

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและปัญหาในการวิจัย

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูงสุดในโลก มีการบริโภคกาแฟมากกว่า 400 แส่นล้านถ้วยในแต่ละปี เป็นสินค้าที่ซื้อขายมากเป็นอันดับสองของโลกรองจากน้ำมัน¹ ปัจจุบันเครื่องดื่มประเภทกาแฟสด (Fresh Coffee) เริ่มได้รับความนิยมในตลาดเมืองไทย โดยอัตราการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคกาแฟสด กาแฟ ชา โกโก้ ฯลฯ ของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นจากปี 2540 มูลค่า 6,494 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 7,429 ล้านบาท ในปี 2541 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ² มีร้านกาแฟเปิดตัวขึ้นอย่างมากมาย ทั้งร้านกาแฟ แฟรนไชส์จากต่างประเทศ เช่น ร้าน สตาร์บัคส์ (Starbucks) โอ บอง แปง (Au Bon Pain) เป็นต้น ร้านกาแฟแฟรนไชส์ของประเทศไทย เช่น ร้าน ยู ซี ซี เอสเปรสโซ่ (UCC Espresso) ร้านกาแฟฟิ เวิลด์ (Coffee World) เป็นต้น และร้านกาแฟท้องถิ่น เช่น ร้านวาวี จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น โดยลักษณะของร้านกาแฟ มีเครื่องดื่มกาแฟควบคู่ทั้งร้อนและเย็นหลายประเภทให้เลือก บางร้านมีขนมอบบริการเสริมให้กับลูกค้า มีการตกแต่งร้านแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นบรรยากาศภายในร้าน และเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างมากขึ้น บางร้านขายเมล็ดกาแฟ กาแฟคั่วบด อุปกรณ์การชงกาแฟจำหน่าย ซึ่งลูกค้าสามารถซื้อกลับไปชงดื่มเองที่บ้านหรือที่ทำงานก็ได้

เนื่องด้วยสภาพการดำเนินชีวิตในปัจจุบันของสังคมเมืองที่ต้องดำเนินชีวิตด้วยความเร่งรีบ ผู้คนไม่นิยมรับประทานอาหารเข้าแบบไทย แต่หันมานิยมรับประทานอาหารเข้าแบบตะวันตก คือ การดื่มกาแฟ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เริ่มมีร้านกาแฟสดเปิดเพิ่มมากขึ้น โดยส่วนใหญ่ นิยมตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้แหล่งที่มีนักท่องเที่ยว สถานศึกษา และติดถนน จากรายชื่อการจัดทะเบียนการค้า โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจุบันตลาดกาแฟสดของอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ ร้านกาแฟแฟรนไชส์จากต่างประเทศ ร้านกาแฟ

¹ BMI Global Consultants Ltd. (2000, March). Coffee History. Available: <http://www.koffee.com/>

Korner.com/koffeehistory.htm [2002, January 22].

² Lodging News. Trends Research: coffee's still hot. Available: http://www.lodgingnews.com/lodgingfnb/2000_09/2000_09_15.asp [2002, January 22].

แฟรนไชส์ของประเทศไทย และร้านกาแฟท้องถิ่น ทั้งหมดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี 2544 อีกจำนวน 12 ร้าน จากเดิม 11 ร้านคิดเป็นร้อยละ 109.09 ของจำนวนร้านกาแฟปี 2544³

จากสถานการณ์การเติบโตของตลาดกาแฟสดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นที่น่าสนใจในการที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค และเพื่อที่จะได้นำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทาง สำหรับผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ในการจัดกลยุทธ์ทางการตลาด และแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3. ประโยชน์ที่จะได้รับ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะได้รับประโยชน์ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. ทำให้ได้ข้อมูลเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการทำธุรกิจร้านกาแฟสด ในการจัดกลยุทธ์ที่เหมาะสม

4. เนื้อหาของรายงานการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัยในเล่มนี้จะแบ่งออกเป็น 5 บท ได้แก่ บทที่หนึ่งซึ่งเป็นบทนำกล่าวถึงความ เป็นมาและปัญหาในการวิจัย วัตถุประสงค์ในการวิจัยและประโยชน์ที่จะได้รับ บทที่สอง กล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎี บทที่สาม เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีการศึกษา ขอบเขต การศึกษาวิจัย วิธีการศึกษาค้นคว้า การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ บทที่สี่ประกอบด้วยตาราง

³ สมุดทะเบียนการจดทะเบียนการค้าของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ เดือนสิงหาคม

แสดงการวิเคราะห์ข้อมูล และในบทสุดท้ายบทที่ห้าจะมีการสรุปผลการวิเคราะห์ของบทที่ดี และ
อภิปรายผลการศึกษา ตลอดจนนำเสนอข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved