

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันวัฒนธรรมการบริโภคของคนไทยในเมืองขนาดใหญ่เริ่มเปลี่ยนแปลงไปโดยมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่เป็นวัฒนธรรมของชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ในจำนวนนี้ กาแฟจัดเป็นอาหารประเภทเครื่องดื่มประเภทหนึ่งที่มีผู้นิยมบริโภคมากขึ้นเช่นกัน กาแฟ เป็นผลผลิตทางเกษตรกรรม ที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วโลกสูงที่สุดในแต่ละปีจะมีผู้บริโภคกาแฟมากกว่า 400 แสนล้านถ้วยต่อปี ก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 20 ล้านคน และมีมูลค่าการซื้อขายเป็นอันดับที่สองรองจากน้ำมัน (GMI Global Consultants Ltd., 2003: Online) ปัจจุบันวัฒนธรรมการดื่มกาแฟ โดยเฉพาะกาแฟสด (Fresh Coffee) ได้เริ่มแพร่หลายมาสู่ประเทศไทยและมีแนวโน้มว่ามูลค่าการบริโภคกาแฟของคนไทยจะมีมากขึ้น โดยมูลค่าการบริโภคเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ชา ฯลฯ ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่า 7,429 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 ซึ่งมีมูลค่าเพียง 6,494 ล้านบาท (Lodging News, 2003: Online) ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยเริ่มมีผู้นิยมปลูกเมล็ดกาแฟกันอย่างแพร่หลายในพื้นที่บริเวณภาคเหนือของประเทศไทย เช่น จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันร้านกาแฟที่ให้บริการเครื่องดื่มประเภทกาแฟสดก็เริ่มเปิดให้บริการมากขึ้นและหลากหลายประเภท ทั้งร้านประเภท แฟรนไชส์ และร้านของคนในท้องถิ่น ทั้งในกรุงเทพมหานคร และในต่างจังหวัด โดยเฉพาะเมืองขนาดใหญ่ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น โดยลักษณะของร้านกาแฟจะเป็นการให้บริการกาแฟสดที่หลากหลาย บางแห่งบริการเฉพาะกาแฟสดทั้งร้อนและเย็น และมีขนมประเภทขนมปังขนมเค้ก และคุกกี้ให้บริการร่วมด้วย แต่บางแห่งมีบริการอาหารร่วมด้วยรวมถึงการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน การอบรมพนักงานในการให้บริการที่ประทับใจผู้มาบริโภค การส่งเสริมการตลาดด้วยรูปแบบที่แปลกใหม่ การประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์ทางด้านราคาเพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ร้านกาแฟสดได้เริ่มขยายจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว โดย ปี พ.ศ. 2544 มีร้านกาแฟประเภทกาแฟสดเฉพาะที่จดทะเบียนกับสำนักพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่ 12 ร้าน (สำนักพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดเชียงใหม่, 2545) และในปี พ.ศ. 2547 ณ เดือนเมษายน มีร้านกาแฟประเภทกาแฟสดเฉพาะในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นจำนวนทั้งสิ้น 33 ร้าน แบ่ง

เป็นร้านกาแฟ 3 ประเภท ได้แก่ ร้านกาแฟที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ จำนวน 5 ร้าน ในประเทศ จำนวน 6 ร้าน และร้านกาแฟของคนในท้องถิ่น จำนวน 22 ร้าน ทำให้มีการแข่งขันในทุกด้าน ในจำนวนนี้มีร้านจำหน่ายกาแฟที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของชื่อร้านกาแฟาวี โดยใช้พันธุ์กาแฟที่ปลูกในพื้นที่คอกยาวี จังหวัดเชียงราย เป็นวัตถุดิบ ปัจจุบันมี 3 สาขา ได้แก่ สาขานนนิมมานเหมินทร์ เริ่มเปิดกิจการตั้งแต่ 3 มกราคม พ.ศ. 2543 และสาขาลอยเคราะห์ เริ่มเปิดเมื่อ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2543 และสาขาสถาบันบริการวิชาการนานาชาติ เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ได้มีการนำกลยุทธ์ที่ทันสมัยมาปรับใช้ประกอบการขายกาแฟ คือ การจัดสถานที่ส่วนหนึ่งของร้านเป็นที่นั่งพักผ่อน และมีบริการอินเทอร์เน็ตเป็นการส่งเสริมการตลาดที่มีการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ถึงแม้ร้านกาแฟาวี จะเปิดกิจการได้ไม่นาน แต่ก็พยายามใช้กลยุทธ์การตลาดต่างๆ ที่เหมาะสมเพื่อทำให้สามารถแข่งขันกับร้านกาแฟที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ เช่น สตาร์บัค ได้

จากเหตุผลสถานการณ์และแนวโน้มดังกล่าวข้างต้น จึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟาวี ในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าผู้บริโภคกาแฟ และกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป ทั้งในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมถึงผู้ที่สนใจและเกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟาวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟาวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ข้อมูลที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดและการขยายตลาดกาแฟอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจ

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกตอบสนองที่ลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านกาแฟว๊าวี

ส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการจัดการ และด้านกายภาพ

ร้านกาแฟว๊าวี หมายถึง ร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกาแฟของร้านว๊าวีทั้งสาขานิมนานเหมินทร์ สาขาออยเคาะห์ และสาขาสถาบันบริการวิชาการนานาชาติ ทั้งกาแฟสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์กาแฟในรูปแบบต่างๆ

ลูกค้า หมายถึง ประชาชนที่บริโภคกาแฟรูปแบบต่างๆ ของร้านกาแฟว๊าวี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved