

ปัจจัยที่ส่งผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟสด  
ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่

FACTORS AFFECTING THE CUSTOMER JOURNEY OF COFFEE CAFES IN  
MUEANG DISTRICT, KRABI PROVINCE

ณิชนันท์ พรรณราย

บทคัดย่อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ 2) เพื่อศึกษาคุณภาพบริการของร้านกาแฟแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ 3) เพื่อศึกษาเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่จำนวน 385 คน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานคือ t-test , ANOVA และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlative Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 มีอาชีพพนักงานภาคเอกชน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 และมีรายได้ที่ 20,001-30,000 บาทจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 มีคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่แตกต่างกันในด้านการรับรู้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : เส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค, ร้านกาแฟแฟสด

### Abstract

Factors affecting the travel route of consumers of fresh coffee cafes in Mueang District, Krabi Province. The objectives of this study were 1) to study the personal factors of consumers of fresh coffee cafes in Mueang District, Krabi Province. 2) To study the service quality of fresh coffee cafes in Mueang District, Krabi Province 3) To study the travel routes of consumers of coffee cafés in Mueang District, Krabi Province. The sample group was There were 385 consumers of fresh coffee cafes in Mueang District, Krabi Province by the researcher. The tool used was a questionnaire. Data were analyzed using statistical software packages. The statistics used to test the hypothesis were t-test, ANOVA, and Pearson's Product Moment Correlative Coefficient.

The results showed that The majority of the samples were females, amounting to 286 percent. 74.3 aged between 31 – 40 years, 173 people representing a percentage 44.9 Having a bachelor's degree, 205 people representing a percentage 53.2 There are 178 employees in the private sector, representing a percentage. 46.2 and have income 20,001-30,000 baht for 188 people, representing a percentage 48.8 The overall service quality is at a high level. And there were opinions on the travel routes of consumers of coffee cafés in Mueang District, Krabi Province as a whole at a high level.

The hypothesis test results showed that Consumers with different sexes had different travel routes of coffee cafe consumers in Muang District, Krabi province in terms of perceptions. At the statistically significant level at the 0.05 level, the service quality had a statistical relationship to the travel routes of the consumers of fresh coffee cafes in Muang District, Krabi Province at the statistically significant level of 0.01.

**Keywords: consumer journey, fresh coffee cafes**

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันคาเฟ่กลายเป็นที่ที่สามารถมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น โดยคนไปนั่งทำงาน และพูดคุยกันเฉพาะกลุ่ม ไม่ได้ใช้เวลานาน และกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ในยุคปัจจุบัน ซึ่งแรงดึงดูดใจที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคเกิดขึ้นจากหลายปัจจัย เช่น ความสวยงามของคาเฟ่ ที่เกิดจากการตัดสินใจได้จากการรีวิว หรือรูปถ่ายที่มีคนเคยไปมาก่อน รูปลักษณ์ของคาเฟ่ก็มักจะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปมากที่สุด จุดขายก็จะแตกต่างกันออกไป ร้านสวย ตกแต่งดีก็มักจะมีคนให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะร้านต่างๆในต่างจังหวัดที่มีวิวทิวทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงาม อย่างห้องทุ่งนาเขียว ริมแม่น้ำใหญ่ หรือมีวิวเป็นแค่เส้นขอบฟ้าในทะเล ยิ่งได้เปรียบมากเป็นเท่าตัว ถึงไกลแค่ไหนก็มีคนยอมเดินทางไป แต่ถ้าหากคาเฟ่ไหนไม่มีทำเลที่ดีแต่มีการตกแต่งร้านที่ร่วมสมัยก็มีผลต่อการ

ตัดสินใจจะไปค่อนข้างมากเช่นกัน รูปแบบการตกแต่งร้านแบบสมัยนิยมมีตัวอย่างอยู่มากมาย เช่น ในยุคหนึ่งนิยมการตกแต่งแบบเน้นวัสดุจากธรรมชาติ โชว์เนื้อแท้และร่องรอยความเก่าของวัสดุ เช่น อิฐ ปูนเปลือย หรือโชว์โครงสร้างเหล็ก การตกแต่งแบบนี้ในยุคแรกๆ ได้รับความนิยม จนหลายคาเฟ่ นำเอา การตกแต่งแบบนี้ไปใช้จนออกมาดูเหมือนกันไปหมด หากแต่ก็ไม่ใช่อะไร เพราะบรรยากาศก็มีส่วนในการสร้างประสบการณ์ให้กับคนที่ไปใช้บริการคาเฟ่ แต่สไตล์การตกแต่งก็เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

เส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) คือ เส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับองค์กรหรือตราสินค้า ตั้งแต่ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และหลังการซื้อสินค้าหรือบริการทำให้ธุรกิจสามารถพัฒนากลยุทธ์หรือวิธีการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากขึ้น และสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคตทั้งการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจในสินค้าและบริการ การพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ความต้องการ และการสร้างความพึงพอใจหลังการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Flom, 2011)

กระบี่ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ของประเทศไทย เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของภาคใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น หาดทรายขาว น้ำทะเลใส ปะการัง ถ้ำ และหมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 100 เกาะ และเป็นจังหวัดที่มีการประกอบอาชีพทางการเกษตร เช่น ทำสวน ทำไร่ อาชีพหนึ่งที่เป็นที่นิยมกันมากคือ การปลูกกาแฟ เนื่องจากบริเวณพื้นที่ปลูกมีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์ตำแหน่งพื้นที่และสภาพอากาศเหมาะสม ผลผลิตกาแฟจึงมีคุณภาพโดยเฉพาะพันธุ์โรบัสต้าของอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ จึงได้รับการยอมรับเรื่องคุณภาพ จนกลายเป็นพืชเศรษฐกิจประจำท้องถิ่นที่สำคัญ

จากเหตุผลดังกล่าวประกอบกับผู้วิจัยเป็นเจ้าของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ จึงสนใจมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่เพื่อกำหนดกลยุทธ์มาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายซึ่งผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการธุรกิจให้ตรงกับความต้องการผู้บริโภคและเป็นแนวทางดำเนินกิจการแก่ผู้สนใจธุรกิจร้านกาแฟสดที่ใช้น้ำข้อมูลในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับร้านกาแฟในพื้นที่ดังกล่าว

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการของร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่
3. เพื่อศึกษาเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัด

กระบี่

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ต่างกันมีผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟกแพสในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน
2. คุณภาพบริการส่งผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟกแพสในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่

### ขอบเขตการวิจัย

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟกแพสในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่

**ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภค ร้านกาแฟแฟกแพสในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่

**ขอบเขตด้านระยะเวลา** วิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาดำเนินการระหว่างเดือน มกราคม 2565 ถึง เดือน เมษายน 2565

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2555) ได้ให้ความหมายของประชากรศาสตร์ คือ ปัจจัยที่จะนำมาช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย โดยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่นำมาศึกษาเพื่อใช้ในการวางเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ภูมิฐานะ เชื้อชาติ และศาสนา เป็นต้น

#### ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการตามแนวคิดของ Parasuraman et al. (1985 อ้างใน ลาวัณย์ บุญมี, 2560) เชื่อว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริงซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลมาจากคําบอกเล่าที่บอกต่อกันมาความต้องการของผู้รับบริการเองและประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ

#### ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับเส้นทางของผู้บริโภค

เส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) คือ เส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคที่มีความสัมพันธ์กับองค์กรหรือตราสินค้า ตั้งแต่ก่อนซื้อ ระหว่างซื้อ และหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ ทำให้ธุรกิจสามารถพัฒนากลยุทธ์หรือวิธีการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากขึ้น และสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคตทั้งการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจในสินค้าและบริการ การพัฒนาสินค้าและ

บริการให้ตอบโจทย์ความต้องการ และการสร้างความพึงพอใจ หลังการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Flom J., 2011)

### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคร้านค้าเฟกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ ช่วงอายุ 20 -60 ปี โดยเป็นวัยผู้ใหญ่ที่นิยมดื่มกาแฟ ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยได้กำหนดค่าสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง  $p = 0.5$  กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) คุณภาพบริการ 5 ระดับ โดย 1 คือน้อยที่สุดและ 5 คือมากที่สุด 3) เส้นทางเดินทางของผู้บริโภคร้านค้าเฟกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ โดยใช้การวัดแบบ Likert-type 5 ระดับ โดย 1 = น้อยที่สุด และ 5 = มากที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.931

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม 1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ 2) วิเคราะห์คุณภาพบริการ และเส้นทางเดินทางของผู้บริโภคร้านค้าเฟกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) การทดสอบ t-test One-way ANOVA และการทดสอบสถิติ Pearson correlation

### ผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 385 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 มีอาชีพพนักงานภาคเอกชน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 และมีรายได้ที่ 20,001-30,000 บาทจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

#### 2. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.03$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=4.07$ ) รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ( $\bar{x}=4.05$ ) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ( $\bar{x}=4.04$ ) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ( $\bar{x}=4.00$ ) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{x}=3.97$ ) ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่

เส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.05$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบอกต่อมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x}=4.10$ ) รองลงมา คือ ด้านการตัดสินใจการใช้บริการ ( $\bar{x}=4.07$ ) และด้านการรับรู้ ด้านการประเมินทางเลือก และด้านความจงรักภักดี มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $\bar{x}=4.02$ ) ตามลำดับ

#### 4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 บัณฑิตยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ต่างกันมีผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่แตกต่างกันในด้านการรับรู้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพบริการส่งผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ พบว่า คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### อภิปรายผล

บัณฑิตยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ต่างกันมีผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่แตกต่างกันพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่แตกต่างกันในด้านการรับรู้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลรัตน์ เฟื่องหอม (2557) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่บริโภคกาแฟสดเพราะแก้อาการง่วงนอน ปริมาณการบริโภคกาแฟต่อวัน คือ วันละ 1 แก้ว ค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟสดต่ำกว่า 50 บาทต่อครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด คือ ตนเองและพบว่า เพศที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคจังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

คุณภาพบริการส่งผลต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ พบว่า คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ต่อเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคร้านค้ากาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพ ของ Parasuraman, Berry and Zeithaml (1985, pp. 41-50 อ้างใน ลาวัณย์ บุญมี, 2560) ได้สรุปว่าคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานขายหรืองานบริการด้านต่าง ๆ เพราะการบริการคือ การให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก ซึ่งจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีและการกลับมาใช้บริการซ้ำ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัฐกานต์ เครือชัยแก้ว (2557) ที่ศึกษาถึง การรับรู้ภาพลักษณ์ของตราสินค้าและ

คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารคาเฟ่กาแฟสดควรมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านครบครัน
2. พนักงานที่ให้บริการควรแต่งกายอย่างสุภาพเรียบร้อย พนักงานควรให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส
3. ควรมีการตกแต่งร้านที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ และพนักงานควรมีทักษะในการให้บริการควรทราบความต้องการของผู้รับบริการเป็นอย่างดี เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ และ ตอบสนองต่อคำขอของผู้รับบริการโดยทันที
4. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคคาเฟ่กาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารคาเฟ่กาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ ควรให้ความสำคัญกับด้านเพศของผู้บริโภค ซึ่งมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าเพศหญิงมีการคิดก่อนที่จะตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยเน้นกระบวนการซื้อสินค้าที่ไม่มียุ่งยาก มีความสะดวกรวดเร็วและไม่ต้องเสียเวลารอสินค้านาน โดยต้องมีการเลือกสรรวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพ และการรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้คงที่ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรสชาติของเครื่องดื่มเป็นหลัก

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะด้านผู้บริโภค จึงทำให้ทราบเฉพาะข้อมูลของผู้บริโภค ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการให้บริการและกลยุทธ์ด้านการแข่งขัน ตลอดจนการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานของกิจการ
2. ควรศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับร้านอาหารคาเฟ่กาแฟสดในจังหวัดอื่น ๆ ในธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการวางกลยุทธ์การตลาด
3. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth interview) การสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับของเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคคาเฟ่กาแฟสดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กานต์ชนิตา โชค่างพล. (2558). พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษามหาวิทยาลัยสยาม. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2557). สินค้าและบรรจุภัณฑ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์.(2556).จิตวิทยาการบริการ.กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชฎาภา เตมีสุภาพ. (2561). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ คุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ด้านราคาต่อ ความพึงพอใจ ความผูกพันของลูกค้า การบอก ต่อ และการซื้อซ้ำของลูกค้าบริษัท ดาวธุรกิจเจริญผลการ (2001) จำกัด.วารสาร นักบริหารมหาวิทยาลัย กรุงเทพ ,ISSN : 2651-0960
- ญาณสิทธิ์ พัดดาสิงห์. (2557).คุณภาพการให้บริการด้านการดูแลรักษาความสะอาดของรถยนต์ .วารสารวิชาการและวิจัย มทร.ธัญบุรี,ปีที่ 14 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2557)
- ณัฐภาพร สถิต. (2560). คุณภาพบริการ และการอ้างอิงบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ ของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ที่ศูนย์मितซูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่.วารสารนักบริหารมหาวิทยาลัยกรุงเทพ,ISSN : 2651-0960
- ชนากกร ชมโคกกรวด. (2561). คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการรถยนต์โตโยต้า จังหวัดสมุทรปราการ.วารสารวิทยาลัย เซาธ์อีสท์บางกอก ,Vol.4 No.1 January - June 2018
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ชยา. (2555). การตลาดสำหรับการบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. นพมาศ ธีรเวคิน.
- ทรายทองวรรณพิศิษฐและปภาดาภัณฑะอินทร์. (2556). ความพึงพอใจของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ที่มีต่อการให้บริการของหน่วยทะเบียนและประเมินผลการศึกษางานบริการ การศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- หงนุช อุณอนันต์. (2558).พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟสดในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร .วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี 8,2 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 69-80.
- นวลศิริ เปาโรหิตซ์.(2555). จิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ปัญญาพล จันผ่อง. (2560).ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของโซว์รูมรถยนต์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย.วารสารการบริหารและการจัดการ,ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2561)
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2553) .คุณภาพในงานบริการ.พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.
- ลาวัดณ์ บุญมี. (2560).ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่มีต่อความภักดีในการใช้บริการศูนย์ซ่อม บริษัทโตโยต้าชัยรัชการจำกัดจังหวัดสมุทรปราการ.วารสารการจัดประชุมวิชาการเสนอ



ผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา (The National Graduate Research Conference)ครั้งที่  
34,HMO46-HMO46-7

- วิสนนันท์ สุกประเสริฐ. (2557).ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าบริษัท ชัมมิท  
ฮอนด้าอโตโมบิล จำกัด (สาขาบางนา).วารสารวิชาการและวิจัย มทร.ธัญบุรี,ปีที่ 14  
ฉบับ ที่ 3 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2557)
- วิมลรัตน์ เฟื่องหอม. (2557). ส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคจังหวัด  
ปทุมธานี. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี 6, 3 (กันยายน-ธันวาคม): 87-93.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2555) .กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด.กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และ  
ไซเทกซ์.
- เหมหงส์ อ่อนชื่นจิตร นิรัตน์ณา เรื่องสินธร พัชรพร เจริญประชา และสุตารัตน์ ศรีมูล. (2559).  
พฤติกรรม การ บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. การ  
ประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 3, 2: 308-301.
- สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ.(2557).คุณภาพการบริการของศูนย์ซ่อมตัวถังและพ่นสีรถยนต์มาตรฐานใน  
จังหวัดนนทบุรี.วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 17-29
- สุมนา อยู่โพธิ์. (2555). ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: บิ๊กโพธิ์เพรส.
- อภิรามคาสดและสาธิตอดิตโต. (2559) .พฤติกรรมกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษาใน  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- Cochran, W. G. (1953). Sampling techniques. New York: John Wiley & Sons
- Flom, J. (2011). The Value of Customer Journey Maps: A UX Designer's Personal Journey.  
from <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2011/09/the-value-of-customer-journey-maps-a-ux-designers-personal-journey.php>. Retrieved 17 November 2020.
- Gronroos, C. (1990). Service management and Marketing. Lesington, MA: Lexington  
Book.
- LoveLock, H. C. (1996). Managing Services. New York: McGraw - Hill Book Company.
- Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality And its  
implications for future research. Journal of Marketin, 1, p. 44.