

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และวิเคราะห์ผลการศึกษา

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาที่ได้มา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสด
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

5.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผลที่ได้จากการสำรวจ สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกาแฟคั่วสดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เนื่องจากหลักสูตรการศึกษาที่เน้นพัฒนาการศึกษาทางด้านช่างอุตสาหกรรม ดังนั้นสัดส่วนของเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือประมาณ 6 ต่อ 4 ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-25 ปี จากแบบสำรวจยังพบอีกว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และข้อสังเกตสุดท้ายจากการสุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ประมาณ 3,000-6,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ยังมีรายได้น้อย โดยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่มีรายได้อยู่ในช่วงนี้ จึงไม่สามารถบริโภคกาแฟคั่วสดได้ทุกวัน

5.1.2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสด

จากแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ยังมีรายได้น้อย และการบริโภคกาแฟคั่วสดขึ้นอยู่กับความต้องการในการบริโภคและความสะดวก จึงไม่สามารถกำหนดความถี่ในการบริโภคอย่างแน่นอนได้ ซึ่งการบริโภคกาแฟคั่วสดส่วนใหญ่นิยมบริโภคที่ร้านกาแฟ โดยช่วงเวลาบริโภคอยู่ระหว่าง 8:00-12:00 น. โดยเฉพาะช่วง 12:00 น. เนื่องจากเป็นเวลาพัก หรือเวลาเลิกเรียน ส่วนใหญ่การบริโภคอยู่ที่ปริมาณ 1-2 แก้ว/สัปดาห์ ซึ่งส่วนใหญ่บริโภคกาแฟคั่วสดที่ราคา 25 บาท/แก้ว เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละรายตั้งราคาไม่แตกต่างกัน ดังนั้นราคากาแฟคั่วสดจึงกระจุกตัวอยู่ที่ราคา 25 บาท จากแบบสำรวจยังพบอีกว่า

กาแฟคั่วสดที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบริโภค คือ คาปูชิโนเย็น อาจเนื่องมาจากประเทศไทยมีลักษณะภูมิศาสตร์อยู่ในเขตร้อน ดังนั้นจึงทำให้นิยมบริโภคกาแฟเย็น เพื่อคลายความร้อน หรือแก้กระหาย เป็นต้น ซึ่งเหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคกาแฟคั่วสด เนื่องจากชอบรสชาติกาแฟ รongลงมาเพื่อลดอาการง่วงนอน เนื่องจากในกาแฟมีสารคาเฟอีนที่คอยกระตุ้นการทำงานของประสาท ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ คือ รสชาติ (39.2%) รongลงมาใกล้คณะ/ที่ทำงาน(32.8) แสดงว่าทำเลหรือสถานที่ตั้งก็มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความสะดวก หรือเพื่อประหยัดเวลาในการเดินทาง เป็นต้น ส่วนกรณีที่ไม่บริโภคกาแฟ เหตุผลได้จึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ส่วนใหญ่ตอบว่า เพื่อบริโภคเครื่องดื่มอื่นๆ เช่น ช็อกโกแลต ชา นม และน้ำผลไม้ เป็นต้น

ข้อสังเกตสุดท้ายของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ต่อราคาและอุปสงค์ต่อรายได้ โดยพิจารณาความมากน้อยของการเปลี่ยนแปลงจากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยทุกตัวว่าเป็นศูนย์หรือไม่ และทดสอบว่าค่าสัมประสิทธิ์ตัวใดมีค่าเท่ากับศูนย์ เพื่อเป็นการทดสอบว่าสมการนี้สามารถนำมาใช้ได้หรือไม่ และถ้าใช้ได้ตัวแปรใดในสมการที่ไม่เกี่ยวข้อง หรือไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปร ได้แก่ ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด ราคา กาแฟคั่วสดและรายได้/รายรับต่อเดือนของผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) สามารถเขียนสมการการถดถอยเชิงซ้อน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = -1.326 + 0.398X_1 + 0.079X_2$$

โดยที่	$\hat{Y}$	คือ	ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด
	X_1	คือ	รายได้/รายรับต่อเดือนของผู้บริโภค
	X_2	คือ	ราคากาแฟคั่วสด

สรุปการสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสดกับรายได้ของผู้บริโภคและราคากาแฟคั่วสด ได้ดังนี้

1) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ มีค่าเท่ากับ 0.398 ซึ่งมีอุปสงค์ต่อรายได้เป็นบวก (มากกว่าศูนย์) เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสดเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.398 เมื่อรายได้ลดลงร้อยละ 1 ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสดจะลดลงร้อยละ 0.398 เรียกกาแฟคั่วสดที่ปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสดสัมพันธ์กับรายได้ในเชิงบวกนี้ว่า สินค้าปกติ (normal goods) ซึ่งมีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) แสดงว่า สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกาแฟคั่วสดแล้วกาแฟคั่วสดเป็นสินค้าที่จำเป็น (necessities)

จากผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า รายได้ที่เปลี่ยนแปลงไปมีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสดของกลุ่มตัวอย่าง

2) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความมากน้อยของการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด ต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา พบว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเป็นบวก กล่าวคือเมื่อราคาเพิ่มขึ้นปริมาณการบริโภคจะเพิ่มขึ้นซึ่งมีความขัดแย้งกับหลักอุปสงค์ต่อราคา เนื่องจาก 1) กาแฟเป็นสินค้าที่มีลักษณะการเสพติด 2) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนน้อย 3) การจำกัดช่วงราคาที่แคบเกินไป ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่คิดว่าราคาที่เปลี่ยนแปลงมีผลต่อปริมาณการบริโภค

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่าราคากาแฟไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภค ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งทำให้ไม่สะท้อนความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

5.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

จากแบบสอบถามเมื่อนำมาวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกาแฟคั่วสดที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลในเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด โดยสามารถเรียงลำดับปัจจัยที่ผู้บริโภคกาแฟคั่วสดส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นผู้บริโภคกาแฟคั่วสดให้ความสำคัญปัจจัยด้านรสชาติกาแฟมากที่สุดโดยให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 เนื่องจากเห็นว่ารสชาติกาแฟที่ดีควรมีความสดใหม่ และสูตรที่ได้มาตรฐานตามความเหมาะสมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

ในด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคกาแฟคั่วสดที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสะอาดภายในร้าน เช่น อุปกรณ์ ภาชนะ บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ เป็นอันดับ 2

เนื่องจากผู้บริโภคาแพคั่วสด ส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ร้านดูดีนำมาใช้บริการ และเป็น
 สุขอนามัยที่ดีสำหรับผู้บริโภคที่มาใช้บริการด้วย

ส่วนในด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ผู้บริโภคแพคั่วสดที่ตอบแบบ
 สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 3 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่ยังมี
 รายได้น้อย ดังนั้นการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคแต่ละครั้งต้องได้ประโยชน์สูงสุด

ส่วนในด้านการเอาใจใส่และอัธยาศัยของพนักงาน ผู้บริโภคแพคั่วสดที่ตอบแบบ
 สอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 4 เนื่องจากพนักงานของร้านกาแฟที่มีความสุภาพ
 เรียบ ร้อยทั้งกาย และวาจา และสามารถจดจำเมนูหรือรสชาติของผู้มาใช้บริการได้ ซึ่งทำให้
 ผู้บริโภคที่มาใช้บริการรู้สึกดี

ส่วนในด้านการบริการที่รวดเร็ว ผู้บริโภคแพคั่วสดที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้
 ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 5 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 12:00 น. ซึ่งเป็น
 เวลาพัก หรือก่อนเข้าเรียน ดังนั้นจึงมีเวลาจำกัด

ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ สามารถเรียงลำดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่
 ให้ความสำคัญจากมากที่สุด ไปน้อยที่สุดได้ดังนี้ 1) ใกล้เคียงอาคารเรียน/ที่ทำงาน และบรรยากาศ
 โดยรวมในร้าน 2) ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ 3) โต๊ะที่นั่งเพียงพอกับการให้บริการ 4) เมนูกาแฟคั่วสด
 หลากหลายชนิด 5) การเพิ่มขึ้น/ลดลงของราคากาแฟคั่วสด 6) รายได้เฉลี่ย 7) บรรจุภัณฑ์ 8)
 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ทวี และวิทยุ 9) ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ 10) เมนูอื่นๆ ให้เลือกซื้อ 11)
 ตี๋มกาแฟทดแทนเครื่องดื่มอื่นๆ 12) การแจกใบปลิว 13) ตี๋มตามกระแสนิยม

5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และ
 รายได้/รายรับต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสดหรือไม่ เป็นการ
 วิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ Pearson Chi-Square โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานย่อย 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของอายุ อาชีพ และรายได้/
 รายรับต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด โดยพบว่า ผู้บริโภคที่มีความถี่
 ในการบริโภคกาแฟคั่วสดแล้วแต่โอกาส ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา อายุระหว่าง 19-25 ปี ซึ่งมีรายได้/
 รายรับต่อเดือน 3,000-6,000 บาท แสดงว่า อายุ อาชีพ และรายได้/รายรับต่อเดือน มีผลต่อ
 ความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสด เนื่องจากความต้องการและความสามารถในการใช้จ่ายของ

ผู้บริโภคนั้น เช่น ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้น้อยอาจจะมีความถี่ในการบริโภคกาแฟคั่วสดน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้มาก เป็นต้น

สมมติฐานย่อย 1.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟคั่วสด โดยพบว่าช่วงเวลาที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคกาแฟคั่วสด คือ 8:00-12:00 น. ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี แสดงว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อช่วงเวลาในการบริโภคกาแฟคั่วสด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ซึ่งอาจจะมีข้อจำกัดในช่วงเวลาการบริโภค เนื่องมาจากตารางเวลาเรียนที่มหาวิทยาลัยกำหนด เป็นต้น

สมมติฐานย่อย 1.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด โดยพบว่าผู้บริโภคนิยมบริโภคกาแฟคั่วสดปริมาณ 1-2 แก้ว/สัปดาห์ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี อายุระหว่าง 19-25 ปี ซึ่งมีรายได้/รายรับต่อเดือน 3,000-6,000 บาท แสดงว่าอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีผลต่อปริมาณการบริโภคกาแฟคั่วสด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา จึงมีความต้องการหรือความจำเป็นแตกต่างผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน

สมมติฐานย่อย 1.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของเพศและอายุ มีความสัมพันธ์กับราคากาแฟคั่วสด โดยพบว่าราคากาแฟคั่วสดแก้ว 25 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีอายุระหว่าง 19-25 ปี แสดงว่าเพศ และอายุ มีผลต่อราคากาแฟคั่วสด เนื่องจากความจำเป็นในการใช้จ่าย และลักษณะที่แตกต่างของผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิง ในแต่ละช่วงอายุ

สมมติฐานย่อย 1.5 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด โดยพบว่าผู้บริโภคนิยมบริโภคกาแฟคั่วสดที่ร้าน ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชายระดับปริญญา อายุระหว่าง 19-25 ปี ซึ่งมีรายได้/รายรับต่อเดือน 3,000-6,000 บาท แสดงว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ มีผลต่อสถานที่บริโภคกาแฟคั่วสด เนื่องจากลักษณะความชอบหรือรสนิยม

สมมติฐานย่อย 1.6 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของอายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ โดยพบว่าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการจำนวน 2 ท่าน ซึ่งเป็นนักศึกษา มีอายุระหว่าง 19-25 ปี แสดงว่า อายุ และอาชีพ มีผลต่อผู้มาใช้บริการร้านกาแฟ เนื่องจากมาใช้บริการร้านกาแฟเป็นสถานที่นัดพบ หรือสนทนา เป็นต้น

สมมติฐานย่อย 1.7 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของรายได้/รายรับต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านกาแฟ โดยพบว่าส่วนใหญ่เลือกร้านเพราะ

ความชอบส่วนตัวคนอื่นไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งมีรายได้/รายรับต่อเดือน 3,000-6,000 บาท แสดงว่ารายได้/รายรับต่อเดือน มีผลต่อผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านกาแฟ เนื่องจากความสามารถในการจ่าย โดยส่วนมากจะขึ้นอยู่กับรายได้ส่วนบุคคล

สมมติฐานย่อย 1.8 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของอายุ มีความสัมพันธ์กับประเภทกาแฟคั่วสด โดยพบว่าผู้บริโภคที่ชอบบริโภคกาแฟเย็น ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-25 ปี แสดงว่าอายุ มีผลต่อประเภทกาแฟคั่วสด เนื่องจากลักษณะความชอบที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ เช่นผู้บริโภคที่มีอายุมากจะชอบบริโภคกาแฟร้อนมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย หรือผู้ที่มีอายุน้อยชอบกาแฟประเภทปั่นมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก เป็นต้น

สมมติฐานย่อย 1.9 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของอาชีพ มีความสัมพันธ์กับเมนูกาแฟคั่วสด โดยพบว่าผู้บริโภคที่ชอบบริโภคคาปูชิโนเย็น ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา แสดงว่าอาชีพ มีผลต่อเมนูกาแฟคั่วสด เนื่องจากลักษณะการทำงาน หรือรูปแบบของงานที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.10 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของอายุมีความสัมพันธ์กับรสชาติ โดยพบว่าผู้บริโภคที่ชอบบริโภคกาแฟรสชาติเข้มข้น และรสชาติหวานมัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-25 ปี แสดงว่า อายุ มีผลต่อรสชาติ เนื่องจากข้อจำกัดของสุขภาพทางร่างกายแต่ละช่วงอายุ เช่น กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากจะมีปัญหาสุขภาพร่างกาย เช่น โรคความอ้วน หรือโรคเบาหวาน มากกว่าที่มีอายุน้อย

สมมติฐานย่อย 1.11 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของอายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกบริโภคกาแฟคั่วสดจากร้านกาแฟ โดยพบว่าผู้บริโภคมีเหตุผลที่บริโภคกาแฟคั่วสดจากร้าน เนื่องจากชอบรสชาติกาแฟ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-25 ปี แสดงว่าอายุ มีผลต่อเหตุผลที่เลือกบริโภคกาแฟคั่วสดจากร้าน เนื่องจากลักษณะความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ เช่น เพื่อลดอาการง่วงนอน หรือเพื่อนั่งสนทนากับกลุ่มเพื่อน แต่ส่วนใหญ่เลือกเพราะรสชาติกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.12 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกร้านกาแฟ

สมมติฐานย่อย 1.13 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของเพศ มีความสัมพันธ์กับการไม่บริโภคกาแฟคั่ว เหตุผลใดจึงเลือกใช้บริการร้านกาแฟ โดยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟก็เพื่อบริโภคเครื่องดื่มอื่นๆ ได้แก่ นมสดร้อน/เย็น หรือชาร้อน/ชาเย็น หรือช็อกโกแลต เป็นต้น

สมมติฐานที่ 2 ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน มีผลต่อทำให้ปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดแตกต่างกันหรือไม่ เป็นการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติแบบ Independent-Sample T Test และเดี่ยว One-Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนี้

สมมติฐานย่อย 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร ด้วยวิธี Independent-Sample T Test พบว่า ในส่วนของการเอาใจใส่และอรรถาธิบายของพนักงาน เพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยไม่เหมือนกัน โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับการเอาใจใส่และอรรถาธิบายของพนักงานมากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยอื่นๆ พบว่า เพศชายกับเพศหญิงให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน กล่าวคือเพศชายกับเพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยอื่นๆ ที่เหมือนกัน

สมมติฐานย่อย 2.2-2.5 อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ในส่วนของอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้บริโภคมีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน ที่ไม่เหมือนกันก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยเหมือนกันได้ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอายุระหว่าง 19-20 ปี กับอายุ 36-45 ปี ซึ่งก็ให้ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดที่เหมือนกัน เป็นต้น

5.2. ข้อจำกัดในการศึกษา

1. ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือเท่านั้น โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่าง ซึ่งไม่สามารถเป็นตัวแทนและไม่สามารถอธิบายพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคตามมหาวิทยาลัยได้ทั้งหมด เพียงแต่บอกลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น

2. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2551 เท่านั้น ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักเรียน/นักศึกษาอยู่ระหว่างการสอบปลายภาค และอาจไม่ครอบคลุมถึงช่วงเวลาอื่นๆ ในช่วงฤดูกาลต่างๆ ในรอบหนึ่งปี ดังนั้นอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

5.3. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการจำนวน 250 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่มาใช้บริการร้านกาแฟเพื่อบริโภคกาแฟคั่วสดส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีรายได้/รายรับต่อเดือนจากผู้ปกครองอยู่ที่ 3,000-6,000 บาท/เดือน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของร้านกาแฟ ดังนี้

1. รสชาติกาแฟคั่วสดเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นร้านกาแฟต้องมีการกำหนดสูตรเมนูกาแฟคั่วสดให้มีมาตรฐาน เพื่อให้รสชาติกาแฟในแต่ละเมนูคงที่ โดยทำให้ผู้บริโภคได้บริโภคกาแฟที่มีรสชาติเหมือนกันในทุกครั้งที่มาใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และมาใช้บริการเป็นประจำในอนาคต

2. ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ห่วงใยและใส่ใจสุขภาพร่างกายมากขึ้น ดังนั้นในการเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มนอกจากคำนึงถึงประโยชน์แล้ว ความสะอาดก็เป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน ดังนั้นผู้ให้บริการร้านกาแฟต้องดูแลร้านให้มีความสะอาดอยู่เสมอ รวมทั้งบรรจุภัณฑ์อุปกรณ์ และความสะอาดของพนักงาน ฯลฯ

3. นอกจากรสชาติกาแฟที่ถูกใจผู้บริโภคแล้ว การเอาใจใส่และอัธยาศัยของพนักงานก็เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก และความสนิทสนมกับพนักงานขาย/เจ้าของร้าน ก็ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ดังนั้นผู้ให้บริการร้านกาแฟควรหาพนักงานที่มีความเอาใจใส่และจำจดเมนูหรือรสชาติที่ผู้บริโภคต้องการได้ และมีอัธยาศัยที่ดีในให้บริการทั้งกาย และ วาจา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการ

5.4. ข้อเสนอแนะการศึกษาในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการบริโภคกาแฟคั่วสดในแต่ละมหาวิทยาลัยว่ามีพฤติกรรมและปัจจัยแตกต่างกันหรือไม่

2. เมื่อทราบพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมส่วนของความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนตั้งร้านกาแฟคั่วสดในมหาวิทยาลัยต่างๆ