

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคในสังคมเมืองต้องการการแสดงผลการออกแบบการใช้ชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมีความต้องการที่หลากหลาย โดยผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคกาแฟที่แตกต่างกัน กลุ่มนักศึกษามักใช้ร้านกาแฟเป็นที่นัดพบปะเพื่อน กลุ่มคนทำงานที่เป็นคนโสดใช้ร้านกาแฟเป็นสถานที่นัดพบลูกค้าเพื่อเจรจาธุรกิจเช่นเดียวกับกลุ่มวัยทำงานที่มีครอบครัว และกลุ่มอ้างอิง เช่น เพื่อน ลูกค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟในตราสินค้าที่แตกต่างกัน ผู้บริโภคไม่เพียงแต่คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย แต่ยังมีแนวโน้มที่จะบริโภคสัญชาตญาณ คือ พื้นที่แสดงตัวตนในด้านรสนิยม (taste) อัตลักษณ์ (identity) รูปแบบการใช้ชีวิต (life style) สถานภาพทางสังคม (social status) และเกียรติ (prestige) (พรพนิต พ่วงภิญโญ และคณะ, 2551)

ในปี 2552 ประเทศไทยผลิตเมล็ดกาแฟได้ประมาณ 56,315 ตัน ส่วนใหญ่ใช้แปรรูปเพื่อการบริโภคในประเทศถึง 89.0% ของปริมาณการผลิต หรือประมาณ 50,000 ตัน ส่วนที่เหลืออีก 11.0% จะเป็นการส่งออกไปยังตลาดสำคัญในรูปของเมล็ดกาแฟ และแปรรูปเป็นกาแฟสำเร็จรูปแต่ทั้งนี้ คาดการณ์ว่า ในปี 2552 ความต้องการใช้เมล็ดกาแฟเพื่อบริโภคภายในประเทศนั้นจะมีประมาณ 68,000 ตัน ซึ่งผลผลิตที่ได้มีไม่เพียงพอกับความต้องการ (กรุงเทพธุรกิจ, 2552: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่มีประชากรที่เป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษาเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่นับได้ว่าเป็นเมืองแห่งการศึกษาของภาคเหนือ มีนักศึกษาจากทั่วประเทศหลั่งไหลเข้ามาศึกษาในสถานศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น และมีแนวโน้มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้นทุกปี (ภูมิ ภู่อภิสสิทธิ์, 2552) โดยอัตราส่วนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวน 81,323 คน รองลงมา คือปริญญาโท 10,113 คน และปริญญาเอก 959 คน ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่ามีการร้านกาแฟสดเป็นจำนวนมากในแต่ละมหาวิทยาลัย เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีร้านกาแฟสดจำนวน 33 แห่ง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลล้านนา วิทยาเขตภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ มีร้านกาแฟสดจำนวน 5 แห่ง มหาวิทยาลัยพายัพ มีร้านกาแฟสดจำนวน 3 แห่ง เป็นต้น (จากการสำรวจเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2552)

จากความต้องการเมล็ดกาแฟสดใน กาแฟสดในประเทศที่เพิ่มขึ้น และการเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านกาแฟในมหาวิทยาลัย ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีทั้งหมด 7 แห่งคือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตภาคพายัพ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และมหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่ จึงคาดว่าจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านกาแฟสดในการจัดกลยุทธ์ทางการตลาด และแก้ไขปัญหาต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่
2. เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดในการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าด้วยเงิน โดยมีสิ่งที่มีมูลค่าหรือกระทบความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค โดยสิ่งกระตุกนั้นคือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการรวม 7 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) การส่งเสริมการตลาด (promotion) บุคคล (people) กระบวนการ (process) และหลักฐานทางกายภาพ (physical evidence) จากนั้นผู้บริโภคจะเกิดกระบวนการตัดสินใจและเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคขึ้นมา ซึ่งได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (what) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (whom) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (when) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (how)

กาแฟสด หมายถึง เครื่องดื่มกาแฟที่มีกระบวนการผลิตโดยการนำเมล็ดกาแฟคั่วมาบด และชงบริการให้ลูกค้าทันที

นักศึกษาระดับปริญญาตรี หมายถึง นักศึกษาที่ศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย ภายในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 7 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาวิทยาเขตภาคพายัพ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และมหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่

หลักสูตรต่อเนื่อง 4 ปี หมายถึง หลักสูตรที่เปิดทำการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยที่เปิดรับนักศึกษาที่จบการศึกษาระดับม.6 หรือ ปวช. เพื่อศึกษาจนจบปริญญาตรีใช้เวลาศึกษา 4-6 ปี แล้วแต่ลักษณะของสาขาวิชานั้นๆ

หลักสูตรต่อยอด 2 ปี หมายถึง หลักสูตรที่เปิดทำการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยที่เปิดรับนักศึกษาที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. เพื่อศึกษาจนจบปริญญาตรีใช้เวลาศึกษา 2-3 ปี แล้วแต่ลักษณะของสาขาวิชานั้นๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved