

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กาแฟ เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วโลกสูงที่สุด ตลาดของกาแฟเริ่มเข้ามาสู่ประเทศไทยโดยเริ่มในลักษณะของร้านกาแฟในล็อบบี้โรงแรมหรือไม่กี่เป็นลักษณะร้านโอเลี้ยงตึกแถว ช่องทางการจัดจำหน่ายยังมีจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเล็ก ๆ ที่มีรายได้สูงหรือกลุ่มที่ได้รับการศึกษาจากต่างประเทศที่มีค่านิยมการดื่มกาแฟสดซึ่งคุ้นเคยกับรสชาติอยู่แล้ว และผู้บริโภคซึ่งเป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานหรือท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่ปัจจุบันแนวโน้มการบริโภคกาแฟสดของคนไทยจะมีมากขึ้นทำให้มีร้านเปิดให้บริการเครื่องดื่มประเภทกาแฟสดหลากหลายประเภทมากขึ้น ทั้งเป็นร้านประเภทแฟรนไชส์ ร้านของผู้ประกอบการในท้องถิ่นทั้งในกรุงเทพมหานครและในต่างจังหวัด โดยเฉพาะเมืองใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น

ลักษณะของร้านกาแฟที่เปิดให้บริการแก่ผู้บริโภคคนไทยในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบ บางแห่งให้บริการเฉพาะกาแฟสดทั้งร้อนและเย็น บางแห่งมีขนมประเภทขนมปัง ขนมเค้ก และคุกกี้ ให้บริการร่วมด้วยบางแห่งมีบริการอาหารร่วมด้วย เนื่องจากร้านกาแฟมีจำนวนมากขึ้นก่อให้เกิดการแข่งขันการให้บริการเพื่อจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการด้วยการมุ่งสร้างความแตกต่างไปจากร้านกาแฟรายอื่น ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการสร้างอารมณ์และบรรยากาศที่มีชีวิตชีวาในการดื่มกาแฟ มีการตกแต่งภายในร้านอย่างสวยงาม มีกลิ่นหอมของกาแฟคั่วบดจากเครื่องชงกาแฟภายในร้านมีเพลงฟังสบาย ๆ ให้บริการกับลูกค้ารวมถึงการให้บริการที่เป็นมืออาชีพและการนำกาแฟที่มีชื่อเสียงทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศมาปรุงให้แก่ลูกค้า มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ โฆษณาองค์กร รวมถึงการบริการของพนักงานขายในร้าน (ศุภานุชณ์ โดประเสริฐพงศ์, 2547) กลยุทธ์ดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคไปบริโภคกาแฟในร้านกาแฟเพิ่มมากขึ้น

ร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่ก็ได้ขยายจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2544 มีร้านกาแฟประเภทกาแฟสดที่จดทะเบียนกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นอีก 12 ร้าน จากเดิมมีจำนวน 11 ร้าน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2545) และในปี พ.ศ. 2546 ณ เดือนกันยายน มีร้านกาแฟประเภทกาแฟสดเฉพาะในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 29 ร้าน สามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภท คือ ร้านกาแฟแฟรนไชส์จากต่างประเทศ ได้แก่ ร้านสตาร์บัคส์ (Starbucks) ร้านกาแฟแฟรนไชส์ของประเทศไทย ได้แก่ ร้านกาแฟแบลคแคนยอน (Black Canyon) และบ้านไร่กาแฟ เป็นต้น และร้านกาแฟของคนท้องถิ่น ได้แก่ ร้านกาแฟวาวิ ร้านกาแฟ

คอกข้าง แสบปี่ฮั๊ต เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมาจำนวนร้านกาแฟในจังหวัด เชียงใหม่เพิ่มขึ้นและอาจมีแนวโน้มมีการเปิดร้านกาแฟขึ้นอีกตามจำนวนประชากรของประชาชน ในเขตเมืองเชียงใหม่ที่เพิ่มอยู่ตลอดเวลา

จากสถานการณ์การมีร้านกาแฟในจังหวัดเชียงใหม่จำนวนมากจนเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น ตามไปด้วย โดยเฉพาะร้านกาแฟแสบปี่ฮั๊ต ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนนิมมานเหมินท์ ซึ่งเปิดให้บริการแก่ ลูกค้าทั่วไปมาแล้วประมาณ 5 ปี และบริเวณไม่ไกลกันมีร้านกาแฟอื่นๆ เปิดให้บริการแต่ก็ไม่ทำให้ ลูกค้าของร้านแสบปี่ฮั๊ตลดน้อยลง จากการสำรวจเบื้องต้นกาแฟร้านนี้เน้นการให้บริการแก่นักศึกษา จึงกำหนดราคาที่เหมาะสม ตลอดจนการสร้างบรรยากาศการให้บริการที่มุ่งเน้นการให้บริการแบบ เพื่อนกับเพื่อน แต่ลูกค้าที่มาใช้บริการก็พบว่ามีความหลากหลายกลุ่มไม่ใช่เฉพาะกับนักศึกษาเท่านั้นทำ ให้ผู้ศึกษามีความสงสัยว่าลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟแสบปี่ฮั๊ตนั้นพึงพอใจการให้บริการ ะไรบ้าง และพบปัญหาจากการใช้บริการหรือไม่ จึงสนใจทำการศึกษากับลูกค้าที่มาใช้บริการ ร้านกาแฟแสบปี่ฮั๊ต ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาหรือปรับปรุงการ ให้บริการของร้านกาแฟซึ่งเปิดแข่งขันกันทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ หรือจัดการกลยุทธ์การตลาดให้ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการร้านกาแฟแสบปี่ฮั๊ต

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ทราบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการร้านกาแฟแสบปี่ฮั๊ต และช่วยให้ ผู้ประกอบการร้านกาแฟแสบปี่ฮั๊ต ตลอดจนร้านกาแฟอื่นที่มีลักษณะคล้ายกันสามารถนำไปปรับ กลยุทธ์การให้บริการที่เหมาะสมและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเพิ่มขึ้น

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกสมหวังหรือได้รับผลตอบแทนจากการใช้บริการเมื่อ เทียบกับความคาดหวังที่ได้กำหนดไว้เบื้องต้นของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟแสบปี่ฮั๊ต

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่ายบริการ (Place) การสื่อสารการตลาดบริการ (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

กาเฟสด หมายถึง เครื่องดื่มกาแฟที่มีกระบวนการผลิตโดยนำเมล็ดกาแฟมาคั่ว บด และ
ชงทุกประเภท ตามความต้องการของลูกค้า และส่งมอบให้ลูกค้าได้ทันทีหลังเสร็จสิ้นการชง

ร้านกาแฟ หมายถึง ร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกาแฟสดเป็นหลัก ทั้งกาแฟสำเร็จรูป
และแปรรูปในรูปแบบต่างๆ ในที่นี้หมายถึงร้านกาแฟแฮปปี้ฮัท

ลูกค้า หมายถึง ประชาชนที่มาใช้บริการร้านกาแฟแฮปปี้ฮัท



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved