

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

วิวัฒนาการเริ่มต้นของกาแฟนั้นมีการสันนิษฐานกันว่าลักษณะของต้นกาแฟมีกำเนิดในเอธิโอเปียในช่วงต้นศตวรรษที่ 6 โดยมีตำนานเบื้องต้นว่าค้นพบโดยชาวบ้านที่มีอาชีพเลี้ยงแกะที่สังเกตเห็นว่าแกะที่เลี้ยงไว้ เมื่อได้รับประทานลูกไม้สีแดงชนิดหนึ่งบริเวณนั้น แล้วมีอาการกระปี้กระเปร่าขึ้น เพื่อความแน่ใจจึงเด็ดผลไม้ชนิดนี้ลองกลับไปรับประทานที่บ้าน และนั่นก็คือตำนานที่ถือว่าเป็นการพบกาแฟครั้งแรกของมนุษยชาติ และได้เกิดความแพร่หลายไปเรื่อยๆ (Joseph S.G.,2546)

ร้านกาแฟแห่งแรก (Coffee House) เปิดในเมืองเมคคา (Mecca) ซึ่งเป็นที่แรกที่มีการริเริ่มดื่มกาแฟก่อนที่จะเผยแพร่วัฒนธรรมนี้ไปทั่วโลก ร้านกาแฟเหล่านี้ค่อยๆ เปลี่ยนแปลงไป มีการบรรเลงดนตรี การเล่นหมากรุก และเป็นที่สนทนาซุบซิบ รวมไปถึงการคุยธุรกิจและถูกปิดในที่สุด เมื่อต่อมากลายเป็นที่ก่อนการด้านการเมือง ถึงกับประมาณว่า กาแฟเป็นเครื่องดื่มอันชั่วร้าย ในขณะที่บางกลุ่มมองว่ากาแฟเป็นยารักษาโรค และในภายหลังก็มีการจัดตั้งร้านกาแฟขึ้นมาอีก การค้าขายกาแฟเป็นการค้าขายที่มีมูลค่าสูงจนชาวอาหรับต้องคิดกันไม่ให้ชาวต่างชาติได้มีโอกาสเห็นต้นกาแฟ รวมทั้งสั่งห้ามนำเมล็ดพันธุ์กาแฟออกนอกประเทศ อย่างไรก็ตามได้มีการลักลอบนำเมล็ดพันธุ์และต้นอ่อนกาแฟไปปลูกที่อินเดียและชวา ซึ่งเป็นเมืองขึ้นของเนเธอร์แลนด์ ในขณะที่นั้น ต่อมาชาวดัตช์กลายเป็นผู้จำหน่ายกาแฟรายใหญ่แก่ชาวยุโรป โดยมีเมืองอัมสเตอร์ดัมส์เป็นศูนย์กลางทางการค้า

พ่อค้าชาวเวนิสเป็นผู้นำกาแฟเข้าสู่ยุโรปเป็นรายแรก ในปี ค.ศ. 1615 และ 30 ปีต่อมาร้านกาแฟ (Coffee House) หรือคาเฟ่ (Café) ก็เกิดขึ้นในเวนิส ร้านกาแฟเหล่านี้กลายเป็นที่นิยมทั้งในการสังสรรค์ เข้าสู่สังคมและการติดต่อธุรกิจ ตั้งแต่กลางศตวรรษที่ 17 วัฒนธรรมเหล่านี้ได้เริ่มแพร่หลายไปสู่นานาชาติในยุโรป ได้แก่ เกลอเซีย ฝรั่งเศส เยอรมัน ฮอลแลนด์ และอังกฤษ แม้แต่ลอร์ด ออฟลอนดอน (Lloyd's of London) บริษัทประกันภัยที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลกก็มีจุดกำเนิดจากการเป็นร้านกาแฟ กาแฟถูกนำเข้าสู่อเมริกาครั้งแรกที่เมืองเวอร์จิเนีย ซึ่งต่อมากาแฟกลายเป็นที่รู้จักกันทั่วโลก มีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและรูปแบบชีวิตของประชากรในประเทศสำคัญ ทำให้ธุรกิจกาแฟสดในปัจจุบันเป็นสินค้าพื้นฐานที่มีความสำคัญในโลกของเรา สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนามูลค่าของกาแฟเป็นที่สองรองจากมูลค่าน้ำมันในแง่ของเงินตรา

ระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีผู้คนหลายล้านประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับกับการบริโภคกาแฟเช่นกัน (พริ้นซ์คัลดี อังกสิทธิ์, 2540)

จากภาวะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในระบบเศรษฐกิจและสังคมที่ผ่านมา อีกทั้งยังมีการพัฒนาในด้านการเรียนรู้และการศึกษาที่รวดเร็ว จึงเกิดความหลากหลายในพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟ ซึ่งในปัจจุบันกาแฟกลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมทั้งในสังคมเมืองและชนบท ความเร่งรีบในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเมือง ได้ทำให้กาแฟมีบทบาทกับผู้คนในสังคมเพิ่มขึ้นด้วย จึงทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจกาแฟสดในประเทศไทยมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการเปิดร้านกาแฟสดรายใหญ่จากต่างประเทศ ที่เข้ามาลงทุนเปิดกิจการในประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟสดในประเทศคึกคักและตื่นตัวขึ้นมา มีธุรกิจร้านกาแฟสดเกิดขึ้นมากมายทั้งที่เป็นของนักลงทุนชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้การแข่งขันด้านธุรกิจกาแฟสดได้เพิ่มความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้กับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูก และแปรรูปกาแฟ โดยเฉพาะโครงการหลวงและโครงการเกษตรที่สนับสนุนให้มีการปลูกกาแฟโดยไม่ต้องนำเมล็ดกาแฟดิบเข้ามาจากต่างประเทศ ทำให้คนไทยสามารถบริโภคกาแฟที่มีรสชาติสากลในราคาที่ไม่แพง รวมทั้งเป็นการส่งเสริมอาชีพและรายได้แก่ชาวไทยบนพื้นที่สูง ซึ่งเกิดจากพระราชดำริขององค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช ในการที่ต้องการลดการปลูกพืชเสพติดและการตัดไม้ทำลายป่าของชาวเขา โดยการก่อตั้งโครงการพัฒนาถอยสูง อันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย

โครงการพัฒนาถอยสูง อันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้ ได้มีการปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิกา (Arabica) ในพื้นที่เนื่องจากความเหมาะสมทางภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวย ทำให้ผลผลิตกาแฟมีคุณภาพสูง ผลผลิตที่ได้มีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ทางการค้าที่หลากหลาย กอปรกับในพื้นที่โครงการฯ ได้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามและเป็นที่ยูจัก ไม่ว่าจะเป็น พระตำหนักถอยสูง สวนจตุจักร โดยมีร้านจำหน่ายกาแฟของถอยสูง คือร้านกาแฟถอยสูง ภายใต้ชื่อทางการค้าว่า “ถอยสูง” (Doi Tung) ที่เปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างกว้างขวางต่อผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รสชาติกาแฟ คุณภาพเมล็ดกาแฟ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ การให้บริการ การจัดจำหน่ายที่มีความสะดวกแก่ผู้บริโภค ที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานในส่วนต่างๆ ของร้านกาแฟถอยสูง การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการติดป้ายภายในร้านและนอกร้าน เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคในเรื่องของการบริโภคผลิตภัณฑ์กาแฟถอยสูง ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์

กาแฟคั่วบดให้ดียิ่งขึ้นไป และสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนในธุรกิจกาแฟต่อไป

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคกาแฟที่มีต่อผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบด ในจังหวัดเชียงราย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคกาแฟที่มีต่อผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบด ในจังหวัดเชียงราย
2. ข้อมูลที่ได้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาทางด้านการตลาดการให้บริการในส่วน of ร้านกาแฟ ของโครงการพัฒนาคั่วบด อันเนื่องมาจากพระราชดำริ
3. ข้อมูลที่ได้จะเป็นแนวทางและประโยชน์สำหรับผู้สนใจลงทุนในธุรกิจกาแฟต่อไป

### นิยามศัพท์

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกาแฟและมาใช้บริการภายในร้านกาแฟคั่วบดในจังหวัดเชียงราย โดยมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

**ทัศนคติของผู้บริโภค** หมายถึง การรับรู้ การเข้าใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้จ่ายส่วนประสมทางการตลาดการให้บริการ (7 Ps) สำหรับการบริโภคผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบด ในจังหวัดเชียงใหม่

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการให้บริการ** หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งทางร้านกาแฟคั่วบดได้ใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคกาแฟคั่วบด โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการให้บริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Processes)

**ผลิตภัณฑ์กาแฟ** หมายถึง ผลิตภัณฑ์กาแฟที่จำหน่ายในร้านกาแฟคั่วบด ซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ กาแฟสด (การคั่วบดซองใส่แก้ว) อาทิ เอสเพรสโซ่ (Espresso) คาปูชิโน่ (Capuccino) มอคค่า (Mocca) เวียนนา (Vienna) ลาเต้ (Latte) แบล็คแคนยอน (Black canyon) และบลูเมาเท่น (Blue mountain) หรือ กาแฟผงสำเร็จรูป (กาแฟคั่วบด) ซึ่งมี 3 สูตร คือ กาแฟคั่วบด สูตรไลท์ โรสส์ กาแฟคั่วบด สูตรคลาสสิก โรสส์ และกาแฟคั่วบด สูตรเอสเพรสโซ โรสส์