

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ปังจ๊ับที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปังจ๊ับส่วนบุคคลกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งคำถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปังจ๊ับส่วนบุคคล ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค โดยศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 6 ด้านได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านการให้บริการ และ (6) ด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการ และ ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค โดยทำการศึกษาจากผู้บริโภคในเขตบางแสน จ.ชลบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.8 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.8 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 86.2 เป็นนิสิต/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยเดือนละไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 56.4

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับปังจ๊ับที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปังจ๊ับที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด มากที่สุด คือ ปังจ๊ับทางด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการ รองลงมาคือ ปังจ๊ับทางด้านผลิตภัณฑ์กับ ปังจ๊ับทางด้านราคา ปังจ๊ับทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ปังจ๊ับด้านการให้บริการ และปังจ๊ับด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ปังจ๊ับด้านผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน

ร้าน และประเด็นที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย
ในร้าน เช่น เค้ก ขนม เบเกอรี่

ปัจจัยด้านราคา สรุปได้ว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด
อยู่ในระดับมาก โดยพบว่าประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ราคามีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับ
คุณภาพ และประเด็นที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลายราคา
ตามภาชนะบรรจุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สรุปได้ว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านกาแฟสด อยู่ในระดับมาก โดยพบว่าประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ที่ตั้งร้านทาง
รองลงมา คือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/ สถานศึกษา และประเด็นที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด
คือ ระยะเวลาเปิด-ปิดให้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สรุปได้ว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านกาแฟสด อยู่ในระดับมาก โดยพบว่าประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มีระบบสมาชิก
เพื่อรับส่วนลด และประเด็นที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น
แผ่นพับ ใบปลิว และอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านการให้บริการ สรุปได้ว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ
สด อยู่ในระดับมาก โดยพบว่าประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ได้รับการบริการที่ดีเหมือนเดิม
ทุกครั้ง และประเด็นที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ การทักทาย และกล่าวต้อนรับเมื่อเดินเข้า
ร้าน

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการ สรุปได้ว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการร้านกาแฟสด อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่าประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ
การจัดโต๊ะ เก้าอี้นั่งภายในร้านอย่างเหมาะสม รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ และอุปกรณ์
ที่ใช้ และประเด็นที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ มีหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร สำหรับบริการ
ลูกค้า

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสด ในภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2. ผู้บริโภค ที่มีอายุต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสด ในภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 4. ผู้บริโภค ที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสด ในภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5. ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสด ในภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6. ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟสด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยและผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี สามารถอภิปรายผล และอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด มากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการรองลงมาคือปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ กับปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ปัจจัยทางการให้บริการ และปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับพิริยะ วิภักขณาพันธุ์ (2543) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ สมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นปัจจัยทางด้านสถานที่ตั้งที่ไปมาสะดวก ส่วนราคา กระบวนการให้บริการ ภาพลักษณ์ของร้านบุคลากรและการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ รองลงมาตามลำดับโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ด้วยเหตุผลทางด้านความต่างของพื้นที่ที่ทำการศึกษานี้ เนื่องจากกรุงเทพฯ เป็นเมืองที่มีระบบเศรษฐกิจที่ดี ธุรกิจส่วนใหญ่จะมารวมตัวที่เมืองหลวงแห่งนี้ ร้านกาแฟสดก็เช่นเดียวกันซึ่งปัจจุบันตลาดร้านกาแฟอยู่ในช่วงขยายตัวร้านกาแฟทั้งเล็กใหญ่ ล้วนผุดขึ้นเป็นดอกเห็ด รวมทั้งธุรกิจร้านกาแฟจากต่างชาติก็ทยอยกันเข้ามาลงทุนเปิดกิจการในเมืองไทย จึงทำให้เกิดการแข่งขันในหลาย ๆ ด้าน จากการแข่งขันที่รุนแรงนี้เองทำให้อำนาจการต่อรองจึงไปอยู่ในมือของผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงจะเลือกที่รสชาติกาแฟ

เป็นอันดับต้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ พิริยะ วิจักขณพันธุ์ (2543) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ สมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญกับรสชาติกาแฟมากที่สุด รองลงมาจะเป็นการที่ต้องมีรายการเครื่องดื่มกาแฟให้เลือกหลายแบบ นอกจากนั้น ธเนศ แก้วกล้า (2549) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนร้านกาแฟสดบริเวณด้านหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า กลุ่มผู้มีส่วนประสมการตลาดบริการที่นำไปใช้ในโครงการประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ควรเน้นการบริการกาแฟสดที่มีคุณภาพ รวมไปถึง สมเกียรติ เป็งโต (2547) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟว๊ว ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รสชาติกาแฟ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน แต่ทั้งนี้ผู้บริโภคในเขตเมืองแสนสุข ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอ บริการ มากที่สุด สาเหตุประการหนึ่งนั้นเป็นเพราะว่าเมืองแสนสุขเป็นเมืองที่มีลักษณะเป็นเมืองชายทะเล ที่มีทัศนียภาพสวยงาม ร้านกาแฟสดหลายๆร้านก็มีสถานที่ตั้งอยู่ติดชายทะเลซึ่งประเด็นนี้เองจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคลดความสำคัญทางด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นรสชาติ ความสดใหม่ หรือจะกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคในเขตเมืองแสนสุขมานั่งดื่มบรรยากาศมากกว่านั่งดื่มรสชาติของกาแฟ

ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นุชนารถ คุปต์ชัย (2548) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสมัยใหม่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย ในระดับมาก เช่นเดียวกับ ผลงานวิจัยของ สุรินทร์ วัชรปรีชา (2548) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้

จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะที่เป็นนัยยะในเชิงนโยบายที่สำคัญดังนี้

1. เมื่อการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตเมืองแสนสุข ผู้วิจัยขอเสนอให้ผู้ประกอบการร้านกาแฟ เน้นการสร้างบรรยากาศภายในและโดยรอบร้านให้สวยงาม ป้ายชื่อบ่งชี้เห็นชัดเจน และความสะดวกของสถานที่ เป็นหลัก

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟสดมีหลากหลายยี่ห้อ เป็นธุรกิจที่อยู่ในช่วงขยายตัว และมีการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง นอกจากกลยุทธ์เรื่องการเน้นสร้างบรรยากาศภายในและโดยรอบร้านให้สวยงามแล้วผู้วิจัยยังเสนอให้ผู้ประกอบการเน้นให้ความสำคัญกับรสชาติของกาแฟ และความสะดวกสบายใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน

3. ปัจจัยด้านราคา ข้อเสนอว่า ผู้ประกอบการควรตั้งราคาให้มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพที่ผู้บริโภคควรได้ มีป้ายบอกราคาชัดเจน และควรกำหนดราคาตามกลไกตลาดปัจจุบัน โดยอิงราคามาตรฐานของร้านกาแฟทั่วไป ซึ่งเป็นการลดการแข่งขันเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

หลังจากที่ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด ของผู้บริโภคในเขต อ.เมือง จ.ชลบุรี เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่า

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยประชาชนในเขตบางแสน จ.ชลบุรี แต่เนื่องจาก ร้านกาแฟสดเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง และขยายการเติบโตไปในพื้นที่ ดังนั้นควรจะมีการศึกษาวิจัยกลุ่มประชาชนในพื้นที่อื่นๆของประเทศด้วย โดยเริ่มจากพื้นที่ใกล้เคียงก่อน ซึ่งผลการวิจัยที่ได้นั้นอาจจะมีความแตกต่างกันระหว่างประชาชนในเขตบางแสน จ.ชลบุรี เนื่องจากภูมิประเทศดังกล่าวอาจเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด มีความแตกต่างกันเพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างครบถ้วน ครอบคลุมประชากรหลายพื้นที่ซึ่งมีประโยชน์ในการทำตลาดได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย

2. จากการศึกษาที่ว่าปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมการนำเสนอบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตเมืองแสนสุข มากที่สุด ผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการวิจัยเกี่ยวกับ “รูปแบบร้านกาแฟ” ในความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะ

3. เนื่องจากธุรกิจกาแฟมีการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง ทำให้ผู้แข่งขันรายใหม่ที่จะเข้ามาในตลาดแย่งส่วนแบ่งการตลาดได้ยากผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการวิจัยเกี่ยวกับ “กลยุทธ์ที่นำไปสู่ความสำเร็จของร้านกาแฟที่ประสบความสำเร็จแล้ว เช่น Starbucks, Black canyon, Amazon ฯลฯ”

ว่ามีรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างไร ถูกคัดเลือกใช้บริการเพราะไร เพื่อนำมาเป็นต้นแบบในการลงทุนทำธุรกิจร้านกาแฟ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University