

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่คนไทยรู้จักและบริโภคมาเป็นเวลานานไม่ต่ำกว่า 150 ปีแล้ว โดยในประเทศไทยมีการปลูกกาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ โดยมีแหล่งปลูกสำคัญร้อยละ 90 อยู่ทางภาคใต้ ที่จังหวัดชุมพร นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี เป็นต้น โดยพันธุ์ที่นิยมปลูกทางภาคใต้ คือ พันธุ์โรบัสต้า ในขณะที่ทางภาคเหนือแหล่งปลูกสำคัญอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน โดยนิยมปลูกพันธุ์อราบิก้า (บริษัท ภูริชวัน จำกัด, 2550: ออนไลน์) ในช่วงแรกได้นำกาแฟมาผลิตเป็นเครื่องดื่มในลักษณะต่างๆ และมีรสนิยมการบริโภคกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น โอเลี้ยง กาแฟเย็น หรือกาแฟโบราณที่ใช้ถุงกาแฟซอง ต่อมาสภาพเศรษฐกิจและการตลาดมีการแข่งขันกันอย่างมากมาย อีกทั้งสภาพสังคมในปัจจุบันมีวิถีชีวิตที่ต้องเร่งรีบขึ้นแข่งกับเวลา ผู้ผลิตต่างก็พยายามที่จะผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้มียอดขายและบริการให้ได้มากที่สุด โดยพยายามหาวิธีการต่าง ๆ มาใช้เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าและบริการของตน เช่น การผลิตกาแฟปรุงสำเร็จซึ่งบรรจุในภาชนะรูปแบบต่างๆวางขายตามท้องตลาด เพื่อตอบสนองกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน

ในช่วงระยะเวลา 3-4 ปี ที่ผ่านมานี้ ธุรกิจร้านกาแฟสด คือ ธุรกิจที่ขายเครื่องดื่มกาแฟที่มีกระบวนการผลิตโดยการนำเมล็ดกาแฟคั่วบดและชงให้กับลูกค้าในทันที ทั้งในการบริโภคแบบร้อนและเย็น ซึ่งมีอัตราการเติบโตรวดเร็วอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุหลัก ๆ อาจสืบเนื่องมาจากธุรกิจร้านกาแฟสดรายใหญ่ ๆ จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ เช่น ชูชูกิ สตาร์บัคส์ สภาพดังกล่าวสร้างความตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันกระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมคนไทยนิยมดื่มกาแฟปรุงสำเร็จกันเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านกาแฟสด สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะมีความหลากหลายมากขึ้นทั้งที่เป็นนักธุรกิจ นักศึกษาและนักท่องเที่ยว ความนิยมในร้านกาแฟพรีเมียมส่งผลให้มีการแข่งขันทางด้านกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะทางด้านช่องทางการจำหน่าย ซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดให้บริการในพื้นที่ร้านค้าสมัยใหม่หรือโมเดิร์นเทรด ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์เก็ต ดิสคาน์สโตร์ ที่มีการตกแต่งร้านให้หรูหราทันสมัย สะดวกสบาย มีบรรยากาศที่รื่นรมย์สำหรับการดื่มกาแฟมากขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคยังชื่นชอบในรสชาติ กลิ่น ของกาแฟสดซึ่งเป็นข้อแตกต่างระหว่างกาแฟปรุงสำเร็จและกาแฟสด ทั้งนี้จากผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยในปี พ.ศ. 2545 โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า คนไทยยัง

มีอัตราการดื่มกาแฟต่อคนต่ำมาก เฉลี่ย 200 แก้ว/คน/ปี เมื่อเทียบกับคนในแถบเอเชีย เช่น ชาวญี่ปุ่น ดื่มกาแฟเฉลี่ย 500 แก้ว/คน/ปี ในขณะที่ชาวอเมริกาดื่มกาแฟเฉลี่ย 700 แก้ว/คน/ปี ดังนั้น การดื่มกาแฟของคนไทยในอนาคตจึงยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (ประชาชาติธุรกิจ, 2546: ออนไลน์)

จังหวัดนครสวรรค์ เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ระหว่างภาคกลางและภาคเหนือจึงถือได้ว่าเป็น “ประตูสู่ภาคเหนือ” และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่สำคัญของภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งประชาชนในภาคเหนือทั้งหมดมีจำนวน 10,216,472 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2550: ออนไลน์) จึงเป็นจังหวัดที่มีประชาชนเดินทางผ่านเข้า-ออกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะประชาชนทางภาคเหนือที่จะเข้าไปทำงานยังกรุงเทพฯ ทำให้มีอัตราการบริโภคกาแฟสดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการบริโภคคือ ลดอาการง่วงนอน (จุฑาทภรณ์ ยาชะวะนะ, 2549) ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้มีธุรกิจร้านกาแฟสดเกิดขึ้นในอำเภอเมืองนครสวรรค์เป็นจำนวนมาก

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา เพราะจังหวัดนครสวรรค์ถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่และมีผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังไม่มีผู้ทำการศึกษเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์ การศึกษาในครั้งนี้เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์ และผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับปรุงกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ นำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์กาแฟสด

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์กาแฟสด

กาแฟสด หมายถึง เครื่องดื่มกาแฟที่มีกระบวนการผลิตโดยการนำเมล็ดกาแฟมาคั่วจนได้ที่เมื่อถูกคั่วแล้วก็จะบดและชงบริการให้กับลูกค้าในทันที อาจเป็นการบริการในแบบร้อนและเย็น แต่ไม่รวมถึงกาแฟโบราณ กาแฟที่อยู่ในรูปของกาแฟพร้อมดื่มบรรจุในภาชนะปิดสนิท กาแฟผงขงละลาย กาแฟผงปรุงพร้อมชง (ทรีอินวัน) และกาแฟสดบรรจุขวด

ผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์ หมายถึง บุคคลทั่วไปที่เคยซื้อ และบริโภคผลิตภัณฑ์กาแฟสด อาจเป็นบุคคลที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองนครสวรรค์ และบุคคลที่เดินทางผ่านอำเภอเมืองนครสวรรค์