บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ตลาดกาแฟในประเทศไทยยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งกาแฟสดและกาแฟผงสำเร็จรูปแม้ว่าภาวะเศรษฐกิจของไทยในตอนนี้ยังอยู่ในช่วงชะงักงัน เห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการหลายรายได้ทยอยออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นจำนวนมาก ทั้งกาแฟผงกึ่งสำเร็จรูป และกาแฟบรรจุซองแบบทรีอินวัน (ฐานเศรษฐกิจ, 2550) และสำหรับตลาดกาแฟสดก็มีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นเช่นกัน จะเห็นว่ามีร้านกาแฟเปิดใหม่หลายแบรนด์ตามพื้นที่ต่างๆในกรุงเทพฯและพื้นที่รอบนอก เช่น ในสถานีบริการน้ำมันบนถนนสายหลักต่างๆ จะมีทั้งที่เป็นแบรนด์ที่มีสาขาทั่วประเทศ เช่น แบล็คแคนยอน อเมซอน บ้านไร่กาแฟ เป็นต้น และร้านเล็กๆที่มีเพียงร้านเดียว นอกจากนี้ยังมีการส่งออกเมล็ดกาแฟคั่วบดไปจำหน่ายยังต่างประเทศเป็นจำนวนมาก เพราะกาแฟสดของไทยเริ่มได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในต่างประเทศมากขึ้น ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะมีร้านกาแฟที่เป็นสาขาจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยหลายรายและกาแฟคั่วบดจากภาคเหนือของไทยก็มีคุณภาพสูงจึงได้รับความนิยมจากผู้ดื่มกาแฟจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เช่น กาแฟของโครงการหลวง กาแฟดอยวาวี กาแฟดอยช้าง เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2546)

การที่มีผู้ประกอบการร้านกาแฟหลายรายสนใจที่จะลงทุนเปิดร้านกาแฟในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยในการลงทุนดังเช่นในปัจจุบันนี้นั้น น่าจะเป็นเพราะเห็นว่าโอกาสของธุรกิจยังมีอยู่เพราะการบริโภคกาแฟในประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำ โดยจากการวิจัยพบว่า คนไทยดื่มกาแฟโดยเฉลี่ย 200 แก้วต่อคนต่อปี เมื่อเทียบกับคนญี่ปุ่น โดยเฉลี่ยดื่มกาแฟ 500 แก้วต่อคนต่อปี และสหรัฐอเมริกา ซึ่งดื่มกาแฟโดยเฉลี่ย 700 แก้วต่อคนต่อปี (ศุภัค ธรเสน และคณะ, 2544) ซึ่งในปัจจุบันนี้การบริโภคกาแฟในไทยเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น และกลุ่มผู้บริโภคกาแฟในปัจจุบันเริ่มมีความหลากหลายกว่าเดิมจากเดิมที่มีแต่นักธุรกิจกับนักท่องเที่ยว ปัจจุบันนี้กลุ่มคนทำงานและนักศึกษาก็เริ่มนิยมบริโภคกาแฟกันมากขึ้น (ชนาภา ตรีวัฒนาวงศ์, 2545) ผู้ประกอบการจึงมองหารูปแบบและทำเลในการเปิดร้านกาแฟ ซึ่งมีทั้งที่อยู่ในเมืองตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า ใกล้อาคารสำนักงาน หรืออยู่ในมหาวิทยาลัย และที่ตั้งอยู่นอกเมืองมักจะตั้งอยู่ในสถานีบริการน้ำมันเพื่อรองรับลูกค้าที่เป็นกลุ่มนักเดินทาง แต่ทำเลในเมืองมักจะมีร้านกาแฟตั้งอยู่มากมาย ร้านใหม่ๆ

จึงเกิดได้ค่อนข้างยาก ในขณะที่ทำเลในสถานีบริการน้ำมันยังมีพื้นที่ว่างสำหรับเปิดร้านกาแฟ ซึ่งปัจจุบันนี้จะเห็นร้านกาแฟในลักษณะนี้เปิดใหม่มากมายมีทั้งที่เป็นแบรนด์มีชื่อเสียงมีสาขาหลายแห่ง กับร้านเล็กๆที่มีอยู่ทั่วไป เพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการดื่มกาแฟในขณะเดินทาง ซึ่งแต่เดิมผู้ที่ต้องเดินทางไกลหรือต้องขับรถเป็นเวลานานๆ จะอาศัยเครื่องดื่มชูกำลังเพื่อให้สามารถขับรถต่อไปได้โดยไม่ง่วง แต่เครื่องดื่มชูกำลังจะเน้นลูกค้าระดับล่าง ทำให้คนทั่วไปไม่นิยมบริโภคเครื่องดื่มชูกำลัง หันไปดื่มกาแฟกระป๋องแทน และต่อมาความนิยมการบริโภคกาแฟสดก็มีมากขึ้น ทำให้พื้นที่ในปั๊มน้ำมันกลายเป็นช่องทางใหม่สำหรับร้านกาแฟหลายๆแบรนด์ โดยเฉพาะปั๊มน้ำมันที่มีผู้ใช้บริการเยอะ มีทำเลดี จึงเป็นที่หมายปองของแบรนด์ใหญ่ๆ ปั๊มน้ำมันบางแห่งที่ตั้งอยู่ในทำเลดีๆ ก็อาจมีร้านกาแฟ 2-3 แบรนด์อยู่รวมกัน ซึ่งถือว่าเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคได้อีกทาง ซึ่งในปัจจุบันนี้ปั๊มน้ำมันไม่ได้เป็นเพียงแค่สถานที่เติมน้ำมันเพียงอย่างเดียวแล้ว เพราะปั๊มน้ำมันยังมีบริการอื่นๆให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการตามความต้องการ เช่น มีร้านอาหาร ร้านกาแฟ ห้องน้ำสะอาดให้บริการ และในปั๊มน้ำมันบางแห่งมีเคาน์เตอร์ธนาคารให้บริการอยู่ด้วย จากการที่มีบริการหลากหลายภายในปั๊มน้ำมัน ทำให้ปั๊มน้ำมันสามารถกลายเป็นสถานที่นัดพบสำหรับคนทั่วไปโดยที่ไม่จำเป็นต้องเติมน้ำมันเลยก็ได้ การที่มีธุรกิจเหล่านี้อยู่ในปั๊มน้ำมัน ทำให้โอกาสที่จะดึงลูกค้าเข้าปั๊มน้ำมันของตนยิ่งมีมากขึ้น สามารถสร้างรายได้ให้กับปั๊มของตนได้อีกทางนอกจากการขายน้ำมันเพียงอย่างเดียว

แต่เนื่องจากเศรษฐกิจไทยในช่วงนี้มีความผันผวนอย่างมาก สาเหตุหลักเป็นเพราะราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอีกมากในอนาคต (ธนวัฒน์ รื่นบันเทิง, ธิติ เกตุพิทยา และ ธีรวิทย์ พบสุขหิรัญ, 2551) ด้วยเหตุที่น้ำมันเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตในอุตสาหกรรมต่างๆและโดยเฉพาะในภาคการขนส่งซึ่งต้องอาศัยน้ำมันในการขับเคลื่อน ดังนั้นการที่ราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นผลทำให้ต้นทุนการผลิตหรือการดำเนินการต่างๆสูงขึ้นมาก เป็นแรงกดดันให้ผู้ผลิตต้องขึ้นราคาสินค้า(สรา ชื่นโชคสันต์ และตลับลักษณ์ ธนดิษฐ์สุวรรณ, 2551) และสุดท้ายผู้บริโภคก็ต้องจ่ายเงินมากขึ้นในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เกิดภาวะเงินเฟ้อ ผู้บริโภคมีค่าครองชีพสูงขึ้นในขณะที่รายได้ยังคงเดิม คนส่วนใหญ่จึงระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น

ในภาวะเช่นนี้ ร้านกาแฟสดที่อยู่ในปั๊มน้ำมันน่าจะได้รับผลกระทบจากภาวะดังกล่าวบ้าง เนื่องจากมีร้านกาแฟเปิดในปั๊มน้ำมันเป็นจำนวนมาก แต่ผู้บริโภคมีน้อยลงและยังระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ดังนั้น การที่ผู้บริโภคจะเลือกเข้าร้านกาแฟร้านใด จึงน่าจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆของร้านกาแฟสดแต่ละร้านที่จะสามารถดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกที่จะเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟ

ของตนได้มากน้อยแค่ไหน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยทั้งทางด้านราคาน้ำมัน รายได้ผู้บริโภค และปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อธุรกิจร้านกาแฟสดที่ตั้งอยู่ในสถานีบริการน้ำมัน เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจที่จะลงทุนในธุรกิจนี้สำหรับผู้ที่คิดจะเปิดร้านใหม่ รวมทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงร้านกาแฟให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

วัตถุประสงค์

การศึกษางานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อธุรกิจร้านกาแฟสดในสถานีบริการน้ำมัน
2. ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านกาแฟสดในสถานีบริการน้ำมัน
3. ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสด

ขอบเขตการวิจัย

ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ตอบแบบสอบถามได้แก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสดที่ตั้งอยู่ในสถานีบริการน้ำมัน และบุคคลทั่วไปที่เคยเข้าไปใช้บริการร้านกาแฟสดในสถานีบริการน้ำมัน

การสัมภาษณ์เจ้าของร้านกาแฟสดและลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟ จะเลือกเฉพาะร้านกาแฟสดที่ตั้งอยู่ในสถานีบริการน้ำมัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่ดังกล่าว และสำหรับผู้ที่เปิดร้านกาแฟอยู่แล้วแต่ต้องการลงทุนเพิ่มเพื่อรองรับลูกค้าที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น เพื่อศึกษาเป็นแนวทางว่าในสถานการณ์เช่นนี้ที่ราคาน้ำมันยังมีความผันผวนอยู่ เศรษฐกิจซะลอตัวอยู่อย่างนี้ ควรที่จะลงทุนในธุรกิจนี้หรือจะลงทุนเพิ่มอีกหรือไม่ รวมถึงศึกษาเพื่อเตรียมธุรกิจให้พร้อมหรืออาจมีการปรับรูปแบบการทำธุรกิจให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวได้ และจากการศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคซึ่งมี 11 ปัจจัย ได้แก่ ราคาน้ำมัน รายได้ผู้บริโภค รูปแบบร้าน

กาแฟ ตราสินค้า โปรโมชั่น พนักงานขาย กาแฟและเครื่องดื่ม ราคากาแฟ อาหารว่าง ความสะดวก และระยะทางในการเดินทาง ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสดได้

นอกจากนี้ ผู้ที่เป็นเจ้าของพื้นที่ในปั๊มน้ำมันยังสามารถนำข้อมูลทางด้านพฤติกรรมของลูกค้าไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับปั๊มน้ำมันของตนเอง โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบของปั๊มน้ำมันให้มีบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในปั๊มน้ำมันเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในปั๊มน้ำมันของตนให้มากขึ้น