

บทคัดย่อ

แนวโน้มการดื่มกาแฟของคนไทยในปัจจุบันมีการเพิ่มมากขึ้นในทุกปี หากเปรียบเทียบปริมาณการดื่มกาแฟของคนไทยกับประเทศอื่นในเอเชียอย่างญี่ปุ่นถือยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ซึ่งจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2556) เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยในปี 2545 พบว่าอัตราการดื่มกาแฟของคนไทยเฉลี่ยอยู่ที่ 200 แก้ว/คน/ปี ดังนั้นตลาดกาแฟของประเทศไทยยังมีโอกาสในการเติบโตได้อีกมาก ประเทศไทยจึงเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับแบรนด์ต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ โดยหนึ่งในนั้น คือ สตาร์บัคส์ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในทุกปี

จึงเป็นที่มาของงานวิจัยที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟสตาร์บัคส์ สาขาพอร์โต้ ชิโน้ ว่ามีปัจจัยด้านไหนที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เพื่อจะได้พัฒนาให้ตอบสนองต่อความต้องการได้ โดยงานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้บริการจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 36.11 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/ข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท

พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ สาขาพอร์โต้ ชิโน้ พบว่า มีเหตุผลในการเข้าใช้บริการ 3 ลำดับแรก คือ ชอบรสชาติกาแฟ ตราสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และที่ตั้งร้านสามารถหาได้ง่าย ตามลำดับ บริโภคกาแฟหรือเครื่องดื่มประเภทอื่นของสตาร์บัคส์เฉลี่ยวันละ 1 แก้ว ใช้บริการสาขานี้น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการบ่อยที่สุดช่วง 9.00-12.00 น. ระยะเวลาการใช้บริการแต่ละครั้งในร้านกาแฟไม่ถึง 1 ชั่วโมง ด้านลักษณะการใช้บริการจะบริโภคที่ร้าน นิยมมาใช้บริการคนเดียว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 100-200 บาท เครื่องดื่มที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ กาแฟอเมริกาโน่ กรีนทีครีม แฟรบปูชิโน่ และไอซ์กาแฟอเมริกาโน่ ตามลำดับ เครื่องดื่มที่ผู้บริโภคอยากลองซื้อมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ แมงโก้ แพชชั่น ฟรุต แฟรบปูชิโน่ ราสเบอร์รี่ แบล็คเคอแรนท์ แฟรบปูชิโน่ และคาราเมลครีม แฟรบปูชิโน่ ตามลำดับ โดยเพศชายซื้อกาแฟอเมริกาโน่ และไอซ์กาแฟอเมริกาโน่เป็นประจำมากกว่าเพศหญิง เพศหญิงซื้อกรีนทีครีม แฟรบปูชิโน่เป็นประจำมากกว่าเพศชาย อาชีพพนักงานบริษัท/ข้าราชการ และธุรกิจส่วนตัวซื้อกาแฟอเมริกาโน่ และไอซ์กาแฟอเมริกาโน่เป็นประจำสัดส่วนใกล้เคียงกัน อาชีพพนักงานบริษัท/ข้าราชการซื้อกรีนทีครีม แฟรบปูชิโน่เป็นประจำมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว ประเภทเครื่องดื่มที่อยากลองซื้อแบ่งตามเพศชายกับเพศหญิง และอาชีพพนักงานบริษัท/ข้าราชการกับอาชีพธุรกิจส่วนตัวอยากลองเครื่องดื่มในเชิงสุขภาพอย่างน้ำผลไม้ปั่น

ระดับความเห็นด้วยในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค 3 ลำดับแรก พบว่า ตรายี่ห้อได้รับความรู้จักอย่างแพร่หลาย สถานที่ตั้งสะดวกต่อการไปใช้บริการมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ มี

ป้ายหน้าร้านเห็นเด่นชัด และพนักงานใช้คำพูดสุภาพกับลูกค้า ถัดมา คือ พนักงานมีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ดี ส่วนระดับความเห็นด้วยที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 ลำดับสุดท้าย คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างทั่วถึง ถัดมา คือ ราคาของกาแฟมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และถัดมา คือ ราคาของกาแฟเหมาะสมกับปริมาณ

ด้านข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่า มีความพึงพอใจเฉลี่ย 4.21 คะแนน จัดอยู่ในระดับความพึงพอใจระดับมากที่สุด โดยปัจจัยประชากรศาสตร์ทางด้านเพศ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ สาขาพอร์โต้ ซิโน ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ทางด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ สาขาพอร์โต้ ซิโน

คำสำคัญ : ร้านกาแฟสตาร์บัคส์, พฤติกรรมผู้บริโภค, ความพึงพอใจ