำให้ธุรกิจกาแฟสำเร็จรูปต้องเริ่มต้นความเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงคุณภาพของรสสัมผัสด้วย ทั้งรส และกลิ่น เนื่องจากความคาดหวังทางด้าน "สุนทรียะ" ในกระบวนการผลิต (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งพิจารณาเบี่ยงเบนไปที่พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด และกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบธุรกิจด้านกาแฟ ทราบเกี่ยวกับพฤติกรรม และส่งเสริมแนวทางในการวางแผนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในตลาดกาแฟต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Schiffman and Kanuk (2007) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของผู้บริโภคด้านการเสาะแสวงหาและการประเมินคุณค่าจากการที่ได้ใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์เหล่านี้ โดยมีความคาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการ ตลอดจนได้รับคุณประโยชน์สอดคล้องกับผลที่คาดว่าจะได้รับ ขณะที่ อรทัย เลิศวรรณวิทย์ (2559) นักการตลาดมีความจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ในส่วนของผู้บริโภค 2 ส่วน ประกอบด้วย กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) ซึ่งมักพบในกลุ่มที่มีคุณลักษณะเป็นลูกค้า และ กระบวนการหรือพฤติกรรมการบริโภค (Consumer Behavior) ซึ่งมักพบในกลุ่มที่มีคุณลักษณะเป็นผู้บริโภคและในกลุ่มลูกค้า

Michman (1991) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นเกิดขึ้นจากรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลมาจากค่านิยมส่วนบุคคล (Personal Value) บุคลิกภาพ (Personality) วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ชนชั้นทางสังคม (Social Class) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) และครอบครัว (Family) นอกจากนี้ยังมี กิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interests) ซึ่งเป็นความสนใจส่วนบุคคล และความคิดเห็น (Opinion) ลือเป็นอก 3 ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบในการดำเนินชีวิต ทำให้ผู้บริโภคแต่ละคนนั้นมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป

อดุลย์ ชาตรุรงค์ (2539) ได้กล่าวถึงทัศนคติ (Attitude) ว่า ทัศนคตินั้นเป็นองค์ประกอบของความเข้าใจ (Cognition) ความรู้สึก (Affect) และพฤติกรรม (Conation) เป็นสิ่งที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตาเปล่า เป็นความรู้สึกจากภายในที่สามารถสะท้อนว่าบุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะพอใจหรือไม่พอใจต่อองค์สิ่ง เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ซึ่งต้องเพื่อนำมาแนวทางในการสร้างความพึงพอใจสูงสุด อาจเป็นการสร้างเครื่องมือ แบบสอบถามเพื่อใช้วัดระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค

คงชัย สันติวงศ์ (2540) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product) ว่า ผลิตภัณฑ์อาจเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่สามารถตอบสนองความจำเป็น หรือความต้องการของมนุษย์ ซึ่งทั้งสองฝ่ายนั้นได้อยู่ในกระบวนการของการแลกเปลี่ยน เช่น สินค้า บริการ ความชำนาญ เทคโนโลยี บุคคล สถานที่ องค์กร ข้อมูล และความคิด โดยผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นสิ่งที่มีตัวตน (Tangible Goods) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible Goods)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกตื้นๆ กาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. เพื่อศึกษาทัศนคติต้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความสำคัญของงานวิจัย

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านกาแฟสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด และ กาแฟสำเร็จรูป

เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการด้านการพัฒนาสินค้ากาแฟ ให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เพื่อให้ผู้ประกอบการต้านทานการแฟฟามารถนำข้อมูลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์กาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูปให้เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

กาแฟสด หมายถึง กาแฟที่ชงจากเมล็ดกาแฟที่ได้รับการคั่วจนได้ที่ แล้วนำมาบดเป็นผงโดยใช้เครื่องชงกาแฟในการชง

กาแฟสำเร็จรูป หมายถึง กาแฟที่มีลักษณะเป็นผง หรือเกล็ด เกิดจากการสกัดจากการแพร่อบเป็นน้ำกาแฟนำไปปรับรูปและผลิต เพื่อให้ระหว่างน้ำที่จะบริโภคได้ทันทีเมื่อเติมน้ำร้อนลงไป ปรุงรสโดยเติมน้ำตาล ครีมเทียม หรือนม

ทัศนคติต้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความรู้สึก และความคิดเห็นของผู้บริโภคกาแฟ ทั้งในทางบวก หรือลบ ที่มีต่อกาแฟสด และกาแฟสำเร็จรูป ประกอบไปด้วยด้านประโยชน์หลักผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านตราสินค้า ด้านการให้บริการ และด้านบรรจุภัณฑ์

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง การบริโภคกาแฟสด และกาแฟสำเร็จรูป เช่น ปริมาณที่บริโภคต่อวัน ประเภทกาแฟที่บริโภค โอกาสในการบริโภค ลักษณะรูปแบบที่บริโภค สาเหตุที่บริโภค สถานที่ที่ซื้อ และยี่ห้อที่นิยมบริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูป ที่อยู่ในพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เนื่องจากไม่มีสถิติจำนวนของผู้บริโภคกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูป ในอำเภอหัวหิน ผู้วิจัย จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วนิชย์ บัญชา, 2545) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้เท่ากับ 384 ตัวอย่าง เพื่อความเหมาะสมในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง และได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และได้ทำการแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ทัศนคติต้านผลิตภัณฑ์กาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูป ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการบริโภคกาแฟเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะกำหนดค่าตอบให้เลือกตอบ

ทั้งนี้ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วย การนำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นส่งให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาในด้านความถูกต้องและเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม จากนั้น แบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน

30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์效度ของครอนบากค่า 0.80 ความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.814

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นขึ้นแก่ผู้บริโภคที่ใช้บริการจากร้านกาแฟสด ร้านสะดวกซื้อ ร้านในที่ทำงาน ร้านค้าในมหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ที่อยู่ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อคำตอบ และจำนวนแบบสอบถาม

4.2 นำข้อมูลที่ได้จากการแยกแยะข้อมูลไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for the Social Sciences: SPSS เวอร์ชัน 24

4.3 ทดสอบสมมติฐานโดยการใช้สถิติพารามานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ t-test สำหรับวิเคราะห์ข้อเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูป

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.3 มีช่วงอายุระหว่าง 26-33 ปี ร้อยละ 35.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 78.0 มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.3 ระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 5000-10000 บาท ร้อยละ 24.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกดื่มกาแฟสด และกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีปริมาณเฉลี่ยในการดื่มกาแฟใน 1 วัน กาแฟสดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1 แก้วต่อวัน กาแฟสำเร็จรูปมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2 แก้วต่อวัน และ ความถี่ในการดื่มกาแฟโดยเฉลี่ยวันต่อสัปดาห์ กาแฟสดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3 วันต่อสัปดาห์ ส่วนกาแฟสำเร็จรูปมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3 วันต่อสัปดาห์ เช่นกัน ด้านรժชาติของกาแฟที่ดื่มเป็นประจำ คือ กาแฟรถกลมกล่อม เข้มข้นหวานมัน ร้อยละ 35.3 ด้านที่ห้อของกาแฟที่นิยมบริโภค คือ นิยมบริโภคกาแฟสดแบรนด์ อเมซอน ร้อยละ 60.8 และนิยมบริโภคกาแฟสำเร็จรูปแบรนด์ เนสกาแฟ ร้อยละ 58.5 ด้านเหตุผลที่ดื่มกาแฟ คือ เพื่อระลุตติอร่อย ร้อยละ 38.0 ด้านโอกาสที่ดื่มกาแฟ คือ ดื่มกาแฟแบบไม่จำกัดโอกาส ร้อยละ 39.5

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ทัศนคติต้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อกาแฟสด และกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามในเรื่องทัศนคติที่มีต่อกาแฟสดและกาแฟสำเร็จรูป ในรูปแบบของการให้ระดับความพึงพอใจ โดยมีระดับพึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจน้อย เฉยๆ และไม่พอใจ โดยมีคุณสมบัติ ประกอบด้วย ด้านประโยชน์หลักผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ลักษณะทางกายภาพ ด้านตราสินค้า ด้านการให้บริการ และด้านบรรจุภัณฑ์ ผลที่ได้คือ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ ดังนี้

ด้านประโยชน์หลักผลิตภัณฑ์ ให้ระดับความพึงพอใจจากกาแฟสำเร็จรูปมากกว่ากาแฟสด ด้านราคาให้ระดับความพึงพอใจจากกาแฟสำเร็จรูปมากกว่ากาแฟสด ลักษณะทางกายภาพให้ระดับความพึงพอใจจากกาแฟสดมากกว่ากาแฟสด

สำเร็จรูป ด้านตราสินค้าให้ระดับความพึงพอใจมากกว่ากาแฟสด ด้านการให้บริการให้ระดับความพึงพอใจกาแฟสดมากกว่ากาแฟสำเร็จรูป และด้านบรรจุภัณฑ์ให้ระดับความพึงพอใจมากกว่ากาแฟสด หัศนศติตด้านผลิตภัณฑ์ด้านกาแฟสดและการกาแฟสำเร็จรูปมีความแตกต่างกันในเรื่อง ด้านประโยชน์หลักผลิตภัณฑ์ ด้านราคาลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกตื้มกาแฟสด และกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติด้านการบริโภคกาแฟสด และกาแฟสำเร็จรูปที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบร่วม ด้านทัศนคติในเรื่องความถี่ในการดื่มกาแฟสดและการกาแฟสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แต่ในด้านทัศนคติโดยรวมของการกาแฟสดและการกาแฟสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กันในเรื่องของปริมาณที่ดื่ม

อภิปรายผล

จากการวิจัย แบ่งเป็นที่ยับพรุติกรรมการบริโภคกาแฟสด และกาแฟสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกตื้มกาแฟสดและการกาแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาเกี่ยวกับด้านประชากรของผู้บริโภคอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบร่วม จำนวนผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-33 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 5,000-10,000 บาท/เดือน จำนวนของกาแฟที่บริโภคเฉลี่ย 1 แก้วต่อวัน และดื่มกาแฟเฉลี่ยอยู่ที่ 3 แก้วต่อสัปดาห์ รสชาติที่ชอบคือ กาแฟสกัดกลิ่นหอม เข้มข้นหวานมัน ตรายี่ห้อกาแฟสดที่นิยมบริโภคคือแบรนด์ อเมซอน และกาแฟสำเร็จรูป คือแบรนด์ เนสกาแฟ เหตุผลในการดื่มเพราสารชาติอร่อย มีการดื่มกาแฟแบบไม่จำกัดโอกาส

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการดื่มกาแฟสดและการกาแฟสำเร็จรูป พบร่วม ผู้บริโภค มีการดื่มกาแฟสำเร็จรูปมากกว่ากาแฟสดประมาณ 1 แก้วต่อวัน และมีความถี่ในการดื่มกาแฟสดมากกว่ากาแฟสดเฉลี่ยประมาณ 1 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท ศูนย์วิจัยสิริกษาไทย จำกัด ที่ว่าตลาดกาแฟผงสำเร็จรูปเป็นเกือบห้าหมื่นคงต่อสัปดาห์ ซึ่งมีปริมาณกว่า 9,300 ล้านบาท และได้คาดการณ์เกี่ยวกับตลาดกาแฟของไทยว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์กาแฟไทยจะมีการเจริญเติบโตมากขึ้น ซึ่งเป็นปริมาณที่เติบโตมากกว่า 100 เปอร์เซ็นต์ ถ้า撇จากปี 2545 และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 10 เนื่องจากอัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยในปัจจุบันยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ คือคิดเป็นเพียง 130-150 ถ้วย/คน/ปี เท่านั้น (หรือเฉลี่ยไม่ถึงหนึ่งแก้ว/คน/วัน)

เหตุผลในการดื่มกาแฟของทั้งกาแฟสดและการกาแฟสำเร็จรูป พบร่วม เพราสารชาติอร่อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นงนุช อุณอันนันต์ (2557) ซึ่งทำการวิจัยและพบว่าผู้บริโภคเลือกตื้มกาแฟสด เพราะชอบในรสชาติของกาแฟ เช่นเดียวกัน รองลงมาคือ แก้กระหาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นงนุช อุณอันนันต์ (2557) เช่นกันที่อธิบายไว้ว่า สาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความตื่นตัวในการดื่มกาแฟสด น่าจะเกิดจากชีวิตรีบเร่งและแข่งขันอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการเสพกาแฟเข้าไปก็จะช่วยให้เกิดความกระตือรือร้น กระปรี้กระเปร่าได้ทั้งวัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวรรณ โสมากุร (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตเมืองพัทยาแล้วพบว่าผู้บริโภคคาดหวังประโยชน์จากการดื่มกาแฟ เรื่องการลดอาการร่างกายอน

การวิเคราะห์ทัศนคติต้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการแฟสดและการแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์กาแฟสดและการแฟสำเร็จรูป ในเรื่องของด้านประโยชน์หลัก ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ลักษณะทางกายภาพ ด้านตราสินค้า ด้านการให้บริการ พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการแฟสดและการแฟสำเร็จรูป ผู้บริโภคจะมีระดับความพึงพอใจส่วนใหญ่เป็นการแฟสำเร็จรูป เนื่องจากหลาย ๆ ปัจจัย ทั้งทางด้านราคา คุณประโยชน์ ทำให้ผู้บริโภคไม่ทัศนคติกับกาแฟสดเป็นกิจว่างานแฟสด และด้านบรรจุภัณฑ์พบว่ามีระดับความแตกต่างกัน ในเรื่องประโยชน์หลักผลิตภัณฑ์ การแก้อาการร่วงนอน การให้ผู้บริโภคลองชิมรสชาติกาแฟ การมีพนักงานดูแลให้คำแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ผ่องศรี โพธิรัตน์เนรมิตร (2540) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคไม่การตื่นมากเพื่อให้แก่ง่วง ส่วนเหตุในการตัดสินใจซื้อที่ร่ำถูกต้องคือเป็นหลักของลงมา คือ การรับรู้ข่าวสาร และในความคิดเห็นสื่อสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก ซึ่งสาเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการใช้งบประมาณกับการโฆษณาค่อนข้างมาก สอดคล้องกับงานวิจัย แคร์เรีย ปันทะนะ (2557) ที่พบว่าผู้บริโภคมาใช้บริการร้านกาแฟสด เพราะพนักงานให้บริการดี ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านกาแฟสด เพราะกระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยາและดูแลเอาใจใส่ ลูกค้า

การวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อการแฟสด และการแฟสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการวิจัยเที่ยวกับการเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อการแฟสดและการแฟสำเร็จรูป พบว่า ทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อการแฟสดและการแฟสำเร็จรูปในเรื่องความตื่นมากเพื่อตื่นเช้า ทัศนคติในเรื่องของคุณสมบัติที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกซื้อการแฟสดหรือการซื้อการแฟสำเร็จรูปนั้นจะต้องขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ไม่เพียงแค่เรื่องทัศนคติเท่านั้น ซึ่งในการเลือกซื้อการแฟสดจะขึ้นอยู่ที่แต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้าน อายุ อาชีพรายได้ และความต้องการในคุณประโยชน์ของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) ที่วิเคราะห์ว่าทัศนคติมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน ซึ่งผู้บริโภคจะเรียนรู้จากเหตุการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเข้มระหว่างแนวคิดและพฤติกรรม นักการตลาดมักใช้เครื่องมือทางการสร้างสื่อโฆษณาทางการตลาด เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ผลิตภัณฑ์ และตราสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องนี้พบว่า การแฟสำเร็จรูปจะได้รับความพึงพอใจมากกว่ากาแฟสดในเรื่องผลิตภัณฑ์ ราคา ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ขณะที่กาแฟสดจะได้รับความพึงพอใจมากกว่ากาแฟสำเร็จรูปในเรื่องลักษณะทางกายภาพ และด้านการให้บริการ โดยภาพรวมจะเห็นว่าการบริโภคกาแฟสดจะเป็นการบริโภคที่เน้นคุณค่าเชิงสนุกหรือสุข (Hedonic Value) ขณะที่การบริโภคกาแฟสำเร็จรูปจะเป็นการบริโภคที่เน้นคุณค่าเชิงอรรถประโยชน์ (Utilitarian Value) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟสดซึ่งมีอยู่มากมายและมีขนาดกิจการไม่ใหญ่มากนักสามารถใช้ประโยชน์จากข้อค้นพบนี้ ด้วยการเพิ่มมูลค่ากาแฟสดของตนในการด้านการบริการหรือด้านอื่น ๆ ที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดสุนทรียะสในกระบวนการบริโภค อันจะส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนการบริโภคจากกาแฟสำเร็จรูปมาเป็นกาแฟสดได้

นักวิจัยที่สนใจ สามารถนำผลของงานวิจัยเรื่องนี้ไปปรับปรุงในประเด็นดังต่อไปนี้

ควรศึกษาในเรื่องของการให้บริการที่จะส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค

ควรศึกษาถึงทัศนคติต่อเครื่องดื่มกาแฟประเภทต่าง ๆ นอกเหนือจากการแฟสต์ แลกกาแฟสำเร็จรูป

ควรศึกษาพฤติกรรมการบริโภคที่ต่างพื้นที่ออกไป เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ทุกพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. ธุรกิจขายส่งกาแฟ ชา โกโก้. [Online]. เข้าถึงจาก http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2559/T26/T26_201612 เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2560.
- กัลยา วนิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์ทางสถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพ: บริษัทธรรมสาร.
- แคมเพลน ปันทะนะ. (2557). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร้านกาแฟสดในเขตอำเภอทอง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ.
- เจมส์ ออฟเเมน. (2555). สมุดแ pencan ที่โลกของการแฟ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บลู สกาย บุ๊คส์.
- ณัฐวรรณ โสมารี. (2549). พฤติกรรมการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคเขตเมืองพัทยา. ปัญหาพิเศษปริญญาธุรรประสาตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ชั้นปี สัมติวงศ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นางนุช อุณอนันต์. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟสด ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. วารสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 8(2), 69-80.
- ผ่องศรี ไฟฟาร์ย์เนรมิต. (2540). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์กาแฟของชาวกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเองปริญญาโท สาขาศาสตร์และศิลปศาสตร์. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การบริหารการตลาดดิจิทัลใหม่ : ปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- อดุลย์ ชาตรุรงค์กุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรทัย เถีรธรรมวิทย์. (2559). การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Michman, R. D. (1991). *Lifestyle Market Segmentation*. California: Praeger.
- Schiffman, L. & L. Kanuk. (2007). *Consumer Behavior* (9th Edition). NJ: Pearson.