

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้การดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป มีผลกระทบในทุกๆ ด้านของสังคมปัจจุบัน และมีผลทำให้สังคมการบริโภค และพฤติกรรมการบริโภคของคนไทยเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ร้านกาแฟสดริมทาง จึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบในรสชาติและกลิ่นของกาแฟสด เมื่อทุกครั้งที่มีการบดและชง บางครั้งบรรยากาศภายในร้านกาแฟสดก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้ที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจเข้ามาหาชมสงบเพื่อทำธุระส่วนตัว โดยไม่มีการจำกัดเวลาจะนั่งนานเท่าไรก็ได้ และในเวลาที่ต้องการใช้บริการเครื่องดื่มและของว่างที่รวดเร็ว ร้านกาแฟสดก็สามารถให้บริการได้

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่คนไทยรู้จักคุ้นเคยกันมานาน เป็นเครื่องดื่มที่มีรสชาติเฉพาะตัว โดยเฉพาะความเข้มข้นและความหอม ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของหลายๆคน ประเทศไทยเป็นเมืองร้อนกาแฟจึงเป็นเครื่องดื่มที่ดับความกระหายได้ ปัจจุบันกระแสความนิยมดื่มกาแฟมีอย่างต่อเนื่อง ตลาดกาแฟมีการพัฒนาปรับโฉมผลิตภัณฑ์ตลอดมาให้ออกสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างลงตัว ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูป กาแฟกระป๋อง และร้านกาแฟสด

ปัจจุบันร้านกาแฟสด จึงเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตในสังคม ทั้งยังเกี่ยวข้องกับการบริโภค การใช้จ่ายด้วยการเข้าร้านกาแฟสด ไม่ใช่เข้าไปเฉยๆ อย่างน้อยก็ต้องมีการซื้อเครื่องดื่มภายในร้านรวมทั้งของว่าง ทั้งยังมีกลิ่นหอมของกาแฟสดทุกครั้งที่มีการบดและชง มีเสียงเพลงเบาๆ คลอไปด้วย ร้านกาแฟสดที่เปิดใหม่ ต้องสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้คนอยากเข้ามานั่ง เมื่อนั่งแล้วรู้สึกดี เป็นจุดนัดพบ และที่สำคัญมีอาหารและเครื่องดื่มไว้คอยบริการที่หลากหลาย

การแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟสด ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากทั้งในด้านตัวสินค้าและบริการ มีความพิถีพิถันมากขึ้นในเรื่องกรรมวิธีการชงกาแฟให้ได้มาตรฐาน มีชนิดของกาแฟให้เลือกมากมาย ตลอดจนอุปกรณ์การชงกาแฟ และแก้วกาแฟที่มีสัญลักษณ์ของร้าน ทั้งนี้เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคที่เน้นตราหือของร้าน สำหรับพนักงานที่ให้บริการ ต้องมีความรู้ความชำนาญได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี พร้อมทั้งจะให้คำแนะนำสินค้าและบริการกับลูกค้า เพื่อที่จะเป็น

ตัวกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค อันมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ การตกแต่งร้านแบบง่ายๆ เช่น เป็นบูธเล็กๆ ในห้างสรรพสินค้า หรือในอาคารที่เป็นสถานที่ทำงาน ส่วนในปีมน้ำมันจะทำเป็นบ้านหลังเล็กๆ แต่จะเน้นในการตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย รวมทั้งโต๊ะเก้าอี้ภายในร้านมีการขายกาแฟคั่วบดของร้านเอง ธุรกิจผลิตภัณฑ์กาแฟ เป็นตลาดที่ยังมีนักลงทุนต้องการมาลงทุนกันมาก เนื่องจากเห็นโอกาสในการสร้างผลตอบแทนที่ดีได้ แต่การที่ผู้ประกอบการรายใหม่ จะเข้าไปทำการแข่งขันในตลาด จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงสภาพการแข่งขันของตลาดให้ถี่ถ้วนก่อน

จากสถานการณ์ในปัจจุบัน การเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟสดมีเพิ่มขึ้นมาก และยังสามารถเติบโตได้อีก จึงเป็นที่น่าสนใจในการที่จะศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสด และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคกาแฟสด เพื่อที่จะได้นำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด และแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภค

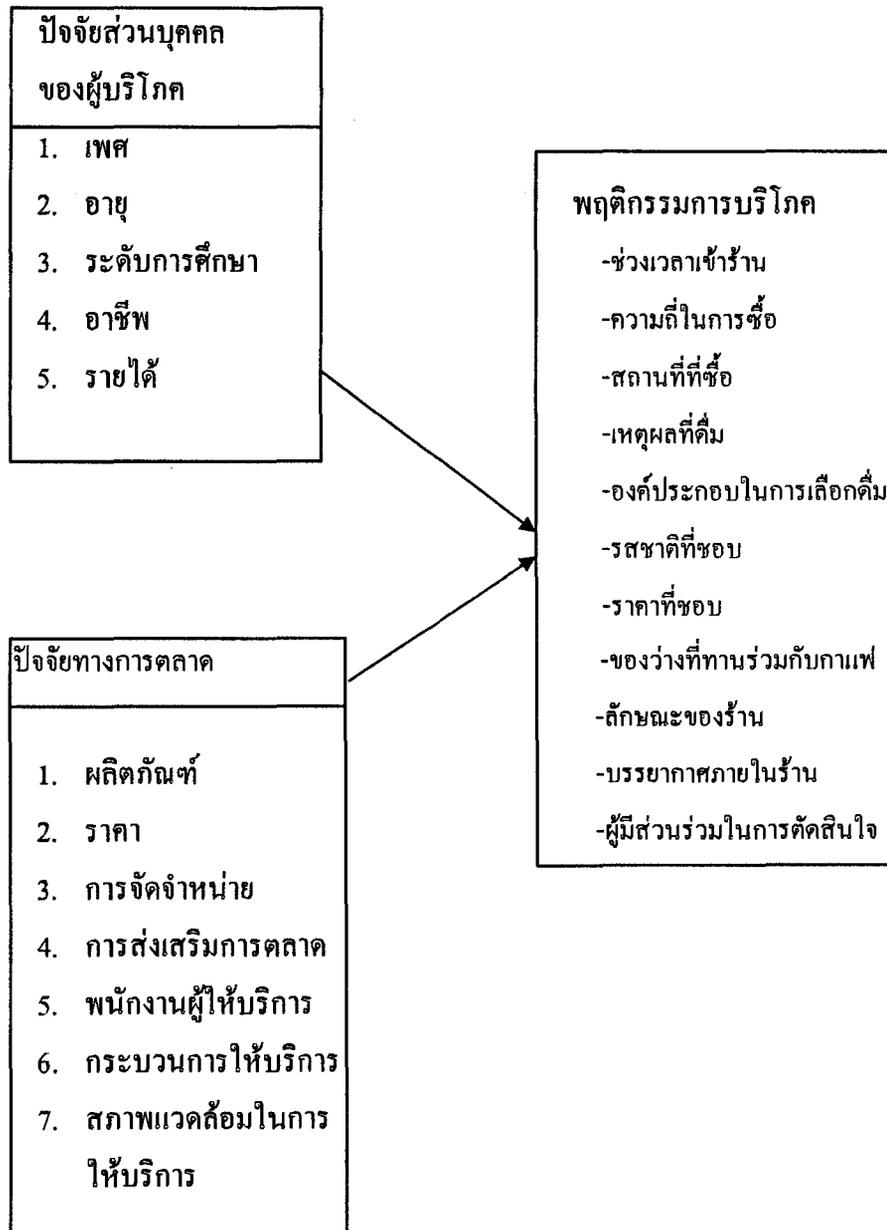
## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสด
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคกาแฟสด
- 2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสด
- 2.4 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดกับปัจจัยทางการ

ตลาด

### 3. กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค และปัจจัยทางการตลาด แสดงได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัยมีดังนี้

- 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด
- 4.2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดมีความแตกต่างตามปัจจัยทางการตลาด

#### 5. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้ คือ

5.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่มีอายุระหว่าง 15 -70 ปี ที่มีพฤติกรรมดื่มกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- พฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจ
- ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
- ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ

5.3 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม 2550 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2551

#### 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

6.1 ร้านกาแฟสด หมายถึง ร้านกาแฟที่บริการด้วยการบดกาแฟสดๆ ชงสดๆ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

6.2 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของแต่ละคน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้

6.3 ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

7.1 ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ประกอบการพิจารณาในการวางแผน แก้ไขปัญหา และปรับปรุงรูปแบบของกิจการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค

7.2 ผลของการวิจัย จะเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาค้นคว้า

7.3 ผู้ที่สนใจในกิจการร้านกาแฟสด ใช้ข้อมูลและผลของการวิจัยเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจประกอบการธุรกิจในอนาคต