

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กาแฟเป็นทั้งพืชเศรษฐกิจที่กำลังมีบทบาทสำคัญ และเป็นเครื่องดื่มที่คนไทยรู้จักมานานและน้อยคนที่จะปฏิเสธกาแฟ เป็นเครื่องดื่มที่มีรสชาติเฉพาะตัว มีความเข้มข้นและความหอมในตัวเอง กาแฟเป็นหนึ่งในเครื่องดื่มซึ่งอยู่ในรูปร้อน และเย็นได้ ดังนั้นจึงเป็นเครื่องดื่มที่สามารถดับความกระหายได้ คนไทยนิยมดื่มกาแฟกันมากขึ้น ธุรกิจร้านกาแฟมีการแข่งขันสูงขึ้น โดยสังเกตได้จากร้านขายกาแฟที่เปิดขึ้นมาอย่างมากมาย มีทั้งกิจการของคนไทยและชาวต่างชาติ ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่าในปัจจุบันธุรกิจการเปิดร้านกาแฟมีการขยายตัวมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแบบเรียบ หรือนั้นขายผลิตภัณฑ์เน้นการขาย design หรือรูปลักษณ์ ทุกวันนี้กระแสความนิยมกาแฟยังพุ่งขึ้นสูง ตลาดกาแฟมีการปรับโฉมใหม่ออกสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการที่สอดคล้องกับการใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างลงตัว ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูป กาแฟกระป๋อง และร้านกาแฟสด ที่อยู่ในรูปของแบรนด์ไทยและต่างประเทศ แต่ความนิยมในการบริโภคกาแฟ ยังถือเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสังเกตได้จากค่านิยมในการเลือกซื้อกาแฟจากร้านที่จำหน่ายและปริมาณการดื่มเนื่องจากกาแฟไม่ได้ถูกตัดสินว่าเป็นเครื่องดื่มที่ไม่ได้ให้โทษเหมือนกับการดื่มสุรา หรือมีประโยชน์เช่นเดียวกับการดื่มนม ดังนั้นโทษ และประโยชน์ของการดื่มกาแฟจึงมีภาวะกำกวมเหมือนกับการดื่มชา ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกกว่าบางคนดื่มทุกวัน วันละหลาย ๆ แก้ว ดังนั้นกาแฟจึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะ ในกลุ่มนิสิตนักศึกษา หนุ่มสาววัยทำงาน และกลุ่มนักธุรกิจ จึงทำให้กิจการร้านกาแฟเกิดขึ้นมากมายและมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันกันสูงขึ้นเรื่อย ๆ

จากสภาพการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้นและมีแนวโน้มการขยายตัวกันอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ผู้ที่คิดจะเริ่มกิจการเครื่องดื่มกาแฟสด และผู้ที่ประกอบกิจการนี้อยู่แล้ว ควรให้ความสำคัญกับการเข้าใจถึงพฤติกรรมในการบริโภคกาแฟสด และการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มากขึ้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด เพื่อให้กิจการสามารถอยู่รอดและเติบโต

ในสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เนื่องมาจากธุรกิจร้านค้าแฟรชใหญ่ ๆ จากต่างประเทศเข้ามาลงทุน ในธุรกิจนี้ เช่น ซูซูกิ สตาร์บัคส์ สภาพดังกล่าวสร้างความตึงเครียดและตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจ ร้านกาแฟเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกัน กระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมคนไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปกันเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านกาแฟ สดคั่วบด ที่มีการตกแต่งร้านให้หรูหราทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการดื่ม กาแฟมากขึ้น การดื่มกาแฟของคนไทยในอนาคตจึงยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เหตุนี้ ทำให้นักลงทุน จำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ สภาพการแข่งขันในตลาดโดยรวมจึงดูเหมือนจะรุนแรง แต่เนื่องจากร้านกาแฟส่วนใหญ่ที่มีในปัจจุบัน มักเน้นการขาย สินค้าและบริการเสริมอื่นๆ เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แชนด์วิช บางแห่งมีบริการอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้า ด้วย เมื่อแต่ละร้านมีจุดขายที่เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคแตกต่างกันไป ประกอบกับคอกาแฟในตลาดยังมีหลายกลุ่ม การแข่งขันในตลาดจึง ยังไม่รุนแรง หรือชัดเจนเท่าใดนัก แต่อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในอนาคตมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างมาตรฐานให้กับสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ธุรกิจหรือร้านจำหน่ายกาแฟในปัจจุบันมีมากมายหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภท มีรูปแบบ รสชาติ และผลิตภัณฑ์กาแฟแตกต่างกันออกไป เช่น ร้านกาแฟโบราณ (ร้านที่ใช้ถุงผ้าในการชง) ร้านกาแฟตามมุมห้างสรรพสินค้า (coffee corner) ร้านกาแฟเฟรนไชส์ (coffee premium) เป็นต้น ซึ่งมีมากมายหลายรูปแบบทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรสนิยมความชื่นชอบ และความต้องการของแต่ละบุคคลเป็นหลัก

การดื่มกาแฟได้รับความนิยมและมีการพัฒนามากว่า 300 ปี ซึ่งในปัจจุบันกาแฟก็ยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วโลกเหมือนเช่นเดิม และถ้ามีการพัฒนารสชาติและรูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละกลุ่มผู้บริโภค ทำให้การดื่มกาแฟน่าจะมีโอกาสขยายตัวมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟน่าจะมีโอกาสขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย จากการพิจารณาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดของกลุ่มวัยทำงาน โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ และระดับรายได้ เพราะตระหนักถึงความสำคัญและโอกาสในการเติบโตของธุรกิจกาแฟสด จึงดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภค เครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี” ซึ่งการวิจัยเรื่องดังกล่าวจะเป็น ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด และผู้สนใจทั่วไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภครีเอตติ้งคาเฟ่สดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโภครีเอตติ้งคาเฟ่สดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภครีเอตติ้งคาเฟ่สดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

สมมุติฐานของการวิจัย

1. พฤติกรรมการบริโภครีเอตติ้งคาเฟ่สดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภครีเอตติ้งคาเฟ่สดของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่ดื่มคาเฟ่สดและอยู่ในวัยทำงาน ซึ่งปฏิบัติงานในสำนักงานต่าง ๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวนประมาณเดือน 10,000 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 351 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variable) แบ่งออกเป็น

2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภครีเอตติ้งคาเฟ่สด

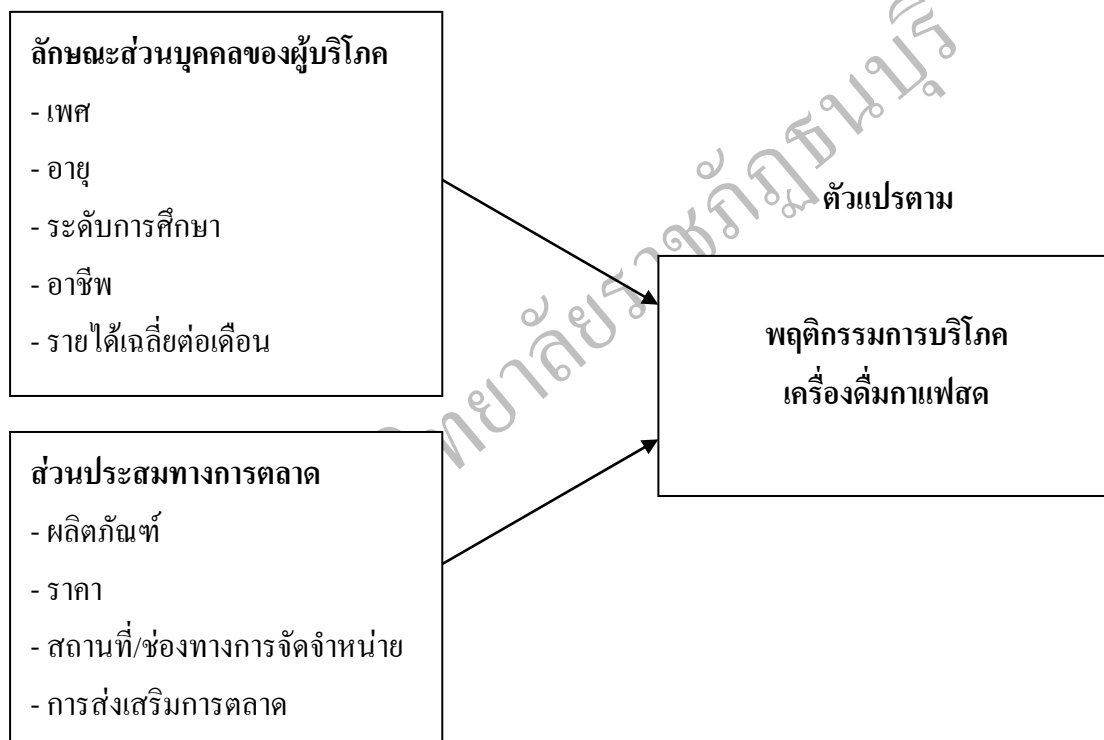
3. ระยะเวลาการดำเนินการวิจัย

ระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2553

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) มาเป็นแนวทางการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

กาแฟสด หมายถึง กาแฟที่ผ่านขั้นตอนการคั่ว บด และนำมาชง โดยผ่านเครื่องชงที่มีแรงดันของไอน้ำ ซึ่งจะมีรสชาติอ่อน และรสเข้มข้นที่เกิดจากการคั่วบด

กลุ่มผู้บริโภค หมายถึง กลุ่มประชากรที่ทำการสำรวจที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และทำงานหรือมีที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งผู้ประกอบการนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในกลุ่มเป้าหมาย จัดเป็นส่วนประกอบหนึ่งของ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดนอกเหนือจากการตัดสินใจเรื่องค่าใช้จ่าย และการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาด แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

- **ผลิตภัณฑ์** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการ ของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้สามารถขายได้

- **ราคา** หมายถึง คุณค่าการใช้บริการในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้าผู้บริโภค จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าการใช้บริการกับราคาผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาก็จะตัดสินใจซื้อ

- **สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง สถานที่ที่ให้บริการขององค์กร บรรยากาศภายในร้านและการตกแต่งสถานที่

- **การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย

พฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มกาแฟสด หมายถึง การดื่มกาแฟสดจากร้านจำหน่ายกาแฟแก้วบด โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟสด ราคาในการซื้อกาแฟสด ช่วงเวลาในการซื้อกาแฟสด และความถี่ในการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปสำหรับผู้บริโภค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาจะทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องดื่มกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

2. ผลการวิจัย จะเป็นข้อมูลเบื้องต้น ที่เป็นประโยชน์ต่อเจ้าของกิจการกาแฟสดและผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการตัดสินใจ และการวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านต่าง ๆ เช่น การเลือกรายการเครื่องดื่ม ทำเลที่ตั้งของร้าน สื่อการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดด้านต่าง ๆ ได้อย่าง เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค