

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับร้านกาแฟสดขนาดเล็กบริเวณสถาบันอุดมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ โดยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย who, what, why, who, when, where? และ how? และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด โดยทำการศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายอย่างเจาะจง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคกาแฟสด จำนวน 403 ราย และกลุ่มผู้ประกอบการร้านกาแฟสดขนาดเล็กบริเวณสถาบันอุดมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ 15 ราย รวมประชากรที่ทำการศึกษาทั้งหมด 418 ราย ผลการศึกษา พบว่า

#### 5.1 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคบริเวณสถาบันอุดมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาส่วนมากเป็นเพศหญิง กลุ่มนักศึกษาส่วนมากมีอายุระหว่าง 19-22 ปี ระดับการศึกษา กำลังศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรืออนุปริญญาและปริญญาตรี ผู้บริโภคสัดส่วนที่สูงที่สุดมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,00 บาท

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคกาแฟสดที่เป็นบุคลากร ส่วนมากเป็นเพศชาย บุคลากรสัดส่วนที่สูงที่สุดมีอายุอยู่ระหว่าง 23-26 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ผู้บริโภคสัดส่วนที่สูงที่สุดมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสด

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาและบุคลากร ร้านกาแฟที่ผู้บริโภคได้ไปใช้บริการมากที่สุด คือ ร้านกาแฟวาวิ และร้านแบล็คแคนยอน ไปใช้บริการร้านกาแฟ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการ เป็นช่วง 07.00 – 20.00 น. ซึ่งไปใช้บริการวันจันทร์และวันศุกร์ เป็นส่วนมาก ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในร้านต่อครั้งไม่เกิน 50 บาทต่อครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อดื่มกาแฟ ทานของว่าง พักผ่อนหย่อนใจรวมไปถึงการพูดคุยและพบปะเพื่อนฝูง ซึ่งสามารถแยกพฤติกรรมการบริโภคออกเป็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์ร้านกาแฟสด

ผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาและบุคลากรส่วนมาก ชอบลักษณะกาแฟสดใส่ช็อคโกแลตหรือน้ำเชื่อมและกาแฟสดใส่ครีมหรือนม ชนิดกาแฟที่ชื่นชอบคือ คาปูชิโน่และลาเต้ ซึ่งในการไปใช้บริการร้านกาแฟผู้บริโภคส่วนมากไปใช้บริการร้านกาแฟจะเลือกซื้อ กาแฟ ชนิดเย็น มีรสชาติกลมกล่อมและเข้มข้น และชื่นชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ รูปแบบแก้วพลาสติกใส มีสติ๊กเกอร์ร้านติด มีฝาปิด เพื่อป้องกันการหกและสิ่งสกปรก และขนาดบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสนใจคือ ขนาดกลาง (16 ออนซ์)

### ด้านราคาร้านกาแฟสด

ผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาและบุคลากร คิดว่าราคากาแฟสดขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ที่ซื้อในปัจจุบันมีราคาพอดี ซึ่งราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย กาแฟสดร้อนและเย็นขนาดเล็ก 10-20 บาท กาแฟสดร้อนและเย็นขนาดกลาง 21-30 บาท และกาแฟสดร้อนและเย็นขนาดใหญ่ 21-30 บาท ในส่วนการให้บริการทางด้านราคา ผู้บริโภคอยากให้มีลักษณะเป็นแบบป้ายติดไว้บอกราคาชัดเจนเพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายร้านกาแฟสด

ผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาและบุคลากรส่วนมากชอบร้านแบบธรรมชาติ มีลักษณะบริเวณร้านที่สะอาดและรื่นรมย์และลักษณะมีส่วนเล็กๆใต้หลังคาเปิดโล่ง มีที่จอดรถ สะดวกในการเดินทางและเปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด

### ด้านส่งเสริมการตลาดร้านกาแฟสด

ผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาและบุคลากรส่วนมาก รู้จักร้านกาแฟจากเพื่อนและป้ายหน้าร้านที่ชัดเจน น่าสนใจดึงดูดให้มาใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนมากชื่นชอบการส่งเสริมการตลาดด้านโปรโมชั่นลดราคา และผู้บริโภคมีส่วนที่สูงที่สุดชื่นชอบการให้บริการเมื่อสั่งกาแฟครั้งละหลายๆมีบริการส่งฟรีและสามารถโทรสั่งล่วงหน้าได้

### ด้านบุคลากรร้านกาแฟสด

ผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาและบุคลากร ให้ความคิดเห็นว่าพนักงานที่ให้บริการเป็นเพศใดก็ได้ เพราะไม่ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับเพศ แต่ผู้บริโภคจะคำนึงถึงการให้บริการของพนักงาน ซึ่ง

ผู้บริโภคพอใจที่พนักงานมีมารยาท สุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองและยิ้มแย้มเสมอ ในส่วนลักษณะการแต่งกายของพนักงานผู้บริโภคส่วนมากชื่นชอบยูนิฟอร์มที่เป็นของร้าน แบบสุภาพ และในการให้บริการการส่งสินค้าจากพนักงานผู้บริโภคไม่ต้องการให้มีพนักงานคอยแนะนำสินค้าเมื่อต้องการจะเรียกพนักงานมารับการส่งสินค้าเอง

#### กระบวนการให้บริการร้านกาแฟสด

ผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษา ชื่นชอบการกล่าวต้อนรับก่อนเข้าร้าน เพราะรู้สึกเป็นกันเองได้รับการต้อนรับที่ดี และรู้สึกว่าได้ได้รับความสนใจและใส่ใจ ผู้บริโภคบางส่วนสนใจในการแนะนำตัวผลิตภัณฑ์ เพราะอยากรู้จักคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในส่วนความรวดเร็วในการส่งสินค้าและระยะเวลาที่ได้รับสินค้าส่วนมาก มีระยะเวลา 5 นาที และส่วนใหญ่ผู้บริโภคต้องการให้มีนิตยสารเกี่ยวกับ ดารา บันเทิง แฟชั่น และเกี่ยวกับกาแฟ

#### ลักษณะทางกายภาพของร้านกาแฟสด

ผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษา ชื่นชอบบรรยากาศร้านกาแฟสดแบบเปิดเพลงเบาๆและแบบมีกลิ่นหอมกาแฟตลอดเวลารวมเพลงคลอเบาๆ มีความสว่างภายในร้านไม่มากนัก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาดของอุปกรณ์ต่างๆ ความสะอาดภายในร้านและมีโต๊ะ-เก้าอี้ที่เพียงพอให้บริการ ในส่วนโต๊ะ - เก้าอี้ร้านกาแฟ ผู้บริโภคชื่นชอบลักษณะเก้าอี้ไม้ไม่มีล้อเลื่อน มีพนักพิงและโต๊ะไม้แบบวงกลม ผู้บริโภคต้องการให้มีผ้าปูโต๊ะ เพราะทำให้ดูสะอาดเรียบร้อยสวยงามน่าใช้บริการและยังป้องกันกาแฟหกใส่โต๊ะ ผู้บริโภคส่วนมากอยากให้มีบริการ wireless ให้บริการสำหรับอินเทอร์เน็ตและมุมสำหรับอ่านหนังสือ

#### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสด

จากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดขนาดเล็กสามารถแบ่งเป็น 7 กลุ่ม โดยพิจารณาจากค่าระดับคะแนนความสำคัญของแต่ละปัจจัย พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับรสชาติของกาแฟมากที่สุด รองลงมา คือ ความสดแลสะอาดของผลิตภัณฑ์ในร้าน และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในร้านตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาต่อผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน และมีราคาให้เลือกได้ตามขนาดตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งของร้านไปมาสะดวกและเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือ มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ และระยะเวลาเปิด-ปิดให้บริการเหมาะสม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการให้โปรโมชั่น เช่น ซื้อ 2 แถม 1 มากที่สุด รองลงมา คือ การเพิ่มปริมาณกาแฟมากขึ้นแต่ราคาเท่าเดิม และการให้ส่วนลดในเทศกาลต่างๆ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านมารยาทและมนุษยสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น และการเอาใจใส่ดูแลลูกค้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการให้บริการที่เป็นกันเองมากที่สุด รองลงมา คือ การได้รับการให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง และการชำระเงินตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านความสะอาดของร้านและอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด รองลงมา คือ บรรยากาศภายในร้านเป็นกันเอง และการมีที่นั่งสะดวกสบาย ตามลำดับ

## 5.2 ลักษณะและกลยุทธ์การประกอบการของผู้ประกอบการร้านกาแฟสดขนาดเล็กบริเวณสถาบันอุดมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสดขนาดเล็กส่วนมากเป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-35 ปี ซึ่งประกอบอาชีพหลัก คือร้านกาแฟเป็นหลัก มีรายโดยรวมได้เฉลี่ย 25,001 – 35,000 บาทต่อเดือน มีต้นทุนในการลงทุน 100,000 -200,000 บาท ส่วนมากมีระดับการศึกษาปริญญาตรี และร้านกาแฟสดมีส่วนที่สูงที่สุดของขนาดร้าน คือมีพื้นที่ต่ำกว่า 30 ตารางเมตร สามารถรองรับลูกค้าได้ 10 –

20 คน ซึ่งในการประกอบกิจการร้านกาแฟสดของผู้ประกอบการควรคำนึงถึงปัจจัยด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์ร้านกาแฟสด

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ส่วนมากมีผลิตภัณฑ์ในร้านกาแฟสด คือ กาแฟเป็นหลัก รองลงมา มีเครื่องดื่มอื่นๆ ขนมเค้ก คุกกี้ และอาหารว่างไว้บริการผู้บริโภค และชนิดกาแฟที่ขายดีที่สุดภายในร้าน คือ เอสเพรสโซ่ ซึ่งบรรรจุภัณฑ์ร้านกาแฟสดขนาดเล็กส่วนมากเป็นแบบแก้วกระดาษ มีลวดลาย และร้านกาแฟสดส่วนมากมีขนาดบรรจุภัณฑ์ 3 ขนาด คือ แก้วขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่

#### ด้านราคาร้านกาแฟสด

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด มีการตั้งราคากาแฟสดร้อนและเย็น ตามราคาท้องตลาดหรือตามชนิดของกาแฟและต้นทุนของวัตถุดิบ ซึ่งราคากาแฟสดร้อนและเย็นต่อแก้วอยู่ที่ แก้วขนาดเล็ก 20 บาทต่อแก้ว ขนาดกลาง 25 บาทต่อแก้ว และขนาดใหญ่ 37 บาทต่อแก้ว รูปแบบเมนูราคาของร้านเป็นแบบป้ายติดไว้บอกราคาชัดเจน และยอดขายกาแฟสดของผู้ประกอบการในปัจจุบันมียอดขาย 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งช่วงยอดขายกาแฟสดอยู่ในช่วงกำลังเติบโต และร้านกาแฟขนาดเล็กยังได้เปรียบคู่แข่งในด้านราคากาแฟที่ถูกลง

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายร้านกาแฟสด

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ร้านกาแฟส่วนมากมีรูปแบบร้านกาแฟสดเป็นแบบร้านทันสมัย มีบริเวณที่นั่งทั้งในและนอกร้าน ซึ่งร้านอยู่ในแหล่งชุมชน มีที่จอดรถสะดวก เปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด และร้านกาแฟขนาดเล็กยังได้เปรียบคู่แข่งในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

#### ด้านส่งเสริมการตลาดของกาแฟสด

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ส่วนมากมีการประชาสัมพันธ์ด้านสื่อ คือ ป้ายหน้าร้าน ทางร้านมีรูปแบบการส่งเสริมการตลาดคือ โปรโมชันการแลก เช่น การสะสมแต้มให้ครบตามจำนวนที่กำหนดสามารถแลกของจากทางร้านได้ และโปรโมชันการแถม เช่น ซื้อ 5 แก้วแถม 1 แก้ว ในส่วนการให้บริการด้านการส่งเสริมทางการตลาดของทางร้าน มีบริการให้ลูกค้าโทรศัพท์สั่งสินค้ากับทางร้านได้ล่วงหน้าและมีบริการส่งฟรีเมื่อลูกค้าสั่งครั้งละมากๆ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อยอดขายของร้าน

กาแฟสดคือ ทำเลที่ตั้ง เพราะมีที่จอดรถไม่เพียงพอ และร้านกาแฟสดขนาดเล็กยังไม่ได้เปรียบคู่แข่ง ในด้านการส่งเสริมการตลาด เพราะมีการส่งเสริมการตลาดที่คล้ายกัน

#### **ด้านบุคลากรร้านกาแฟสด**

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ส่วนมากไม่มีการจำกัดเพศพนักงาน ในการให้บริการ ผู้บริโภคและลักษณะการแต่งกายของพนักงานของทางร้านมีลักษณะไม่เป็นยูนิฟอร์ม และทางร้านยังมีการฝึกอบรมแก่พนักงานในการให้บริการด้านมีความสุขภาพมีมารยาทที่ดีและเป็นกันเอง ทางร้านไม่มีบริการข้อมูลเกี่ยวกับกาแฟและมีการให้บริการการสั่งสินค้าจากพนักงานของร้านแบบมีพนักงานยืนรอขณะสั่งสินค้า

#### **ด้านกระบวนการให้บริการร้านกาแฟสด**

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ส่วนมากมีการให้บริการด้านการแนะนำตัวผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า เพราะ อธิบายให้ผู้บริโภคเข้าใจในตัวสินค้าและยังทราบความต้องการของผู้บริโภคด้วย และทางร้านมีการให้บริการ การกล่าวทักทายและกล่าวต้อนรับของพนักงานก่อนเข้าร้าน เพื่อสร้างความ เป็นกันเองและเป็นการเอาใจใส่ลูกค้า นอกจากนี้ยังมีบริการนิตยสารเกี่ยวกับดาราด้านบันเทิง แฟชั่น เป็นต้น ไว้บริการลูกค้าระหว่างรอผลิตภัณฑ์

#### **ด้านลักษณะทางกายภาพร้านกาแฟสด**

ผู้ประกอบการร้านกาแฟสด ร้านส่วนมากมีลักษณะบรรยากาศร้านกาแฟแบบเปิดเพลง เบาๆ มีความสว่างภายในร้านไม่มากนัก ร้านส่วนใหญ่ให้ความสำคัญภายในร้าน คือ ด้านความ สะอาดภายในร้านเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านความสะอาดของอุปกรณ์ต่างๆ ในส่วนโต๊ะ-เก้าอี้ที่ ให้บริการเป็นแบบ โต๊ะ-เก้าอี้ไม้ สำหรับโต๊ะทางร้านไม่มีผ้าปูโต๊ะ และยังมีมุมสำหรับอ่านหนังสือ และมีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้บริการ ซึ่งทางร้านกาแฟขนาดเล็กยังได้เปรียบคู่แข่งในด้าน ลักษณะทางกายภาพ คือ มีตกแต่งร้านสวยงาม บรรยากาศเงียบสงบและร้านอยู่ติดถนนสามารถ มองเห็นได้ชัดเจน

5.3 สรุปกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับร้านกาแฟสดขนาดเล็กในบริเวณ สถาบันอุดมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่

1. กลยุทธ์การให้บริการกาแฟสดด้วยผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายโดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีลวดลายโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะร้าน เพื่อให้ลูกค้าจำได้และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มเครื่องคั้ม และขนมอื่นๆ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีรส กลิ่นของกาแฟ สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความแปลกใหม่
2. กลยุทธ์ด้านความหลากหลายในการทำโปรโมชัน โดยมีการจัดกิจกรรมเล็กๆ ในรูปแบบงานแสดงศิลปะ และมีการสาธิตวิธีการชงกาแฟ เพื่อเรียกลูกค้า
3. กลยุทธ์ในการให้บริการ การส่งกาแฟและการต้อนรับที่เป็นกันเอง การให้บริการที่รวดเร็ว บริการที่สุภาพ และจรรยาการสั่งซื้อของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง และมีการรับประกันคุณภาพและความพอใจเมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าประทับใจในบริการและกลับมาใช้บริการอีก
4. กลยุทธ์ด้านการตกแต่งร้านรูปแบบธรรมชาติโดยบริเวณภายในร้านตกแต่งด้วยวัสดุที่เป็นไม้และภายนอกร้านบริเวณกลางแจ้งทำหลังคาโปร่งแสงและปลูกพืชไม้เลื้อยบนหลังคาเพื่อความสวยงาม หรือ มีร่มขนาดใหญ่ และมีผ้าใบกันฝน ไว้รองรับ และยังสามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายฟรี และรวมถึงมีการเพิ่มบริการในด้านต่าง ๆ เช่น มีปลั๊กไฟให้บริการ และมีการติดตั้งสายแลนเพิ่มเพื่อให้บริการอินเทอร์เน็ตในกรณีที่สภาพอากาศแปรปรวน

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

1. ให้บริการ internet /wireless ฟรี นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น ทางร้านจึงควรจัดบริการให้โดยไม่คิดค่าบริการ เพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน
2. พื้นที่ร้านมีจำนวนจำกัด ควรทำการตกแต่งร้านให้มีเอกลักษณ์ สวยงาม และร่วมสมัย รวมทั้งความสะอาดก็เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดด้วย
3. จัดหาบริการเสริมที่แปลกใหม่ให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างจุดขายให้กับร้าน
4. การเพิ่มความหลากหลายให้กับรายการผลิตภัณฑ์ของร้าน เช่น ขนมไทยเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งที่สามารถบริโภคพร้อมกับกาแฟได้