

บทความวิจัย (Research Article)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน

อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

Factors Affecting the Choice of Garden Cafes

in Sam Phran, Nakhon Pathom

ปลื้มกมล จันทร์ศรี¹, พัทชรินทร์ เดิมประโคน¹, วรรัตน์ ชาเมืองกุล¹,

สรารค์ พรนภาลัย^{1*}, ภัทรदनัย โคตรศรี¹

¹ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ ภาควิชาธุรกิจโรงแรมและไมซ์ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140

Peumkamol Chansri ¹, Phatcharin Deomprakhon ¹, Worarut Chamaungkool ¹,

Sarang Pornnapalai ^{1*}, Pattharadanai khotsri ¹

¹ Hospitality Industry Management, Department of Hotel and MICE Business, Faculty of Hospitality, Kasetsart University Kamphaeng
Saen Campus, Nakhon Pathom, 73140, Thailand

* Corresponding author

E-mail address: sarang.p@ku.th

Received: 28/02/2025; Revised: 06/03/2025; Accepted: 25/03/2025

คำสำคัญ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
การตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่
ในสวน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม (2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และ (3) ศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้มาใช้บริการร้านคาเฟ่ในสวนในเขต อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ผลวิจัยพบว่า (1) ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้ 10,001-15,000 บาท และภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับมาก (3) การตัดสินใจของผู้บริโภคเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในระดับมาก

KEYWORDS

Marketing mix factors
Decision to use the
services of a garden café

ABSTRACT

The objectives of this research were to (1) study the personal characteristics of consumers who choose to use the services of a garden café in Sam Phran District, Nakhon Pathom Province; (2) examine the marketing mix factors that influence the decision to use the services of a garden café in Sam Phran District, Nakhon Pathom Province; and (3) analyze consumers' decisions regarding the use of garden café services in the same district. The sample group consisted of 400 individuals aged 18 years and above who had used the services of a garden café in Sam Phran District, Nakhon Pathom Province. Data were collected using a questionnaire. The research findings revealed that (1) The majority of consumers who choose to use garden café services are female, aged between 21 and 30 years, hold a bachelor's degree, are students, have an income of 10,001–15,000 baht, and reside in Nakhon Pathom Province. (2) The marketing mix factors influencing the decision to use garden café services had an average rating of 4.36, indicating a high level of influence. (3) The consumers' decision to use garden café services had an average rating of 4.29, also indicating a high level of influence.

1. บทนำ

ธุรกิจบริการด้านอาหารเป็นธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนและขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคบริการของประเทศไทยให้เติบโตพร้อมกับการท่องเที่ยว ทั้งในด้านของมูลค่าการพัฒนาเศรษฐกิจ การจ้างงานและการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและคาดการณ์ว่ามูลค่าการขายในช่วงปี 2566-2571 จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ซึ่งมากกว่าการเติบโตช่วงก่อนการเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยการเติบโตได้รับแรงหนุนจากการกลับมาใช้ชีวิตตามปกติ ทั้งการทำงานในที่ทำงานและการเพิ่มขึ้นของการเดินทาง (กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สำนักอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ, 2567) ร้านอาหารแบบคาเฟ่คาดว่าจะเติบโต 13% ในปี 2567 แม้จะได้รับผลกระทบจากโรคระบาด แต่คาดว่าจะกลับมาฟื้นตัวได้ดีโดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตผู้บริโภค (SCB EIC Industry insight, 2568) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงตามปัจจัยต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้นหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 (สำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร, 2566) โดยเลือกเที่ยวในสถานที่ไม่แออัดและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมถึงการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเล็กหรือครอบครัว และการมองหาประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำใคร (Hotelsup, 2024) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันสะท้อนถึงการปรับตัวที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในสังคมเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ โดยเฉพาะในเรื่องการดูแลสุขภาพที่ได้รับความนิยม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) เช่น การเลือกรับประทานอาหารคลีนและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก นอกจากนี้มลภาวะอากาศเป็นพิษในเมืองทำให้ผู้คนมีความต้องการที่จะสัมผัสกับธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ในต่างจังหวัดมากขึ้น เช่น การไปคาเฟ่ที่มีบรรยากาศดี (MedPark, 2567)

ในปัจจุบัน ธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะคาเฟ่ กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ไทยรัฐ มั่นใจ, 2567) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของผู้คน คาเฟ่เป็นร้านที่ให้บริการเครื่องดื่มและอาหาร พร้อมบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายรูปและพักผ่อน โดยเฉพาะคาเฟ่ที่มีการตกแต่งเข้ากับธรรมชาติได้รับความนิยมสูง (ศุภติ, 2560) ผู้ประกอบการบางรายจึงเริ่มเปิด "คาเฟ่ในสวน" เพื่อเพิ่มรายได้และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (ทศพร, 2564) ประเทศไทยมีพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเกษตรอยู่บริเวณชานเมือง เช่น

นครปฐม สุพรรณบุรี และกาญจนบุรี โดยเฉพาะอำเภอสสามพรานในจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีลำคลองและแม่น้ำท่าจีนล้อมรอบ ทำให้เหมาะสำหรับการทำเกษตร เช่น สวนกล้วยไม้และสวนผลไม้ นอกจากนี้ ท่าเลที่ตั้งใกล้กรุงเทพฯ ยังทำให้สะดวกสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนในธรรมชาติ โดยไม่ต้องใช้เวลาเดินทางมาก จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้สามพรานเหมาะสำหรับการสร้างคาเฟ่ในสวนนครปฐมเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการเปิดคาเฟ่ในสวน เนื่องจากมีบรรยากาศเงียบสงบและธรรมชาติที่สวยงาม เช่น สวนผลไม้ ทุ่งนา และลำคลอง ซึ่งช่วยสร้างความสงบและความสวยงามให้กับผู้มาเยือน นอกจากนี้ ชุมชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวยังนิยมสถานที่พักผ่อน เช่น คาเฟ่สไตล์ธรรมชาติ ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจคาเฟ่ การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและธุรกิจท้องถิ่นยังช่วยเสริมสร้างแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น คาเฟ่ในสวนยังตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่ชอบถ่ายรูปและแชร์ประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จึงทำให้นครปฐมเป็นทำเลที่เหมาะสมสำหรับการเปิดคาเฟ่ในสวนอย่างยิ่ง จากสาเหตุนี้จึงทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน เพื่อเป็นข้อมูลและเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการร้านอาหารคาเฟ่นำไปใช้ในปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

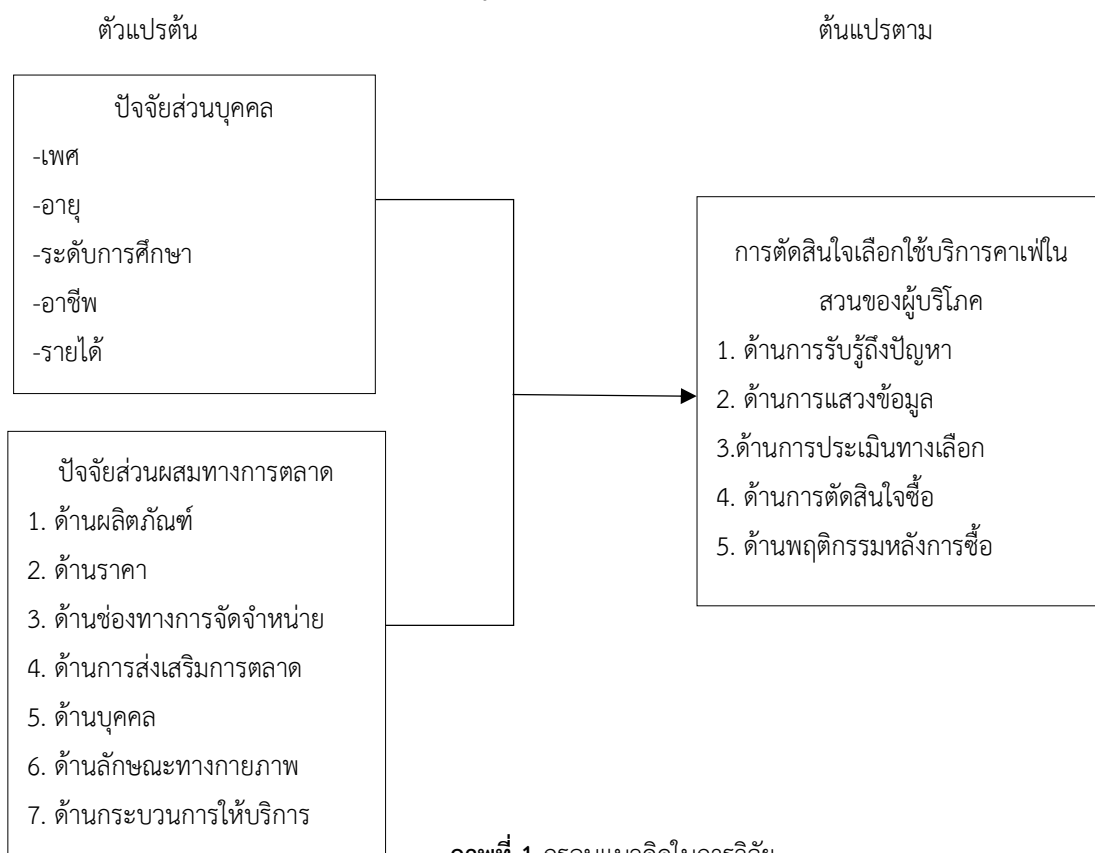
1. เพื่อศึกษาข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสสามพราน จังหวัด

นครปฐม

3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการที่ได้ทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้ศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการร้านกาแฟในสวนในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้สูตร $n = \frac{z^2}{4e^2}$

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าใช้บริการร้านกาแฟในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีลักษณะคำถามปลายปิดเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว มีทั้งหมด 6 ข้อ 2) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน การประเมินมีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกาแฟในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มี 5 ด้าน การประเมินมีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ 4) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วยการนำแบบสอบถามเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) จากการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามพบว่าค่า IOC ของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อคำถาม จากนั้นทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับประชากรในกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน ซึ่งการทดสอบสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.978

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยและนำมาจัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม
2. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2567
3. นำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่โดยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทั้งหมดมาวิเคราะห์ประมวลผลโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for The Social Sciences)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 5 คะแนน, มาก 4 คะแนน, ปานกลาง 3 คะแนน, น้อย 2 คะแนน และน้อยที่สุด 1 คะแนน และใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม, 2560) โดยค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00, 3.51 - 4.50, 2.51 - 3.50, 1.51 - 2.50 และ 1.01 - 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

3.1 ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการกาแฟในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการกาแฟในสวนในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 58% เพศชาย 38% และเพศอื่น ๆ 4% โดยช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 21-30 ปี (59%) รองลงมาคือ 18-20 ปี (17.75%) และ 31-40 ปี (15.75%) ด้านการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี (63.75%) รองลงมาคือมัธยมปลายหรือเทียบเท่า (17.25%) อาชีพหลักเป็นนักเรียน/

นักศึกษา (50.75%) รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน (13.75%) และอาชีพอิสระ (11.75%) รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001-15,000 บาท ต่อเดือน (24.25%) และ 15,001-20,000 บาท (18.75%) ที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดนครปฐม (47.75%) รองลงมาคือ กรุงเทพมหานคร (23.5%) และจังหวัดอื่น ๆ (12.75%)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร และ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.40) รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.39) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.36) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.34) และ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.27) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยรวมและรายด้าน

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.37	0.56
2.ด้านราคา	4.30	0.63
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.35	0.58
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.28	0.70
5.ด้านบุคลากร	4.40	0.55
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	4.40	0.54
7.ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.40	0.55
รวม	4.36	0.59

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.35) รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลทางเลือก (ค่าเฉลี่ย = 4.34) ด้านการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.29) ด้านการรับรู้ถึงปัญหา (ค่าเฉลี่ย = 4.28) และด้านแสวงหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.19) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ของผู้บริโภค โดยรวมและรายด้าน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนของผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1.ด้านรับรู้ถึงปัญหา	4.28	0.67
2.ด้านการแสวงหาความรู้	4.19	0.73
3.ด้านการประเมินผลทางเลือก	4.34	0.55
4.ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.29	0.59
5.ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.35	0.61
รวม	4.29	0.63

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ผลจากการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ พบว่าในจำนวนผู้ใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน บางส่วนได้ให้ข้อเสนอแนะว่า อยากให้ที่นั่งมีระยะห่างเพิ่มขึ้น ไม่แออัดกันเกินไป เพื่อให้อากาศถ่ายเทสะดวกสอดคล้องกับคาเฟ่ในสวนเพราะต้องการบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ต้องการให้แนะนำเมนูซิกเนเจอร์ของทางร้านพร้อมบอกราคาให้สมเหตุสมผล อยากให้เพิ่มกังหันตึ้นน้ำบำบัดน้ำเสียเพื่อให้น้ำใสและไม่มีกลิ่นเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี อยากให้พนักงานบริการใช้น้ำเสียงที่เต็มใจที่จะบริการและยิ้มแย้มแจ่มใส

3.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม” สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนาและรายได้ถึงจะแตกต่างกัน แต่การเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการที่คล้ายคลึงกัน โดยเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ตื่นตัวกับรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคโปรดปราน สัมผัสบรรยากาศ การถ่ายรูปลงโซเชียลและประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบปะเพื่อน ครอบครัวหรือคนรัก ซึ่งสถานที่ แบบคาเฟ่ในสวนตอบโจทย์อย่างยิ่ง ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางแจ้งของทศพร (2564) พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนาและรายได้ที่แตกต่างกัน แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความต้องการที่เหมือน ๆ กัน และจากผลวิจัยของการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้บริการคาเฟ่ในสวนคือ ผู้หญิงวัยรุ่นตอนปลายถึงวัยทำงานต้น ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาศัยอยู่ในนครปฐม และมีรายได้ระดับปานกลาง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคาเฟ่ในสวนสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนกลุ่มนี้ที่ต้องการสถานที่พักผ่อน ถ่ายรูปหรือทำงานในบรรยากาศธรรมชาติได้เป็นอย่างดี โดยมีการสอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ของโชคธิมา (2563) ผลการศึกษาวิจัยเล่มนี้ มีการค้นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับปริญญาตรีจะนิยมการใช้บริการเกี่ยวกับความทันสมัยและความสะดวกสบาย

2. ด้านส่วนผสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย รสชาติของอาหารเครื่องดื่ม ภาชนะและบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม สวยงาม ความคิดสร้างสรรค์ของอาหาร เครื่องดื่ม ราคาสินค้าที่เหมาะสมและมีการติดป้ายที่ชัดเจน สินค้ามีความหลากหลาย สถานที่น่าดึงดูด มีที่จอดรถที่กว้างและเพียงพอ มีการเข้าถึงร้านที่ง่ายตาย ที่นั่งเพียงพอพร้อมความสะดวก มีการจัดกิจกรรมที่พิเศษที่ร้าน มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และส่วนลด พนักงานมีความเต็มใจให้บริการ และส่งมอบสินค้าด้วยความรวดเร็ว ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนกลางแจ้งของทศพร (2564) ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อข้อข้อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา โดยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางแจ้งของผู้บริโภค

3. ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวนของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความต้องการพักผ่อนคลายและบรรยากาศธรรมชาติ เมื่อต้องการพบปะครอบครัว เพื่อน คนรู้จักก็จะนัดหมายมาใช้บริการคาเฟ่เพราะบรรยากาศที่ดี พออยากจะมีที่พบปะสังสรรค์ก็จะนึกถึงคาเฟ่ในสวนเสมอ โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มาใช้บริการคาเฟ่ในสวนจะหาข้อมูลจากแหล่งข่าวสารต่าง ๆ หรือสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้วว่ามีประสบการณ์อย่างไรเพื่อมาเป็นการตัดสินใจเดินทางมาที่คาเฟ่ในสวน โดยประเมินรวมกับระยะทางที่ใกล้ไกลของสถานที่ที่อยู่ในขณะนั้น แล้วความตั้งใจมาใช้บริการที่ร้านโดยตรงพอมาใช้บริการจะมีความพึงพอใจจากการได้รับบริการจะกลับมาใช้บริการคาเฟ่ในสวนแห่งนี้ ถ้าความคาดหวังที่มีกับประสบการณ์ที่ได้รับจากคาเฟ่ในสวนได้มีความพึงพอใจตามความคาดหวังหรือได้รับเกินความคาดหวังก็จะกลับมาใช้บริการแห่งนี้ต่อไป และจะแนะนำคาเฟ่ในสวนแห่งนี้ให้กับเพื่อนหรือคนใกล้ชิด พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจ (มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2562) ที่ศึกษาการกระทำของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ 1) การตระหนักถึงความต้องการ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อผู้บริโภครู้สึกถึงความต้องการที่เกิดขึ้น 2) การค้นหาข้อมูล โดยเมื่อเกิดการตระหนักถึงความต้องการแล้ว วิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับการตอบรับอย่างรวดเร็วคือการหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคจะทำการ ประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ที่เป็นไปได้ก่อนตัดสินใจซื้อ โดยมีการกำหนดเกณฑ์ประเมินผล ซึ่งเกณฑ์ จะเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา คุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น ผู้บริโภคจะพิจารณา

ทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด 4) การตัดสินใจซื้อ หลังจากประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจแล้วจะมีการซื้อก็จะเกิดขึ้น และ 5) การประเมินผลหลังการซื้อ เมื่อผู้บริโภคซื้อและใช้สินค้า แล้วที่ได้ตัดสินใจแล้ว การประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้า ก็จะเกิดขึ้น ความรู้สึกของ ผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการจะมีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนของผู้ใช้ด้วย

4. บทสรุป

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่สวน ซึ่งภาพรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก (MEAN = 4.36, S.D. = 0.59) ซึ่งเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านบุคลากร (MEAN = 4.40, S.D. = 0.55) ด้านลักษณะทางกายภาพ (MEAN = 4.40, S.D. = 0.55) ด้านกระบวนการให้บริการ (MEAN = 4.40, S.D. = 0.54) ด้านผลิตภัณฑ์ (MEAN = 4.37, S.D. = 0.56) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (MEAN = 4.35, S.D. = 0.58) ด้านราคา (MEAN = 4.30, S.D. = 0.63) และด้านการส่งเสริมการตลาด (MEAN = 4.28, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณารายชื่อประเด็นที่สูงสุด มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ลูกค้พอใจในคุณภาพ รสชาติ และความหลากหลายของเมนูอาหาร รวมถึงบรรยากาศที่มีเอกลักษณ์ ด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและมีตัวเลือกที่หลากหลาย ด้านสถานที่และช่องทางการจำหน่าย คือ คาเฟ่มีทำเลที่เดินทางสะดวก ระยะเวลาเปิดให้บริการเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถและพื้นที่นั่งพักเพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโปรโมตผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และการจัดโปรโมชั่นเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดลูกค้า ด้านบริการและพนักงาน คือ การบริการของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะความเป็นมิตรและความใส่ใจในการให้บริการ อย่างไรก็ตาม คาเฟ่ควรปรับปรุงเรื่องการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น การพัฒนาการให้บริการที่รวดเร็วขึ้น การจัดการที่จอดรถให้เหมาะสม และการตกแต่งร้านให้ดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่ในสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก (MEAN = 4.29, S.D. = 0.63) ซึ่งเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (MEAN = 4.35, S.D. = 0.61) ด้านการประเมินผลทางเลือก (MEAN = 4.34, S.D. = 0.55) ด้านการตัดสินใจซื้อ (MEAN = 4.29, S.D. = 0.59) ด้านการรับรู้ถึงปัญหา (MEAN = 4.28, S.D. = 0.67) และด้านการแสวงหาความรู้ (MEAN = 4.19, S.D. = 0.73) ซึ่งด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการ อีกทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้ร้านปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้น ด้านการประเมินผลทางเลือก พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ได้แก่ คุณภาพอาหารและเครื่องดื่ม ระยะเวลาความสะดวกในการเดินทาง และกระแสนิยมของร้าน โดยหากร้านมีจุดเด่นด้านบรรยากาศหรือเมนูพิเศษ จะดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น ด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่าผู้บริโภคพิจารณาจากโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ความประทับใจจากประสบการณ์ที่ผ่านมา และเสียงแนะนำจากเพื่อนหรือรีวิวออนไลน์ ด้านการรับรู้ปัญหา พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรยากาศธรรมชาติและความสะดวกสบาย หากต้องการสถานที่พักผ่อนหรือทำงานก็นึกถึงคาเฟ่ในสวนก่อน ด้านการแสวงหาข้อมูล ผู้บริโภคมักใช้แหล่งข้อมูลจากประสบการณ์ตรง การสอบถามจากคนรู้จัก และค้นหาจากโซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์รีวิวเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยสรุป ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่ในสวน คือ บรรยากาศของร้าน คุณภาพอาหาร และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งหากร้านสามารถรักษามาตรฐานและพัฒนาโปรโมชั่นที่เหมาะสม ก็จะสามารถดึงดูดลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

1. การวิจัยในครั้งถัดไปควรการศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ

2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบร้านกาแฟในสวนที่แตกต่างออกไป เพื่อรับรู้ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟในรูปแบบอื่น ๆ และนำไปเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจ และปรับปรุงรูปแบบกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

3. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจสำหรับการลงทุนทางธุรกิจ หรือนำไปพัฒนากลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ. (2567). *แนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการด้านอาหารของไทย*.
<https://uploads.tps.go.th/แนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการด้านอาหารของไทย.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). *Wellness Tourism การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*.
<https://tatacademy.com/th/articles/article/1f96f700-896a-4f19-845f-f39e00cccf650>
- โชคธิชา แสงสือ. (2020). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อใช้บริการสั่งอาหาร การประยุกต์ของผู้บริโภครุ่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
<http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1413/1/g591110095.pdf>
- ทศพร ลีลอย. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4852/4/tossaporn.leel.pdf>
- ไทยรัฐ มั่นนี้. (2567). *อานุภาพการตลาด กาแฟ “พันธุ์ไทย” โตเกือบ 100% สูงสุดในรอบ 12 ปี รับมูลค่าตลาดพุ่ง 60,000 ล้านบาท*.
https://www.thairath.co.th/money/business_marketing/marketing_trends/2837574?utm_source=chatgpt.com
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562*.
https://registrar.kku.ac.th/policy/download/Factor_research_kkuquota62.pdf
- ศุภติ ศุภเมธีศิริ. (2560). *โครงการธุรกิจร้านกาแฟและอาหาร* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2514/3/supadee_sup.pdf
- สำนักสนับสนุนสุขภาวะองค์กร. (2566). *5 สไตล์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังโควิด*.
https://happy8workplace.thaihealth.or.th/articles/90?utm_source=chatgpt.com
- Hotelsup. (2024). *แนวโน้มเทรนด์ท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปในปีมะเส็ง 2568*. <https://www.hotelsup.co/blog/>
- Medpark Hospital. (2567). *รพ.เมดพาร์ค ปลอดภัยจาก PM 2.5 ด้วยอาคาร Positive Pressure*.
<https://www.medparkhospital.com/lifestyles/positive-pressure-building>
- SCB EIC Industry insight. (2568). *ธุรกิจบริการอาหาร*. https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9290/gqd16hs78q/Industry_Insight_Restaurant_20231107.pdf