

หัวข้อภาคนิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อกาแฟสดจากร้านกาแฟสด ในเขตบางกอกน้อย จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา	นาย ประวิณ แสงศรีธัญญ์
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผ.ศ. ฤทธิชัย มีนะพันธ์
ปีที่สำเร็จการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีร้านกาแฟสดเปิดใหม่มากมาย เพราะกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภค มีตั้งแต่ร้านกาแฟเล็กๆ ในย่านชุมชน ไปจนถึงร้านกาแฟใหญ่ที่ขายภาพลักษณ์และความสุนทรีย์ในการดื่มเป็นหลัก รูปแบบการแข่งขันในธุรกิจกาแฟสดเปลี่ยนแปลงไปมาก ทั้งในด้านสินค้าและบริการเช่น มีความพิถีพิถันในเรื่องกรรมวิธีในการชงกาแฟให้ได้มาตรฐาน มีเครื่องดื่มชาและเครื่องดื่มอื่นๆ ให้เลือกมากมาย มีเครื่องดื่มกาแฟคั่วบดทั้งร้อนและเย็นหลายแบบเป็นจุดขาย มีอาหารว่างไว้รับประทานคู่กับกาแฟ ได้แก่ ขนมปัง ขนมเค้ก คุกกี้ หรือแซนวิช ไว้บริการด้วย การตกแต่งร้านแบบง่าย ๆ เช่น ในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า จะตกแต่งร้านเป็นบูธเล็กๆ ส่วนในสถานีบริการน้ำมัน จะทำเป็นบ้านหลังเล็กๆ แต่เน้นการตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวภายในร้านมีการขายกาแฟคั่วบดของร้านเอง สำหรับพนักงานชงกาแฟและพนักงานบริการก็จะมีความรู้ความชำนาญ ได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี พร้อมทั้งจะให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น แนะนำลูกค้าว่ามีเครื่องดื่มชนิดใดรสชาติแบบไหนบ้าง และให้บริการที่ประทับใจแก่ลูกค้าเสมอ

โดยการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นการศึกษาเฉพาะในเขตบางกอกน้อย จังหวัดกรุงเทพมหานคร เท่านั้น เนื่องจากเป็นเขตที่อยู่อาศัยของผู้ทำการศึกษา และมีความคิดที่จะสนใจในธุรกิจนี้ อีกทั้งในเขตบางกอกน้อยเอง ธุรกิจร้านกาแฟสดยังไม่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากนัก มีจำนวนผู้ดำเนินธุรกิจน้อยราย เป็นแหล่งชุมชนที่มีนักธุรกิจ พนักงาน และนักเรียนนักศึกษา พักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นตลาดกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านกาแฟสดด้วย

การศึกษาดังนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทั่วไปของธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตบางกอกน้อย จังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) พฤติกรรมการดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสด 3) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสด

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตบางกอกน้อย จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คน โดยการใช้แบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลที่

ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมุติฐานด้วยค่าสถิติ Chi – Square เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสด ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างมาใช้บริการร้านกาแฟสดวันละครั้ง ในวันและช่วงเวลาที่ไม่นาน โดยชอบดื่มกาแฟเย็นมากที่สุด เครื่องดื่มอื่นที่ควรพิจารณาในร้าน คือ น้ำผลไม้ ราคาต่อแก้วที่ผู้บริโภคเห็นว่าเหมาะสมคือ 25-29 บาท คนส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านกาแฟสดที่มีลักษณะเป็นบ้านหลังเล็กๆ หรือไม่ก็ในศูนย์การค้า โดยตั้งใจมาดื่มกาแฟ เพราะชอบที่รสชาติของกาแฟ/ความหอมของกาแฟ ปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ เรื่องของรสชาติและความหอมของกาแฟ รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย คือ การรักษาความสะอาดของร้านกาแฟรวมถึงอุปกรณ์การชงกาแฟด้วย อันดับสาม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความหลากหลายของเมนู อันดับสี่ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา คือ มีราคาต่อแก้วที่เหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป จึงเสนอแนะให้ผู้ประกอบการรักษาความสะอาดและรสชาติของกาแฟให้ดีคงที่ในราคาที่เหมาะสม

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสด โดยพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ดื่มกาแฟสดวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละมากที่สุด

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสดในจำนวนวันที่ดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสด พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับวันที่ดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสด โดยพบว่าส่วนใหญ่ในช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ดื่มกาแฟจากร้านกาแฟสดในทุกวัน คิดเป็นร้อยละมากที่สุด

จากความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจจะสรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหลักจะอยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ อายุ 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะมีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้บริโภคกาแฟสดในทุกๆวัน ดังนั้นผู้ประกอบการร้านกาแฟสดควรจะมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี อีกทั้งเพื่อสามารถแข่งขันกับธุรกิจร้านกาแฟสดรายอื่นๆได้