

จันทร์ทิพย์ ทุมวงศ์ 2556: อิทธิพลของราคาต่อพฤติกรรมการยอมรับคุณภาพกาแฟ
ผงสำเร็จรูปของผู้บริโภค ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตรและ
ทรัพยากร) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์จักรกฤษณ์ พจนศิลป์, Ph.D. 99 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของผู้บริโภค
รวมถึงศึกษาอิทธิพลของราคาต่อพฤติกรรมการยอมรับคุณภาพกาแฟผงสำเร็จรูปของ
ผู้บริโภค โดยศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ที่มีอายุระหว่าง 20 - 72 ปี พบว่า ส่วนมาก
นิยมดื่มกาแฟโดยดื่มเฉลี่ย 1 แก้วต่อวัน ในรูปแบบการชงกาแฟผสมน้ำตาลและครีมเทียม
วัตถุประสงค์ในการดื่มส่วนมากเพื่อให้รู้สึกสดชื่น ซึ่งผู้บริโภคจะชื่นชอบในกลิ่นและรสชาติ
กาแฟมากที่สุด ในการเลือกซื้อจะพิจารณาจากความคุ้มค่าของราคา ส่วนการศึกษาอิทธิพล
ของราคาต่อพฤติกรรมการยอมรับคุณภาพกาแฟผงสำเร็จรูปของผู้บริโภค โดยวิธีวิเคราะห์
แบบ Ordered Probit Model พบว่า ราคาและคุณภาพกาแฟผงสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน
เพราะเมื่อราคาเพิ่มขึ้นผู้บริโภคไม่มีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะให้ระดับความพอใจในคุณภาพ
เพิ่มขึ้น ในขณะที่การเปรียบเทียบระดับความพอใจในคุณภาพระหว่างการผู้บริโภคทราบราคา
และไม่ทราบราคาก่อนการทดลองชิมโดยวิธีการวิเคราะห์ Paired t-test พบว่า การที่ผู้บริโภค
ทราบราคาก่อนการทดลองชิมมีผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะพิจารณาให้ระดับความพอใจใน
คุณภาพกาแฟผงสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น แต่ราคาที่สูงเกินไปกลับไม่มีผลทำให้ระดับความพอใจใน
คุณภาพเพิ่มตามไปด้วย ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจพิจารณาคุณภาพพร้อมกับความคุ้มค่าของราคาด้วย

จากการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการแสดงราคาสินค้ามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค
กาแฟผงสำเร็จรูป แต่ราคาไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการยอมรับคุณภาพกาแฟผงสำเร็จรูป
ของผู้บริโภค ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดในด้านราคาอาจจะไม่ใช่กลยุทธ์หลักสำหรับสินค้า
ประเภทกาแฟผงสำเร็จรูป หน่วยธุรกิจจึงควรพิจารณากลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ
การปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพกาแฟผงสำเร็จรูปเพื่อสะท้อนคุณภาพสินค้าที่แท้จริง ควบคู่ไป
กับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้งศึกษารสชาติที่ผู้บริโภคต้องการและพึงพอใจมากที่สุด

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก