



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 1

บทนำ

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องตลอดมา จากภาคเกษตรสู่ภาคอุตสาหกรรม และการบริการ โดยเฉพาะในเขตเมือง เช่น กรุงเทพมหานคร และเมืองใหญ่ๆ ประชากรจากภูมิภาคต่างๆ ได้เข้ามาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากเพื่อประกอบอาชีพอุตสาหกรรมและบริการ ส่งผลให้ระดับรายได้ของประชากรสูงขึ้น อำนาจการซื้อเพิ่มขึ้น และมีความต้องการความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต ในขณะที่เวลาส่วนใหญ่ของคนในสังคมเมืองใช้ไปกับการทำงานและการเดินทาง จึงมีเวลาสำหรับครอบครัวในแต่ละวันลดน้อยลง ทำให้พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ทำการปรุงอาหารเองภายในครอบครัวเป็นการบริโภคอาหารภายนอกบ้านมากขึ้น ดังนั้นหน่วยธุรกิจทางด้านกิจการจำหน่ายสิ่งของที่อำนวยความสะดวกในด้านอุปโภคและบริโภคจึงเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้เนื่องมาจากสินค้ามีความสำคัญกับการดำรงชีวิตของคนในเขตเมืองอย่างมาก เป็นแหล่งการใช้จ่ายที่มีมูลค่ามหาศาลเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ในขณะที่เกิดภาวะการแข่งขันทางด้านธุรกิจสูงนั้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก เอื้อประโยชน์ต่อการเกิดธุรกิจร้านค้าปลีกรูปแบบต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมกาแฟในประเทศไทย แม้ว่าจะมีการพัฒนาไม่นานแต่ตามสถิติของทางราชการพบว่า ในปัจจุบัน ตลาดของคนดื่มกาแฟมีการขยายตัวมากขึ้น ซึ่งสามารถสังเกตได้จากผลิตภัณฑ์กาแฟในท้องตลาดทั้งกาแฟซอง กาแฟกระป๋อง กาแฟสดคั่ว หลายยี่ห้อ ตั้งแต่ราคาแก้วละ 10 บาท จนถึงแก้ว 100 บาท ธุรกิจร้านกาแฟเกิดขึ้นมากมายในทุกแห่ง และแนวโน้มของคนดื่มกาแฟ จะหันมานิยมรสชาติของกาแฟคั่วบด ที่มีรสชาติเข้มข้นหอมมันมากขึ้น จึงมีการขยายตัวจากต่างประเทศเข้ามาเปิดสาขาทำธุรกิจประเภทนี้ในประเทศไทยมากขึ้นด้วยตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศ (ช่อสุดา อาจปาสา. 2547 : 2)

การดื่มกาแฟในสังคมไทย เป็นค่านิยมที่เริ่มจากการจัดเป็นอาหารว่างในช่วงพักการทำงาน และบางส่วนเป็นการดื่ม โดยคาดว่าจะเป็นการจัดความว่าง เพราะในกาแฟมีคาเฟอีนที่เป็นสารกระตุ้นประสาทอ่อน ๆ ในขณะที่มีรายงานผลการศึกษาคณะนักวิจัยมหาวิทยาลัยชนิดนี้ว่าการดื่มกาแฟ จะช่วยชะลอความแก่ ชัยยังรอยเหยี่ยวบนใบหน้าทำให้หน้าอ่อนเยาว์ เพราะในกาแฟมีสารแอนตี้ออกซิแดนส์มีฤทธิ์ช่วยลดอนุมูลอิสระ ซึ่งเป็นต้นเหตุที่ไปทำลายเนื้อเยื่อที่แข็งแรงในร่างกายมนุษย์ สารออกซิแดนส์ในกาแฟนั้นมีอยู่ตามธรรมชาติ เช่นเดียวกับที่มีอยู่ในพืชผักผลไม้หลายชนิด จึงทำให้ช่วงหลายปีที่ผ่านมาอัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นไปอย่าง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

2

ต่อเนื่อง มีผู้สนใจลงทุนในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจใดๆ ต่างมีความเสี่ยง ธุรกิจร้านค้าแฟรนไชส์เช่นกัน แม้จะเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอยู่ แต่การทำธุรกิจตามกระแส ผู้ประกอบการอาจไม่ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ ผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจนี้จึงควรศึกษาข้อมูลต่างๆ อย่างรอบด้าน เช่น จะต้องรู้จักสายพันธุ์กาแฟ ซึ่งสายพันธุ์กาแฟในโลกนี้มีอยู่ 4 สายพันธุ์คือ อาราบิก้า โรบัสต้า เอ็กซีล่า และเบอร์ริกา แต่สายพันธุ์ที่ปลูกได้มากในประเทศไทยมีเพียง 2 สายพันธุ์ คือ โรบัสต้า และอาราบิก้า เพราะแต่ละสายพันธุ์จะมีความหอมชวนดื่มแตกต่างกัน รวมทั้งแนวทางการให้บริการรูปแบบต่าง ๆ

ธุรกิจร้านค้าแฟรนไชส์ที่กำลังอยู่ในกระแสนิยมมากที่สุดในขณะนี้ แม้ว่ามีผู้ที่สนใจทำธุรกิจนี้มากขึ้นดังกล่าว แต่ธุรกิจบริการร้านค้าแฟรนไชส์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีเพียง 13 แห่ง (สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2551 : ออนไลน์) ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ ซึ่งต้องมีการปรับปรุงการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น จึงจะสามารถทำให้ธุรกิจนี้อยู่รอดได้ และผู้ประกอบการที่สนใจจะลงทุนธุรกิจร้านค้าแฟรนไชส์ควรมีความพร้อมในเรื่องของเงินลงทุนไม่น้อยเพียงใด ผู้ประกอบการต้องมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจอย่างไร และมีโอกาสในการแสวงหากำไรคุ้มค่าเพียงใด รวมทั้งการจัดจำหน่าย การบริหารจัดการธุรกิจ ตลอดจนการบริการ และการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจาก การดำเนินธุรกิจใด ๆ จะต้องคำนึงถึงผลตอบแทนจากการดำเนินงาน และความเสียดาย ดังนั้น เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการลงทุนดังกล่าวจะประสบความสำเร็จ ได้รับความคุ้มค่า ได้รับผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไป จึงควรศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project feasibility study) เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจลงทุนต่อไป

ด้วยเหตุผลที่กล่าวถึงข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านค้าแฟรนไชส์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อต้องการให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จและมีการเติบโตขึ้น โดยสังเกตเห็นว่ามีโอกาสทางการตลาดเนื่องจากเป็นตลาดที่ยังมีอุปสงค์ส่วนเกินอยู่ และคู่แข่งยังไม่มีมากนัก ดังนั้นจึงทำให้มีความเป็นไปได้ในการลงทุนของธุรกิจประเภทนี้ให้ประสบความสำเร็จได้อยู่มาก

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อกาแฟของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อกาแฟของผู้บริโภคในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

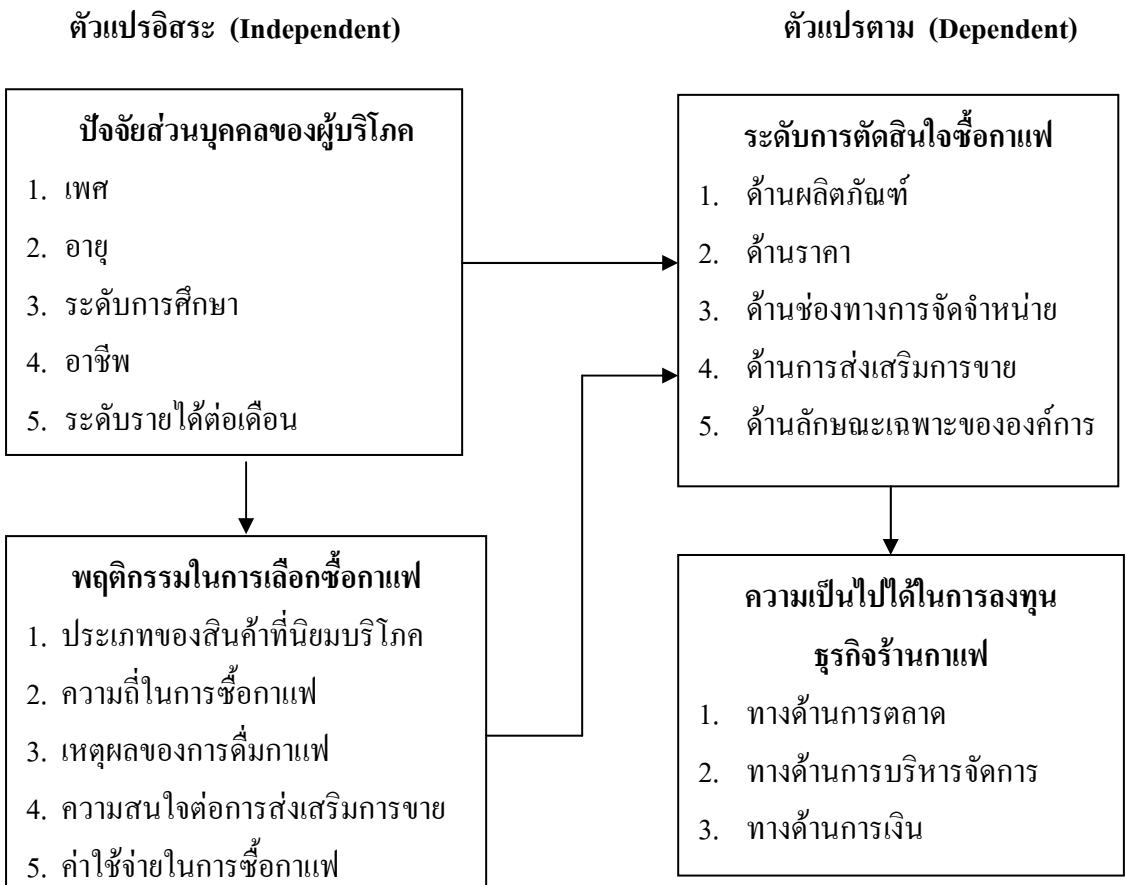


# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา<sup>3</sup>

4. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อกาแฟของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกซื้อกาแฟ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภค
6. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน การวิเคราะห์ด้านการเงิน วิชังวเวลาคืนทุน (PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (B/C ratio) ของสุมาลี จิวะมิตร (2542 : 230-255) และทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด (Bohen. 1987 : 20) ในแนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการและด้านการเงิน ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถบูรณาการเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

1. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อกาแฟแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อกาแฟแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ

กาแฟแตกต่างกัน

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อกาแฟ
4. การลงทุนธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความเป็นไปได้ใน การ

ลงทุน

## ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้การศึกษาวิจัยอยู่ในขอบเขตตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น ผู้ศึกษาวิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ดื่มกาแฟที่อาศัยอยู่ใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางปะอิน อำเภอมั่นน้อย และอำเภอกุทัย จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนและผู้ประกอบการร้านกาแฟใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 2 ราย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ศึกษา จำแนกเป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

- 2.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

- 2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

และรายได้ต่อเดือน

- 2.1.1.1 เพศ

- 2.1.1.2 อายุ

- 2.1.1.3 ระดับการศึกษา

- 2.1.1.4 อาชีพ

- 2.1.1.5 ระดับรายได้ต่อเดือน

- 2.1.2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อกาแฟ จำแนกตามประเภท ความถี่ เหตุผลและ

ความสนใจ

- 2.1.2.1 ประเภทของสินค้าที่นิยมบริโภค

- 2.1.2.2 ความถี่ในการซื้อกาแฟ

- 2.1.2.3 เหตุผลของการดื่มกาแฟ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา<sup>5</sup>

2.1.2.4 ความสนใจต่อการส่งเสริมการขาย

2.1.2.5 ค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟ

2.2 ตัวแปรตาม คือ ระดับการตัดสินใจซื้อกาแฟ และความเป็นไปได้ในการลงทุน  
ธุรกิจร้านกาแฟ

2.2.1 ระดับการตัดสินใจซื้อกาแฟ

2.2.2 ความเป็นไปได้ด้านการลงทุน จำแนกตาม แต่ละด้านคือ 1) ด้านตลาด  
2) ด้านการบริหารจัดการ 3) ด้านการเงิน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางปะอิน  
อำเภอลำลูกกา และอำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4. ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่ เดือน สิงหาคม - ตุลาคม  
พ.ศ. 2553

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อกาแฟของผู้บริโภคในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา
2. ทำให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจซื้อกาแฟของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุน ธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา
4. ทำให้ผู้สนใจในการลงทุนสามารถใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุน และดำเนิน  
ธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**ธุรกิจร้านกาแฟ** หมายถึง ธุรกิจที่จำหน่ายเครื่องดื่มประเภทกาแฟสด ชงสำเร็จพร้อม  
ดื่ม สะดวกในการดื่มทั้งที่ร้าน และการเดินทาง ซึ่งเป็นธุรกิจในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**การศึกษาความเป็นไปได้** หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นในการ  
ดำเนินงานการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยพิจารณาจากผลการศึกษา  
วิเคราะห์ใน 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน

**ความเป็นไปได้ด้านการตลาด** หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของ  
โครงการโดยการสำรวจ คุณลักษณะ สภาวะ และขนาดของตลาด เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา<sup>6</sup>

กำหนดกลยุทธ์ และแผนการตลาด ตลอดจนการพยากรณ์รายรับ ต้นทุนด้านการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

**ความเป็นไปได้ด้านการบริหารจัดการ** หมายถึง ข้อมูลในการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการบริหาร ซึ่งผลการคาดคะเนจะเป็นข้อมูลในการจัดทำงบการเงินล่วงหน้า เพื่อใช้ประโยชน์ในการประเมินผลและตัดสินใจลงทุน

**ความเป็นไปได้ด้านการเงิน** หมายถึง การเตรียมงบการเงินล่วงหน้า เพื่อนำมาประเมินโครงการในเชิงเศรษฐกิจ และการกำหนดขนาดเงินลงทุนที่ต้องการ การจัดงบการเงินล่วงหน้า วิเคราะห์โดยใช้ทางการเงินประกอบด้วย ระยะเวลาคืนทุน ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ และอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย

**พฤติกรรมในการเลือกซื้อกาแฟ** หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟ ในร้านกาแฟ ประกอบด้วย ประเภทของกาแฟที่นิยมบริโภค ความถี่ในการซื้อกาแฟ เหตุผลของการดื่มกาแฟ การจัดการรายการส่งเสริมการขาย และค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟ

**ประเภทของสินค้าที่นิยมบริโภค** หมายถึง สินค้าในร้านกาแฟที่นิยมบริโภค ได้แก่ กาแฟ โกโก้ และขนมอื่น ๆ

**ความถี่ในการซื้อกาแฟ** หมายถึง ช่วงระยะเวลาในการซื้อกาแฟแต่ละครั้ง ประกอบด้วย ทุกวัน, 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 1 ครั้งต่อเดือน

**เหตุผลของการดื่มกาแฟ** หมายถึง เหตุผลที่ดื่มกาแฟ เช่น ดื่มเพราะชอบ ตั้งใจไปซื้อดื่ม มีคนชวนให้ดื่ม อยากลองซื้อดื่ม

**ความสนใจต่อการส่งเสริมการขาย** หมายถึง ความสนใจหรือความชอบของผู้บริโภคที่มีต่อรายการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจกาแฟ เช่น ลดราคา แจกและแถมเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ มีการชิงโชค และสะสมยอดแลกซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาพิเศษ

**ค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟ** หมายถึง จำนวนเงินที่ซื้อกาแฟในแต่ละครั้ง ประกอบด้วย ไม่เกิน 100 บาท ตั้งแต่ 151 - 200 บาท และมากกว่า 301 บาท

**ระดับการตัดสินใจซื้อกาแฟ** หมายถึง ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ในที่นี้คือกาแฟ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะเฉพาะขององค์การ

**ด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง สินค้ากาแฟ หรือ บริการธุรกิจร้านกาแฟ คุณภาพของสินค้านี้ รูปแบบ ความหลากหลาย คุณลักษณะ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงบริการต่าง ๆ ที่เสนอร่วมไปกับสินค้า เช่น ชนิดของกาแฟให้เลือกหลายแบบ ความสดและกลิ่นของกาแฟ และรายการอาหาร/เครื่องดื่มให้เลือก



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

7

**ด้านราคา** หมายถึง ราคาของกาแฟในร้านธุรกิจกาแฟเป็นส่วนที่ลูกค้าต้องจ่ายในการซื้อสินค้านั้น การตั้งราคาจะขึ้นกับวัตถุประสงค์ทางบริษัท ในงานวิจัยนี้หมายถึง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น ป้ายราคากาแฟแสดงไว้ให้ดูอย่างชัดเจน

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทได้ทำขึ้นเพื่อให้กาแฟมีในตลาดและทำให้ลูกค้าเป้าหมายสามารถหาซื้อได้สะดวก ในงานวิจัยนี้หมายถึง ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟไปมาได้สะดวก สถานที่จอดรถ ทำเลที่ตั้งใกล้ห้างสรรพสินค้า ตกแต่งร้านสวยงามหรูหรา บรรยากาศน่าเข้า

**ด้านการส่งเสริมการขาย** หมายถึง กิจกรรม และเทคนิคต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขายกาแฟเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้มาใช้บริการมากขึ้น เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เปิดรับทำบัตรสมาชิก พร้อมให้สิทธิพิเศษบางประการแก่สมาชิก คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ และส่งจดหมายหรือใบปลิวถึงที่บ้านหรือที่พัก

**ด้านลักษณะเฉพาะขององค์กร** หมายถึง การทักทายและกล่าวต้อนรับเมื่อเดินเข้าร้านกาแฟ ติดเครื่องปรับอากาศเพื่อสร้างบรรยากาศในร้านให้เย็นสบาย สัญลักษณ์ประจำร้านที่สะดุดตา / จัดจำหน่าย และพนักงานมีความรู้ สามารถตอบข้อซักถามของผู้ซื้อได้