

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน
ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

The Marketing Mix Factors Affecting the Consumers Decision Cafe Amazon in Nakhon Si Thammarat Province

พัชวิภาคค์ มูลิกา

Patchwipak Mulika

Email : patchwipak@hotmail.co.th

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการฯ จังหวัดนครศรีธรรมราช

บทคัดย่อ

การศึกษาคั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคที่เข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช และ 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิจัย สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการบรรยายข้อมูลและสถิติเชิงอนุมาน

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การเลือกใช้บริการ, ผู้บริโภค

ABSTRACT

This research aims to (1) To study marketing mix factors affecting the decision Café Amazon in Nakhon Si Thammarat province. (2) To study consumers behavior service Café Amazon in Nakhon Si Thammarat province. And (3) To compare marketing mixes influencing Café Amazon consumption in in Nakhon Si Thammarat province based on personal factors. 400 for population is Nakhon Si Thammarat residents. Statistics used in this research include Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA.

Keyword: The Marketing Mix Factors, the Decision, consumers

บทนำ

ปัจจุบันกระแสความนิยมดื่มกาแฟยังคงเพิ่มขึ้นไม่หยุด เมื่อ ตลาด ผลิตภัณฑ์ กาแฟมีการปรับโฉม ออกสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการที่สอดคล้องกับการใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างลงตัว ทำให้ตลาด ผลิตภัณฑ์กาแฟเป็นตลาดที่ใครต่อใครอยากเข้ามาลงทุนทั้งนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจาก เล็งเห็นโอกาสในการสร้างผลตอบแทนที่งดงามจากธุรกิจผลิตภัณฑ์กาแฟ แม้ว่าการดื่มกาแฟจะเริ่มได้รับการนิยมนมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2557) ภาวะการแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟสด ได้มีการเปลี่ยนแปลง อย่างมากมายทั้งในวัตถุดิบและบริการ มีความพิถีพิถันมากขึ้นในเรื่องกรรมวิธี การชงกาแฟให้มาตรฐาน เนื่องจากกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และได้เข้ามามีบทบาทในทุกกลุ่มของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนวัยทำงานที่มีความนิยมในเรื่องของการดื่มกาแฟกันมากขึ้นจึงทำให้ธุรกิจร้าน กาแฟมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคนิยมเลือกดื่มกาแฟสดมากขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟมี แนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมบริโภคกาแฟสดที่มีรสชาติเข้มข้นเลือกเข้าร้านกาแฟสดที่ ติดแอร์ มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม และนิยมซื้อกาแฟสด เช่น ในห้างสรรพสินค้า เวลา 06.01-12.00 น. (จารุ ประภาส, 2548) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจบริโภค และเมล็ดกาแฟที่ ใช้ต้องมีคุณภาพสูง (ฉวีวรรณ โสมาศรี, 2549)

เนื่องจากจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นแหล่งธุรกิจที่สำคัญทั้งในเรื่องของการบริการ อาหารและ เครื่องดื่มทำให้ธุรกิจร้านกาแฟสดเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกาแฟสด โดยแหล่งที่นิยมเปิดร้านกาแฟสดส่วนมากก็จะเป็นในอำเภอเมือง และกระจายออกตามจุดแวะพักต่างๆใน ป่าไม้ (สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2561) สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัด นครศรีธรรมราช เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการและผู้สนใจในธุรกิจร้านกาแฟ อเมซอน ในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งปัจจุบันนี้ถือเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตและมีรายได้ที่น่าสนใจมากธุรกิจหนึ่ง เพราะตลาดรวมยังขยายตัวได้อีกมาก ขณะที่ต้นทุนและค่าใช้จ่ายหมุนเวียนในแต่ละวันไม่สูงมากเนื่องจาก ใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากภายในประเทศเป็นหลัก

วัตถุประสงค์

- 1 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคที่เข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานการวิจัย

- 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดต่างกัน
- 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสดต่างกัน

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังต่อไปนี้

ขอบเขตพื้นที่ การวิจัยนี้มีขอบเขตของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษา คือ ร้านกาแฟสดอเมซอน จำนวน 46 สาขา ในเขตนครศรีธรรมราช

ขอบเขตของประชากรที่ใช้การศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชเฉลี่ย ประมาณ 303,600 คนต่อเดือน ในทั้งหมด 46 สาขาในจังหวัดนครศรีธรรมราช (อารทิพท์ แสงอำไพ, สัมภาษณ์ 2561)

ขอบเขตด้านข้อมูล 1) ข้อมูลปฐมภูมิ คือ การศึกษาจากเอกสาร งานวิจัย ข่าวสาร อินเทอร์เน็ต อื่นๆ และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ คือ ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน

ขอบเขตของตัวแปร การวิจัยครั้งนี้กำหนดตัวแปรดังนี้

ตัวแปรต้น

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ได้สังเคราะห์จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลประชากรศาสตร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)
- 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ นำมาจากทฤษฎีMarketing Mix ของ Kotler (2005)

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ประกอบด้วยประเภท เครื่องดื่มที่นิยมบริโภค, วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ, ปริมาณในการใช้บริการ, ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ, ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ, ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจเข้าใช้บริการลักษณะการให้บริการ, สถานที่ตั้ง สัณฐานที่ จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2546)

ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยได้ทำการข้อมูลจากกลุ่มประชากรตั้งแต่เดือนธันวาคม 2561 – มกราคม 2562

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการทบทวนเอกสาร วรรณกรรมแนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคล
- 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด
- 3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภค
- 5 ข้อมูลร้านกาแฟลาเพอเมซอน
- 6 ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการศึกษาจะใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อหาคำตอบตาม วัตถุประสงค์ที่ตั้งกล่าวข้างต้น วิธีดำเนินการศึกษาโดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิจัย สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการบรรยายข้อมูล และสถิติเชิงอนุมาน คือ (f- test) (t – test) และ ANOVA (Analysis of Variance)

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในการการตัดสินใจบริโภค ร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภค ร้านกาแฟสด อเมซอน ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.8 เพศชาย ร้อยละ 43.2 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 40.0 รองลงมาอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 35.0 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 14.5 อายุ 51 ขึ้นไป ร้อยละ 9.2 และสุดท้ายอายุ 11-20 ปี ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ ผู้บริโภค ร้านกาแฟสด ส่วนใหญ่จะมีสถานภาพโสด ร้อยละ 53.75 สมรส ร้อยละ 41.25 และสุดท้าย หย่าร้าง ร้อยละ 5 ตามลำดับ ระดับการศึกษาของผู้บริโภค ร้านกาแฟสด ส่วนใหญ่จะมีจบปริญญาตรี ร้อยละ 68.3 รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 22.8 และสุดท้ายระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า ร้อยละ 8.9 ตามลำดับ ด้านอาชีพ ผู้บริโภค ร้านกาแฟสด เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.25 รองลงมาธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 26.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.75 นักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 3.0 และลำดับสุดท้ายอื่นๆ ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ในส่วนช่วงรายได้ของผู้บริโภค ร้านกาแฟสด ส่วนใหญ่ ประมาณ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 30.5 รองลงมามีได้ประมาณ 20,001- 30,000 บาท ร้อยละ 24.0 ช่วงรายได้ประมาณ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 20.3 ช่วงรายได้ประมาณต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท ร้อยละ 14.0 และลำดับสุดท้ายช่วงรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคในการการตัดสินใจ บริโภค ร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภค ร้านกาแฟสด ส่วนใหญ่ชอบ ประเภทของกาแฟสดที่ชอบ คือลาเต้ ร้อยละ 15.5 รองลงมา อเมริกาโน่ ร้อยละ 15.25 คาปูชิโนและมอคค่า ร้อยละ 14.5 ชาเขียว/ชามะนาว/ชาเย็น/ชาร้อน ร้อยละ 13.25 เอสเปรสโซ ร้อยละ 12.0 นมสด/โกโก้ ร้อยละ 11.25 และลำดับสุดท้ายคือน้ำผลไม้/สมูทตี้ ร้อยละ 3.75 ตามลำดับ วัตถุประสงค์ของการบริโภค ร้านกาแฟสด พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ เพื่อลดอาการง่วงนอน ร้อยละ 49.5 รองลงมาผ่อนคลายความเครียด/ พักผ่อน/อ่านหนังสือ ร้อยละ 36.25 เพื่อต้องการอ่านหนังสือ ใช้บริการ wifi internet ฟรี ร้อยละ 9.0 และ ลำดับสุดท้าย เจริญธุรกิจ/พบปะสังสรรค์ ร้อยละ 5.25 ตามลำดับ ปริมาณการดื่มกาแฟสดต่อครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่ ดื่ม จำนวน 1-2 แก้ว/สัปดาห์ ร้อยละ 48.75 รองลงมา จำนวน 3-4 แก้ว/สัปดาห์ ร้อยละ 36.75 จำนวน 5-7 แก้ว/สัปดาห์ ร้อยละ 8.75 และสุดท้าย จำนวน กว่า 7 แก้ว/สัปดาห์ ร้อยละ 5.75 ตามลำดับ ช่วงระยะเวลา ใดที่ท่านบริโภค ร้านกาแฟสด ที่ ร้านกาแฟสด อเมซอน ส่วนใหญ่ คือช่วงเที่ยง 12.00- 12.59 ร้อยละ 36.25

รองลงมาช่วงบ่าย 13.00-15.59 ร้อยละ 28.75 ช่วงเช้า 8.00-11.59 ร้อยละ 26.0 และลำดับสุดท้ายช่วงเย็น 16.00-18.59 ร้อยละ 9.0 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายบริโภคกาแฟสด ส่วนใหญ่ พบว่า มีค่าใช้จ่าย 50 – 100 บาท/ครั้งร้อยละ 53.5 รองลงมา 101-200 บาท/ครั้งร้อยละ 28.25 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/ครั้งร้อยละ 11.25 และสุดท้ายมากกว่า 200 บาท/ครั้งร้อยละ 7.0 ตามลำดับ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด ส่วนใหญ่ พบว่า บริโภคร้านกาแฟสดด้วยการตัดสินใจของตัวเอง ร้อยละ 59.0 รองลงมาบริโภคกับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 27.75 และสุดท้ายบริโภคกับสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 13.25 ตามลำดับ การตัดสินใจเลือกสถานที่บริโภคกาแฟสด ส่วนใหญ่ พบว่า ตัดสินใจเลือก สถานที่ตั้งที่มีชื่อเสียงร้อยละ 33.75 รองลงมาร้านกาแฟสด อเมซอนมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น เมล็ดกาแฟดี สีน้าพรีเมียม เป็นต้น ร้อยละ 28.75 ร้านกาแฟสดที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกสบายและสวยงามเช่น จุดแวะพัก มีที่จอดรถ เป็นต้น ร้อยละ 21.25 และสุดท้ายร้านกาแฟสด อเมซอน มีการบริการดีจากผู้ให้บริการ ร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช อันดับแรก คือ ส่วนประสมด้านพนักงานผู้ให้บริการในร้านกาแฟสด อเมซอน ผลเฉลี่ย 4.26 รองลงมาส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์ร้านกาแฟสด อเมซอน ผลเฉลี่ย 4.18 ส่วนประสมด้านกระบวนการให้บริการในร้านกาแฟสด อเมซอน ผลเฉลี่ย 4.17 ส่วนประสมด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟสด อเมซอน ผลเฉลี่ย 4.12 ส่วนประสมด้านราคาที่จำหน่ายร้านกาแฟสด อเมซอน ผลเฉลี่ย 4.05 ส่วนประสมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายร้านกาแฟสด อเมซอน ผลเฉลี่ย 4.05 และ ส่วนประสมด้านการส่งเสริมการขายของร้านกาแฟสด อเมซอน ผลเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

เพศต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($t = .646$ Sig. = .519)

อายุต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($f = 1.213$ Sig. = .306)

สถานภาพต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตเขตจังหวัด นครศรีธรรมราช ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($f = .435$ Sig. = .621)

การศึกษาต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตเขตจังหวัด นครศรีธรรมราช แตกต่างกัน ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($f = 13.808$ Sig. = .0004*)

อาชีพต่างกัน มี ผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตเขตจังหวัด นครศรีธรรมราช ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05 ($f = 2.840$ Sig. = .0.25*)

รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตเขตจังหวัด นครศรีธรรมราช ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($f = 2.656$ Sig. = .023*)

2.อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตเขตจังหวัด นครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพ โสดมีระดับการศึกษาจบปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้จากการทำงานต่อเดือนประมาณ 10,001-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับวาสนาอัสสะ พิบูล (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในร้านกาแฟที่ระดับพรีเมียมภายใต้ตราสินค้าในประเทศและตราสินค้าต่างประเทศผลการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการร้านกาแฟพรีเมียมภายใต้ตราสินค้าไทยที่ศึกษามีการปรับกลยุทธ์เพื่อดำเนินธุรกิจและแข่งขันกับผู้ประกอบการร้านกาแฟพรีเมียมภายใต้ตราสินค้าต่างประเทศต่อเนื่องและจากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20-24 ปีสถานภาพ โสดมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ 10,001-20,000 บาท แต่ผลการศึกษาต่างจากพจน์ีย์ บุญศรีสุวรรณ (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรีผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 36-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

พฤติกรรมของผู้บริโภคพฤติกรรมของผู้บริโภคในการการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนใหญ่ชอบประเภทของกาแฟสดที่ชอบ คือลาเต้ ผลการศึกษา ไม่สอดคล้องกับพจนีย์ บุญศรีสุวรรณ (2549) ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดพบว่าเมนูชนิดของกาแฟสดที่กลุ่มตัวอย่างนิยมคือเอสเพรสโซ่ วัตถุประสงค์ของการบริโภคร้านกาแฟสดเพื่อลดอาการง่วงนอน ปริมาณการดื่มกาแฟสดต่อครั้ง จำนวน 1-2 แก้ว/สัปดาห์ ช่วงระยะเวลาใดที่ท่านบริโภคกาแฟสดที่ร้านกาแฟสด อเมซอน ช่วงเที่ยง 12.00- 12.59 ค่าใช้จ่ายบริโภคกาแฟสด ส่วนใหญ่ พบว่า มีค่าใช้จ่าย 50 – 100 บาท/ครั้ง ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดด้วยตัวเอง การตัดสินใจเลือกสถานที่บริโภค ร้านกาแฟสด ตัดสินใจเลือกสถานที่ตั้งที่มีชื่อเสียง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัด นครศรีธรรมราช

1 ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กาแฟสด โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัด นครศรีธรรมราช ในระดับมาก โดยผู้บริโภคกาแฟสด อเมซอนให้ความสำคัญเรื่องจากลำดับมากไปน้อย

- 1.1 คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ทำกาแฟสด ชา นมสด โกโก้ และน้ำผลไม้
- 1.2 รสชาติ/ ความหอมของกาแฟสดชา นมสด โกโก้ และน้ำผลไม้
- 1.3 ชื่อเสียงของตราเครื่องหมายกาแฟสด อเมซอน
- 1.4 ความหลากหลายของเมนูเครื่องดื่มกาแฟสด ชา นมสด โกโก้ และน้ำผลไม้
- 1.5 ภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์มีคุณภาพและความสวยงาม

2 ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่กำหนดจากร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภค มีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านราคาที่กำหนดจากร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่าอยู่ในระดับมาก โดย ผู้บริโภคกาแฟสด อเมซอนให้ความสำคัญเรื่องจากลำดับมากไปน้อย

- 2.1 ราคาเหมาะสมกับประเภทของกาแฟสด ชา นมสด โกโก้ และน้ำผลไม้
- 2.2 ราคาเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับจากการบริโภคกาแฟสดชา นมสด โกโก้ และน้ำผลไม้
- 2.3 ราคาเหมาะสมกับปริมาณของกาแฟสด ชา นมสด โกโก้ และน้ำผลไม้
- 2.4 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของกาแฟสด ชา นมสด โกโก้ และน้ำผลไม้

3) ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายร้านกาแฟสดอเมซอน พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค ร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยผู้บริโภคกาแฟสด อเมซอนให้ความสำคัญเรื่องจากลำดับมากไปน้อย

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายร้านกาแฟสด อเมซอน ผ่านทางสาขาที่ครอบคลุมทั้งเมืองใหญ่ และแหล่งท่องเที่ยว

3.2 มีช่องทางการจัดจำหน่ายร้านกาแฟสด อเมซอน โดยใช้ธุรกิจเฟรนไชน์

3.3 ช่องทางการ/จัดจำหน่ายร้านกาแฟสด อเมซอน โดยติดต่อทางโทรศัพท์สาขาหรือ โทรศัพท์สายตรง

3.4 มีช่องทางการจัดจำหน่ายร้านกาแฟสด อเมซอน ผ่านทาง Social network เช่น Facebook, Instagram

4 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขายของร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค ร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการส่งเสริมการขายของร้านกาแฟสด อเมซอน โดยผู้บริโภคกาแฟสด อเมซอนให้ความสำคัญเรียงจากลำดับมากไปน้อย

4.1 มีการส่งเสริมการขายโดยการแลกซื้อของที่ระลึกในช่วงเทศกาล

4.2 มีการส่งเสริมการขายโดยการสมัครเป็นสมาชิกจะได้รับสิทธิพิเศษหรือส่วนลด

4.3 มีการส่งเสริมการขายโดยการจัดทำรายการกาแฟสด ของว่างเป็นชุดในราคาพิเศษ

4.4 มีการส่งเสริมการขายโดยการจัดทำบัตรสะสมแต้มเพื่อแลกเครื่องดื่มฟรี

4.5 มีการส่งเสริมการขายโดยการ จัดทำสื่อการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ อย่างชัดเจน

5) ส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการในร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค ร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการส่งเสริมการขายของร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่า พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้บริโภคกาแฟสด อเมซอนให้ความสำคัญเรียงจากลำดับมากไปน้อย

5.1 พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

5.2 พนักงานผู้ให้บริการแต่งกายด้วยชุดยูนิฟอร์มอย่างสุภาพเรียบร้อย

5.3 พนักงานผู้ให้บริการมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์

5.4 พนักงานผู้ให้บริการมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์

5.5 พนักงานผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

6) ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการในร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภค ร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านกระบวนการให้บริการในร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่าอยู่ในระดับ โดยผู้บริโภคกาแฟสด อเมซอนให้ความสำคัญเรียงจากลำดับมากไปน้อย

6.1 กระบวนการให้บริการมีความถูกต้อง รวดเร็วในการสั่งซื้อและรับเครื่องดื่มกาแฟสด ชา นมสด โกโก้ และน้ำผลไม้

6.2 มีกระบวนการให้บริการส่งกาแฟสดนอกสถานที่ เช่น มีบริการส่งให้กับผู้ใช้บริการ บริเวณใกล้เคียง ถ้ามีการสั่งตามยอดที่กำหนดไว้ เป็นต้น

6.3 มีกระบวนการให้บริการมีความซื่อสัตย์และความยุติธรรม เช่น ขนาด ปริมาณ ราคา พนักงานที่ให้บริการ ได้ตรงตามมาตรฐานของร้านที่ตั้งไว้

7) ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคร้านกาแฟสด อเมซอน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟสด อเมซอน พบว่า อยู่ในระดับมากโดยผู้บริโภคกาแฟสด อเมซอนให้ความสำคัญเรื่องจากลำดับมากไปน้อย

7.1 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น โทรทัศน์,หนังสือพิมพ์,นิตยสาร, wifinternet

7.2 รองลงมาที่มีการตกแต่งร้านที่มีความสวยงามและเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่นบริเวณร้านมีการจัดสวนลักษณะคล้ายป่า โดยเลียนแบบธรรมชาติ เช่นมีน้ำตก ลำธาร ส่วนป่า หรือการใช้สีของวอลล์เปเปอร์ที่ดึงเอาจุดเด่นของธรรมชาติมาใช้ เป็นต้น

7.3 เครื่องมือ /อุปกรณ์มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยทันสมัย

7.4 ป้ายร้านกาแฟสดสังเกตเห็นได้ง่ายสะดวกต่อการใช้บริการและมีพื้นที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดียิ่งจากความอนุเคราะห์ของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา และแนะนำ ตลอดจนการจัดทำการค้นคว้าอิสระ และให้ข้อเสนอแนะอย่างดียิ่ง จนทำให้งานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ทุกขั้นตอน ทำให้ผู้วิจัยได้รับรู้ถึงประสบการณ์และมีความเข้าใจถึงวิธีการทำงานวิจัยเพิ่มมากขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ได้ถ่ายทอดความและสร้างความรู้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ สำหรับกำลังใจและความช่วยเหลือที่มีให้มาโดยตลอด

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ อย่างสุดซึ้งที่ได้เลี้ยงดู อบรมสั่งสอน ให้ความรู้ ส่งเสริมสนับสนุน ตลอดจนเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่งของผู้วิจัย จนทำให้การศึกษาครั้งนี้ประสบผลสำเร็จได้ตามที่ตั้งใจ

อ้างอิง

เกรียงไกร รอยวิรัตน์. (2548). ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสตาร์บัคส์ สาขาพหลโยธินกรุงเทพฯ:

ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร,

ชัตติยะ นุตวัตร. (2552). กระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ของนักเรียน

โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จารุประภาส. (2548). พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.การศึกษา

อิสระปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนส่ง. (2521).ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช

ณัฐวรรณ โสมาศรี. (2549). พฤติกรรมการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในเขตเมืองพัทยา. รายงานการศึกษา

อิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธรรมปพน ศิริโสภา. (2548). ทักษะคติและพฤติกรรมในการบริโภคกาแฟสดของร้านสตาร์บัคส์ ในเขต

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ปณิศา ลัญจนาพันธ์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บิสิเนสเวิร์ด.

ธานีรินทร์ ศิลป์ จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7 11. กรุงเทพฯ: บิสิเนสเอนเตอร์เอนด์ดี.

พจนีย์ บุญศรีสุวรรณ. (2549). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคใน

อำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี.ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.

พรรณทิพย์ กระจ่างวุฒิ. (2551). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟสด

ของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วาสนา อัสสะพิบูล. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในร้านกาแฟด้วยระดับพรีเมียม

ภายใต้ตราสินค้าในประเทศ และตราสินค้าต่างประเทศ. ภาคนิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2555). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท
วิชาการพิมพ์จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ซีระฟิล์ม และ ไชเท็ก จำกัด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ซีระฟิล์ม และ ไชเท็ก จำกัด

เสรี วงษ์มณฑา. (2543). กลยุทธ์การตลาด: วางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.

สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2561). จังหวัดนครศรีธรรมราช.สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561 จาก

http://www.nakhonsithammarat.go.th/web_52/index.php

อัญริยาเทศสีหา. (2551). การตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการซื้อกาแฟสดของร้านคอฟฟี่โรด โสมโปรสาขาประชานิ พระนคร :
มหาวิทยาลัยพระนคร.

Best, John W. & Kahn, Jame V. (1989). **Research in Education (6 th ed.)**. New Delhi :Prentice- Hall of India

DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1996). **Theories of mass communication**. London: Longman.

Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management**. 9th Ed. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

Kotler, P. (2005). **Marketing Management analysis, planning, implementation and control**, (9th ed.). Englewood, NJ: Prentice-Hall,

Stanton, William J.; & Charles Futrell. (1987). **Fundamentals of Marketing**. 8th ed. New York: McGraw–Hill Book.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). **Consumer behavior** (5th ed.). Englewood Cliffs Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Watson, G. & Glaser, E. M. (1964). **Wattson - Glaser Critical Thinking Appraisal Manual**. New York : Harcourt, Brace and World.

Yamane, T. (1967). **Statistics: An introductory analysis**. New York: Harper & Row.