

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ด้วยภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้การดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป มีผลกระทบในทุกๆด้านของสังคมปัจจุบัน และมีผลทำให้สังคมการบริโภคและพฤติกรรมกรบริโภคของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปด้วย ร้านกาแฟสดริมทางจึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบในรสชาติและกลิ่นของกาแฟสด เมื่อทุกครั้งที่มีการบดและชง บางครั้งบรรยากาศภายในร้านกาแฟสดก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้ที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจเข้ามาหาหมอบสงบเพื่อทำธุรกิจส่วนตัว โดยไม่มีการจำกัดเวลาจะนั่งนานเท่าไรก็ได้ และในเวลาที่ต้องการใช้บริการเครื่องดื่มและของว่างที่รวดเร็ว ร้านกาแฟสดก็สามารถให้บริการได้ทันที ธุรกิจร้านกาแฟ จึงมีอัตราการเติบโตรวดเร็วอย่างเห็นได้ชัด เนื่องมาจากธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ ทำให้วงการธุรกิจร้านกาแฟตื่นตัวเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกัน กระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลง จากเดิมคนไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันคนไทยได้หันมานิยมบริโภคกาแฟคั่วบด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553: ออนไลน์)

ภาวะการแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟสด ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากทั้งในด้านตัวสินค้าและบริการ มีความพิถีพิถันมากขึ้นในเรื่องกรรมวิธีการชงกาแฟให้ได้มาตรฐาน เนื่องจากกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและได้เข้ามามีบทบาทในทุกกลุ่มผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนวัยทำงาน ที่มีความนิยมในการดื่มกาแฟกันมากขึ้น จึงทำให้ธุรกิจร้านกาแฟมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา และมีการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นร้านกาแฟแต่ละร้านต่างนำเสนอจุดขายที่สร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้าไปใช้บริการภายในร้านให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการคัดสรรในตัวผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพ มีชนิดของกาแฟให้เลือกมากมาย ตลอดจนอุปกรณ์การชงกาแฟและแก้วกาแฟที่มีสัญลักษณ์ของร้านเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคที่เน้นตราหือของร้าน และพนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ความชำนาญได้รับการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี พร้อมทั้งจะให้คำแนะนำสินค้าและบริการกับลูกค้า เพื่อที่จะเป็นตัวกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคอันมีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ ในด้านราคา การตั้งราคาจะไม่แตกต่างจากคู่แข่งมากนัก ในด้านการบริการก็ถือเป็นหัวใจสำคัญของร้านกาแฟ หรือแม้กระทั่งช่องทางการ

จัดจำหน่ายก็ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน นอกจากนี้การตกแต่งร้านก็แบบง่ายๆ เช่น เป็นบุชเล็กๆ ในห้างสรรพสินค้า หรือในอาคารที่เป็นสถานที่ทำงาน หรือเป็นบริเวณเดียวกันกับสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งร้านกาแฟที่เปิดให้บริการบริเวณเดียวกันกับปั้มน้ำมันจะทำเป็นบ้านหลังเล็กๆ แต่จะเน้นในการตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย มีโต๊ะเก้าอี้ให้นั่งพักผ่อน ภายในร้านมีการขายกาแฟคั่วบดของร้านเอง ธุรกิจร้านกาแฟเป็นตลาดที่ยังมีนักลงทุนต้องการมาลงทุนกันมาก เนื่องจากเห็นโอกาสในการสร้างผลตอบแทนที่ดีได้ แต่การที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าไปทำการแข่งขันในตลาดจำเป็นต้องศึกษาสภาพการแข่งขันของตลาดให้ดีเสียก่อน (ฐานเศรษฐกิจ, 2553 : ออนไลน์)

ร้านกาแฟคาเฟ่เมซอน (Café Amazon) เป็นร้านกาแฟสดที่เปิดให้บริการร่วมกับสถานีบริการน้ำมัน ปตท. โดยเริ่มเปิดจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ตั้งแต่ปี 2545 ซึ่งบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ให้เปิดดำเนินธุรกิจร่วมกับสถานีบริการน้ำมันปตท. เนื่องจากเป็นธุรกิจค้าปลีกที่เพิ่มรายได้ให้กับผู้แทนจำหน่าย และสร้างความสมบูรณ์ให้กับสถานีบริการน้ำมันมากขึ้น และเพื่อเป็นจุดแวะพักระหว่างการเดินทาง โดยให้บริการเครื่องดื่มกาแฟ และเครื่องดื่มอื่นๆ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นที่จะพัฒนาร้านกาแฟเมซอนให้เป็นมาตรฐานทั้งด้านคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะเป็นร้านกาแฟในระดับ Premium ในประเทศไทย ซึ่งร้านกาแฟเมซอนถือเป็นแบรนด์หนึ่งที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545-2547 เป็นช่วงที่สามารถสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ในปี พ.ศ.2547-2550 เป็นช่วงที่ร้านกาแฟเมซอนปรับปรุงภาพลักษณ์ใหม่ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น และขยายสาขาเพิ่มขึ้น โดยมีทั้งหมด 414 สาขา ซึ่งถือว่าเป็นร้านกาแฟที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในประเทศไทย โดยมีสาขาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลมากที่สุด จำนวน 64 สาขา (กรุงเทพธุรกิจ, 2553: ออนไลน์) โดยส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟยังไม่ชัดเจนนัก เนื่องจากผู้ประกอบการในตลาดมีอยู่หลายกลุ่ม ทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการดำเนินธุรกิจก็มีรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามคุณภาพและราคาสินค้า และร้านกาแฟในสถานีบริการน้ำมันจะมีรายได้อยู่ประมาณวันละ 3,000-6,000 บาท หรือมีกำไรประมาณวันละ 1,000 บาท (ปีทมา นาคสุวรรณ, 2553: สัมภาษณ์) ซึ่งบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีแผนจะขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีก 160 สาขา คิดเป็น 40 % ภายในปี 2553 ซึ่งเป็นการตั้งเป้าหมายที่ท้าทายในปัจจุบันที่ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ ก็มีร้านกาแฟให้บริการเช่นกัน โดยคู่แข่งกันอย่างเช่น สถานีบริการน้ำมันบางจากได้เปิดร้านอินทนิล จากเดิมที่มีเพียง 100 แห่ง และคาดว่าในปี 2554 จะขยายเพิ่มเป็น 130-150 แห่ง (ประชาชาติธุรกิจ, 2553: ออนไลน์) และร้านอรบิก้าเป็นแบรนด์ที่มีการขยายสาขาในทำเลสถานีบริการน้ำมันเป็นหลัก เหมือนกัน โดยปัจจุบันเปิดให้บริการมากกว่า 90

สาขาในสถานีสาน้ำมันต่างๆ เช่น ปิโตรนาส 25 แห่ง คาลเท็กซ์ 20 แห่ง เอสโซ่ 10 แห่ง และในปี 2553 ก็มีแผนที่จะขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีก 40 แห่ง (บ้านเมือง, 2552: ออนไลน์) ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งทางการค้าที่มีอิทธิพลและอาจเป็นอุปสรรคในการขยายสาขาที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ โดยร้านกาแฟเฟอเมซอนมีอัตราการเติบโตของยอดขายในปี 2552 เท่ากับ 25% ซึ่งแนวโน้มตลาดเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งการตลาดของกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มที่มียอดขายในปี 2553 ประมาณร้อยละ 4-6 หรือมีมูลค่าตลาดประมาณ 10,000 ล้านบาท ตลาดกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากการฟื้นตัวของภาวะทางเศรษฐกิจ การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้นรวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่นิยมดื่มกาแฟมีการขยายตัวในวงกว้างมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553: ออนไลน์) โดยกาแฟเฟอเมซอนจัดอยู่ในกลุ่ม B+ ของตลาด ซึ่งใกล้เคียงกับกาแฟในกลุ่ม A อย่างร้านกาแฟแบล็คแคนยอน โดยคาดว่าตลอดทั้งปี 2553 ร้านกาแฟเฟอเมซอนจะทำรายได้ใกล้เคียงหรือมากกว่าที่ผ่านมาได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2553: ออนไลน์)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกาแฟสดของลูกค้าร้านกาแฟเฟอเมซอน ที่สถานีสาน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการและผู้สนใจในธุรกิจร้านกาแฟในสถานีสาน้ำมันซึ่งปัจจุบันนั้นถือเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตและมีรายได้ที่น่าสนใจมากธุรกิจหนึ่ง เพราะตลาดรวมยังขยายตัวได้อีกมาก ขณะที่ต้นทุนและค่าใช้จ่ายหมุนเวียนในแต่ละวันไม่สูงมากนัก เนื่องจากใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากภายในประเทศเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดที่ร้านกาแฟเฟอเมซอน ณ สถานีสาน้ำมัน ปตท.

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดที่ร้านกาแฟเฟอเมซอน ณ สถานีสาน้ำมัน ปตท.
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการและผู้สนใจที่จะลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดที่ร้านกาแฟเมซอน ณ สถานีบริการน้ำมัน ปตท. ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

กาแฟสด หมายถึง เครื่องดื่มกาแฟที่มีกระบวนการผลิตโดยการนำเมล็ดกาแฟมาคั่วจนได้ที่เมื่อลูกค้าสั่งก็จะบดและชงบริการให้กับลูกค้าในทันที อาจเป็นการบริการในแบบร้อนและเย็น แต่ไม่รวมถึงกาแฟโบราณ กาแฟที่อยู่ในรูปของกาแฟพร้อมดื่มบรรจุในภาชนะปิดสนิท กาแฟผงชงละลาย กาแฟผงปรุงพร้อมชง (ทรีอินวัน) และกาแฟสดบรรจุขวด

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟเมซอน ที่สถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ร้านกาแฟเมซอน หมายถึง ร้านที่จำหน่ายเครื่องดื่ม ประเภท กาแฟ ชา โกโก้ นม และน้ำผลไม้ หรืออาจจะจำหน่ายอาหารว่างด้วย เช่น เค้ก แซนวิช วาฟเฟิล เป็นต้น โดยมีกาแฟเป็นผลิตภัณฑ์หลัก และใช้กาแฟสดมาคั่วบดเป็นวัตถุดิบเท่านั้น และตั้งอยู่ในสถานีบริการน้ำมันปตท.