

# พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟสตาร์บัคส์ สาขาฟอร์โต้ ชีโน



มูลค่าตลาดร้านกาแฟสดของไทยมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



พฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป เป็นการแสดงถึงรสนิยม และเพื่อความผ่อนคลาย



ต่างชาติมองว่าแนวโน้มการดื่มกาแฟของคนไทยยังสามารถเติบโตได้อีก จึงมีการหลายแบรนด์เข้ามาลงทุนในไทย รวมถึงสตาร์บัคส์



เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เข้ารับบริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ สาขาฟอร์โต้ ชีโน



## ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ศึกษาถึงความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ หากมีรายได้เพิ่มมากขึ้น การบริโภคจะเพิ่มมากขึ้น อรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้าหรือบริการจะเพิ่มขึ้นเรียกว่าอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Marginal Utility)

## ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 7P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ



## METHOD



ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 36 ปี สถานภาพโสด จบปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้มากกว่า 45,000 บาท



เก็บแบบสอบถาม 400 คน



นำข้อมูลมาหาค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



หาค่า T-test และ F-test เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เข้ารับบริการกับลักษณะประชากรศาสตร์



ด้านพฤติกรรม เพศหญิงชอบดื่มกรีนทีครีม แฟรบปูชิโนมากที่สุด ส่วนเพศชายชอบดื่มคาเฟ่ อเมริกาโน่ มากที่สุด เพศหญิงและเพศชายอยากลองแมงโก้ แพชชั่น ฟรุต แฟรบปูชิโนมากที่สุดเหมือนกัน ส่วนใหญ่ดื่มเฉลี่ยวันละ 1 แก้ว โดยเพศหญิงมีสัดส่วนดื่มวันละ 1 แก้วมากกว่าเพศชาย เพศชายมีสัดส่วนดื่มวันละ 2 แก้วมากกว่าเพศหญิง ด้านความพึงพอใจ เพศหญิงมีความพึงพอใจจากการใช้บริการมากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านอาชีพ พบว่า อาชีพรับจ้างอิสระมีความพึงพอใจน้อยกว่าอาชีพต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่แตกต่างกันกับอาชีพอื่นๆ ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอื่นๆ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากแนวโน้มการดื่มกาแฟที่เพิ่มมากขึ้นของคนไทย ส่งผลให้ตลาดกาแฟเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการที่จะเข้ามาลงทุน หากผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมแบบไหนก็จะสามารถช่วยตอบสนองต่อความต้องการให้กับผู้บริโภคได้อย่างเช่นในงานวิจัยนี้ พบว่า เพศชายชอบดื่มกาแฟ เพศหญิงชอบดื่มชา หรือเครื่องดื่มอย่างน้ำผลไม้ปั่นเป็นที่สนใจสำหรับคนยุคปัจจุบันที่หันมาใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น ถ้าผู้ประกอบการมีการปรับตัวก็จะสามารถเพิ่มยอดขายให้กับร้านได้