

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

กาแฟ เป็นเครื่องดื่มยอดนิยมทั้งในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน ที่มีผู้คนทั่วโลกนิยมดื่มทั้งเป็นอาหารว่างและความชื่นชอบส่วนตัว โดยในประเทศไทยมีการพัฒนาวิธีการนำกาแฟมาผลิตเป็นเครื่องดื่มในลักษณะต่างๆ และมีรสนิยมการบริโภคกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น โอเลี้ยง กาแฟเย็น หรือกาแฟโบราณที่ใช้ถุงกาแฟซอง ในสมัยนั้นเรียกว่า สภากาแฟ (การเติบโตของธุรกิจกาแฟ, 2548: ออนไลน์) ต่อมาบริษัทยักษ์ใหญ่อย่างเนสท์เล่ มีผลิตภัณฑ์ออกมา คือ เนสกาแฟ เป็นกาแฟผงสำหรับชงดื่มเองที่บ้าน เรียกว่า กาแฟสำเร็จรูป และตามมาด้วยกาแฟพร้อมดื่มในรูปแบบกระป๋อง โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย กล่าวว่า ตลาดกาแฟพร้อมดื่มเติบโตอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 4 - 6 หรือมีมูลค่าตลาดประมาณ 10,000 ล้านบาท ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดกาแฟขยายตัว เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคที่นิยมดื่มกาแฟมีการขยายตัวในวงกว้างมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553: ออนไลน์)

กาแฟสด เป็นเครื่องดื่มกาแฟที่มีกระบวนการผลิต โดยนำเมล็ดกาแฟมาคั่วบด และชงตามความต้องการของลูกค้า และส่งมอบให้ลูกค้าได้ทันทีหลังเสร็จสิ้นการชง ในปัจจุบันมีธุรกิจร้านกาแฟสดรายใหญ่จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทย เช่น สตาร์บัคส์ สร้างความคึกคักและตื่นตัวให้กับธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นอย่างมาก คนไทยนิยมดื่มกาแฟสดมาก เพราะการดื่มกาแฟสดกลายเป็นไลฟ์สไตล์ใหม่ของคนไทย ส่งผลให้ธุรกิจกาแฟสดในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวสูง ต่างชาติทยอยกันเข้ามาลงทุนเปิดกิจการในเมืองไทย แสดงว่าตลาดของธุรกิจกาแฟสดนี้ยังมีอนาคต และได้รับการประเมินว่ายังขยายตัวต่อไปได้ โดยนายเมอร์เรย์ คาร์ลิง กรรมการผู้จัดการ สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ ไทยแลนด์ ผู้บริหารร้านสตาร์บัคส์ กล่าวว่า บริษัทให้ความสำคัญกับการทำตลาดเมืองไทยอย่างต่อเนื่อง โดยแต่ละปีมีแผนที่จะขยายสาขาใหม่เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 สาขา รองรับพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของคนไทยที่มีปริมาณการดื่มกาแฟสดเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 7 แก้วต่อสัปดาห์ เพิ่มขึ้นจากในอดีตที่ดื่มกาแฟสด 3-4 แก้วต่อสัปดาห์ โดยเป็นการดื่มกาแฟสดนอกบ้านคิดเป็นสัดส่วน 75% (สตาร์บัคส์มั่นใจ เปิดเพิ่ม 10 สาขา, 2553: ออนไลน์) นอกจากนี้ร้านกาแฟสดของคนไทยที่เป็นกาแฟพรีเมียมก็มีการขยายตัวมาก เช่น ร้านคอฟฟี่ เวิลด์ ร้านแบล็ค แคนยอน ร้านกาแฟลาวี ในเชียงใหม่ และร้านกาแฟเมซอนในปทุมธานี ปตท. เป็นต้น ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟสด มีมูลค่าตลาดประมาณ 2,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 5% ของตลาดกาแฟโดยรวมใน

ประเทศไทย ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 30,000 ล้านบาท โดยร้านกาแฟระดับกลางและต่ำ มีการเติบโตมากที่สุด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2550: ออนไลน์) ธุรกิจร้านกาแฟสามารถเติบโตได้เร็ว เพราะช่องว่างในการตลาดของธุรกิจกาแฟมีสูง เนื่องจากราคาต้นทุนของกาแฟที่ต่ำ

จังหวัดนครสวรรค์ ตั้งอยู่ระหว่างภาคกลางและภาคเหนือ จึงถือได้ว่าเป็น “ประตูสู่ภาคเหนือ” จึงเป็นจังหวัดที่มีประชาชนเดินทางผ่านเข้า-ออกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะประชาชนทางภาคเหนือที่จะเข้าไปทำงานยังกรุงเทพฯ และภูมิภาคต่างๆของประเทศ ประชากรในเขตภาคเหนือทั้งหมดมีจำนวน 10,741,305 คน (กรมการปกครอง, 2553: ออนไลน์) ทำให้มีอัตราการบริโภคกาแฟสดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการดื่มกาแฟสดกลายเป็นไลฟ์สไตล์ใหม่ของคนไทย (แนวโน้มธุรกิจปี 54, 2553: ออนไลน์) จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้มีธุรกิจร้านกาแฟเกิดขึ้นในอำเภอเมืองนครสวรรค์เป็นจำนวนมาก

เนื่องจากจังหวัดนครสวรรค์มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟเป็นจำนวนมาก จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้ทันกับการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น และความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจ ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์ เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการร้านกาแฟสดได้นำไปพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์
2. ผู้ประกอบการร้านกาแฟสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหรือวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ

กาแฟสด หมายถึง เครื่องดื่มกาแฟที่มีกระบวนการผลิตโดยนำเมล็ดกาแฟมาคั่วบด และชงทุกประเภท ตามความต้องการของลูกค้า และส่งมอบให้ลูกค้าได้ทันทีหลังเสร็จสิ้นการชง

ผู้บริโภค หมายถึง ประชากรที่บริโภคกาแฟสดที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองนครสวรรค์