

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

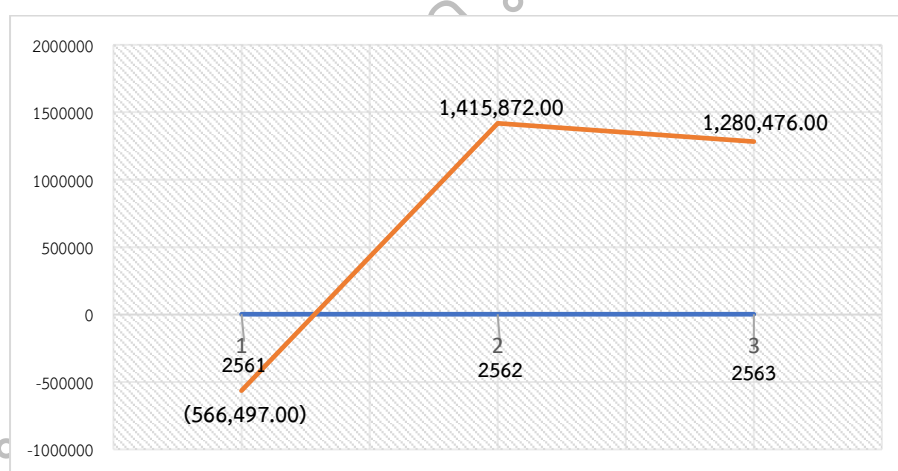
ในปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย มีมูลค่าทางการตลาด 21,220 ล้านบาท โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5-6 ต่อปี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564: เว็บไซต์) เนื่องจากมีปัจจัยบางอย่างที่ส่งผลต่อการขยายตัวของร้านกาแฟ ด้วยจำนวนคนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้นเป็นผลช่วยให้อุปสงค์ในการบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น ซึ่งอุปสงค์ในการบริโภคกาแฟนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการร้านกาแฟมีแนวคิดที่จะขยายร้านกาแฟเพิ่มมากขึ้นในหลายจังหวัด ซึ่งรูปแบบของร้านกาแฟแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ ได้แก่ ร้านกาแฟเคลื่อนที่ ร้านกาแฟประเภทมุมกาแฟ ร้านกาแฟแบบสแตนด์อโลน นอกจากนี้ รูปแบบในการดำเนินธุรกิจมีร้านกาแฟรูปแบบแฟรนไชส์ (Franchise) และนอนแฟรนไชส์ (Non-franchise) โดยที่แฟรนไชส์มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 6 ในขณะที่นอนแฟรนไชส์มีส่วนแบ่งการตลาดที่ร้อยละ 94 ซึ่งปัจจุบันกาแฟได้เป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากภาครัฐและเอกชนร่วมมือพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟ รวมถึงผลักดันให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ในช่วงปี 2559-2563 ทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีเป้าหมายที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นกลุ่มผู้นำในการผลิตและค้ากาแฟในภูมิภาคอาเซียน ทำให้อุตสาหกรรมกาแฟมีมูลค่าทางการตลาดสูงขึ้น 30,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2564: เว็บไซต์) ในการที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้นั้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจร้านกาแฟหรือธุรกิจประเภทอื่น จะต้องมีการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยสิ่งหนึ่งที่ต้องดำเนินการ คือ ต้องพัฒนาการให้บริการให้เกิดการยอมรับสินค้าและบริการ รวมทั้งประเมินความรู้สึกของลูกค้าในการบริการด้วยความพึงพอใจที่มีทั้งด้านบวกและด้านลบ หากความพึงพอใจเป็นไปในทิศทางบวก ธุรกิจสามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการได้ต่อไป ซึ่งความพึงพอใจนี้มีส่วนในการเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการ หากความพึงพอใจเป็นไปในทิศทางด้านลบ ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนการขายสินค้าและบริการ เนื่องจากความพึงพอใจออกมาจากความรู้สึกของลูกค้า (สมเกียรติ เป็งโต, 2547) นอกจากนี้ ความพึงพอใจยังมีส่วนต่อการประกอบกิจการ รวมถึงมีผลทำให้เกิดการบอกต่อ (Word of Mouth) และการซื้อซ้ำ (Repeated Purchase) ของธุรกิจอีกด้วย ซึ่งการบอกต่อและการซื้อซ้ำ เป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ การบอกต่อและการซื้อซ้ำยังเป็นผลมาจากการบริการขายสินค้าและบริการ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นด้วย (บวร วิวัฒน์แดงสี, 2558)

สิ่งกระตุ้นที่จะทำให้ความพึงพอใจได้นั้นมีหลายปัจจัย โดยหนึ่งในปัจจัยดังกล่าว คือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Kotler, 2003a) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและบริการเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด นอกจากนี้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการยังช่วยให้ธุรกิจสามารถหาลูกค้าได้โดยการสร้างกลยุทธ์เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาซื้อสินค้า ส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ทั้งนี้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการยังมีส่วนต่อความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากเป็นสิ่งที่ตอบสนองความรู้สึกของลูกค้า

ในการเข้ามาใช้สินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังทำให้ธุรกิจมีความสามารถที่จะปรับเปลี่ยนคุณภาพในการขายสินค้าและบริการ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดบริการยังเป็นเรื่องที่ช่วยให้ผู้ประกอบการหาวิธีการเพื่อช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้ในขณะที่มีคู่แข่งเข้ามาในตลาด (Kotler, 2003b)

อนึ่ง จากที่กล่าวถึงธุรกิจร้านกาแฟนั้น หากพิจารณาถึงธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทยที่มีสาขามากที่สุด คือ ร้านกาแฟ อเมซอน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีสาขามากกว่า 3,000 สาขาทั่วประเทศไทย และมีการขยายตลาดไปต่างประเทศ โดยมีการขยายกิจการไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน (ไทยอีสเอ็มอี เซ็นเตอร์, 2564ก: เว็บไซต์) ความโดดเด่นของร้านกาแฟ อเมซอน คือ การมีแนวคิดที่ลดการใช้ถุงพลาสติกเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ภาครัฐและเอกชนได้ช่วยสนับสนุนร้านกาแฟ อเมซอน และสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย ช่วยส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น นอกจากนั้นในต่างประเทศ โดยเฉพาะกัมพูชา ได้รับความนิยมจากประชาชนท้องถิ่น ทำให้มีสาขามากกว่า 150 สาขา และมียอดขายสูงสุดตั้งแต่ 1,300-1,400 แก้วต่อวัน ในปัจจุบันร้านกาแฟ อเมซอน ได้ยกระดับกลยุทธ์ด้านสถานที่ให้บริการให้เทียบเท่าตราสินค้าต่างประเทศ เพื่อเลื่อนระดับไปถึงกลุ่มลูกค้าหลายระดับ สร้างความแตกต่างและแปลกใหม่ (ไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์, 2564ข: เว็บไซต์) ร้านกาแฟ อเมซอน เกิดขึ้นครั้งแรกในปี 2545 (ไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์, 2564ค: เว็บไซต์) ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟ อเมซอนเป็นที่นิยมของลูกค้าที่มาแวะเติมน้ำมัน ทั้งนี้สถานบริการน้ำมัน ปตท. ต้องการที่จะเพิ่มรายได้ จึงได้ปรับปรุงให้มีร้านกาแฟ อเมซอน เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ โดยร้านกาแฟ อเมซอน ได้มีการโฆษณาสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการในการบริโภคกาแฟของลูกค้า ด้วยการเพิ่มเครื่องดื่มใหม่ตามสื่อออนไลน์ โดยร้านกาแฟ อเมซอน ได้ขยายสาขาไปทั่วประเทศไทยเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสถานบริการน้ำมัน ปตท. ปัจจุบันร้านกาแฟ อเมซอน ได้เข้ามามีบทบาทในแวดวงเศรษฐกิจและขยายกิจการไปต่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) ได้เล็งเห็นโอกาสที่จะขยายธุรกิจ โดยได้ใช้ชื่อ ปาโอเมซอน ซึ่งเป็นป่าดงดิบของประเทศบราซิล เป็นแหล่งผลิตกาแฟที่สำคัญของโลกในการตั้งชื่อร้าน ปัจจุบันร้านกาแฟ อเมซอน ได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และลูกค้าได้หันมาให้ความสำคัญกับกาแฟอเมซอน เนื่องจากราคาและบริการที่ไม่แพงมาก รวมถึงมีสินค้าแบบอื่น ๆ ให้เลือก ร้านกาแฟ อเมซอน เป็นที่นิยมในกลุ่มนักเดินทางรวมถึงบุคคลที่ต้องการพักผ่อนในวันหยุด ทั้งนี้ ร้านกาแฟ อเมซอน ได้พัฒนารูปแบบร้านให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป (ไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์, 2564ค: เว็บไซต์) ประกอบกับธุรกิจร้านกาแฟ อเมซอน ในหลายพื้นที่ของประเทศไทยมีการเปิดสาขาเป็นจำนวนมาก และพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นพื้นที่ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีการคมนาคมที่หนาแน่น เป็นพื้นที่ที่ประชากรจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเดินทางกลับภูมิลำเนา ทำให้มีสถานบริการน้ำมันและร้านกาแฟ อเมซอน มีหลากหลายสาขาลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก เกิดการแข่งขันทาง ด้านธุรกิจที่สูงขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีการตั้งสถานบริการน้ำมันหลายแห่ง เนื่องจากเป็นเส้นทางคมนาคมหลักระหว่างภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เป็นที่นิยมสำหรับคนรุ่นใหม่ คนวัยทำงาน และผู้เดินทางข้ามจังหวัด ร้านกาแฟหลายร้านในจังหวัดศรีสะเกษ จึงมีการแข่งขันกันทางด้านสินค้าและบริการ เพื่อที่จะเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ซึ่งหากร้านกาแฟได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์

เพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขันด้วยการทำให้รสชาติของขนมและกาแฟเป็นที่พึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น รวมถึงสร้างการโฆษณาเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น หากมีการดำเนินงานดังกล่าว คาดว่าจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สามารถตอบสนองตรงกับความต้องการที่คาดหวังของลูกค้าได้ จากธุรกิจร้านกาแฟที่มีจำนวนมากในจังหวัดศรีสะเกษ มีร้านกาแฟแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นยุทธศาสตร์ทางการค้า กล่าวคือ เป็นร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ภายในสถานีบริการน้ำมันของ ปตท. ที่เป็นหน้าด่านสำหรับการเข้าสู่พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ทางด้านทิศตะวันออกและเป็นร้านกาแฟที่น่าขึ้น นั่นคือ ร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ ได้เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561 เป็นร้านกาแฟที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมากพอสมควร เนื่องจากตั้งอยู่บนเส้นทางสัญจรไปจังหวัดอุบลราชธานีและอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา โดยร้านกาแฟแห่งนี้สามารถดึงดูดลูกค้า กลุ่มนักศึกษา และประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบ ทำให้ร้านกาแฟแห่งนี้มียอดขายโดยเฉลี่ย 200 แก้วต่อวัน อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจปริมาณยอดขายสินค้าภายในของร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ ตั้งแต่ปี 2561-2563 พบว่า ปริมาณยอดขายลดลงคิดเป็น ร้อยละ 5.02 ดังภาพที่ 1.1 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการแข่งขันของจำนวนร้านกาแฟที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจจะมีแนวโน้มที่ลดลงต่อไป ดังนั้นหากผู้ประกอบการยังไม่มีเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในทางลบในอนาคตได้ ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ แห่งนี้อาจลดลงได้



ภาพที่ 1.1 เปรียบเทียบยอดขายผลประกอบการสินค้าของร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ตั้งแต่ปี 2561-2563

จากข้อมูลข้างต้น ได้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาของการดำเนินธุรกิจของร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ ประสบกับปัญหาด้านคู่แข่ง เนื่องจากมีสถานีบริการน้ำมันเปิดใหม่ ในเส้นทางเดียวกันที่ จะไปยังจังหวัดอุบลราชธานี และมีร้านกาแฟเปิดใหม่ที่ทันสมัยกว่าร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขา วินพาวเวอร์ ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวในด้านของการให้บริการและปรับปรุงด้านสินค้าเพื่อให้ลูกค้าหันมา ใช้บริการมากขึ้น ทั้งนี้ ร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวินพาวเวอร์ ต้องหาวิธีการรักษาลูกค้าไว้ให้ได้มากที่สุด ซึ่งการพัฒนาและปรับปรุงการบริการ สามารถช่วยทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น ทำให้

ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ โดยจะนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟ และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาด บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการ: กรณีศึกษาร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า: กรณีศึกษาร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามลักษณะของประชากรศาสตร์

1.2.3 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้าใช้บริการ: กรณีศึกษาร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1.3.1 สมมุติฐานที่ 1: ลักษณะของประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ: กรณีศึกษา ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ที่แตกต่างกัน

1.3.2 สมมุติฐานที่ 2: ส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ: กรณีศึกษาร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ จากข้อมูลของร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ ในปี 2563 พบว่า มีกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเข้าใช้บริการทั้งหมดประมาณ 91,250 คนต่อปี (ข้อมูล ณ วันที่ 17 มิถุนายน 2563) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ (2563: สัมภาษณ์)

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการเข้าใช้ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษบางส่วน โดยผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Taro Yamane (Yamane, 1967) จำนวน 400 คน

1.4.2 ขอบเขตทางด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนพาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

1.4.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.4.3.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

- 1) ลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่
 - 1.1) เพศ
 - 1.2) อายุ
 - 1.3) อาชีพ
 - 1.4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 2) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย
 - 2.1) ด้านผลิตภัณฑ์
 - 2.2) ด้านราคา
 - 2.3) ด้านสถานที่ให้บริการ
 - 2.4) ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - 2.5) ด้านบุคคล
 - 2.6) ด้านกระบวนการให้บริการ
 - 2.7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

1.4.3.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจ โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษากำหนดแนวทางในการประเมินความพึงพอใจจากพฤติกรรม ดังนี้

- 1) การซื้อซ้ำ
- 2) การบอกต่อ

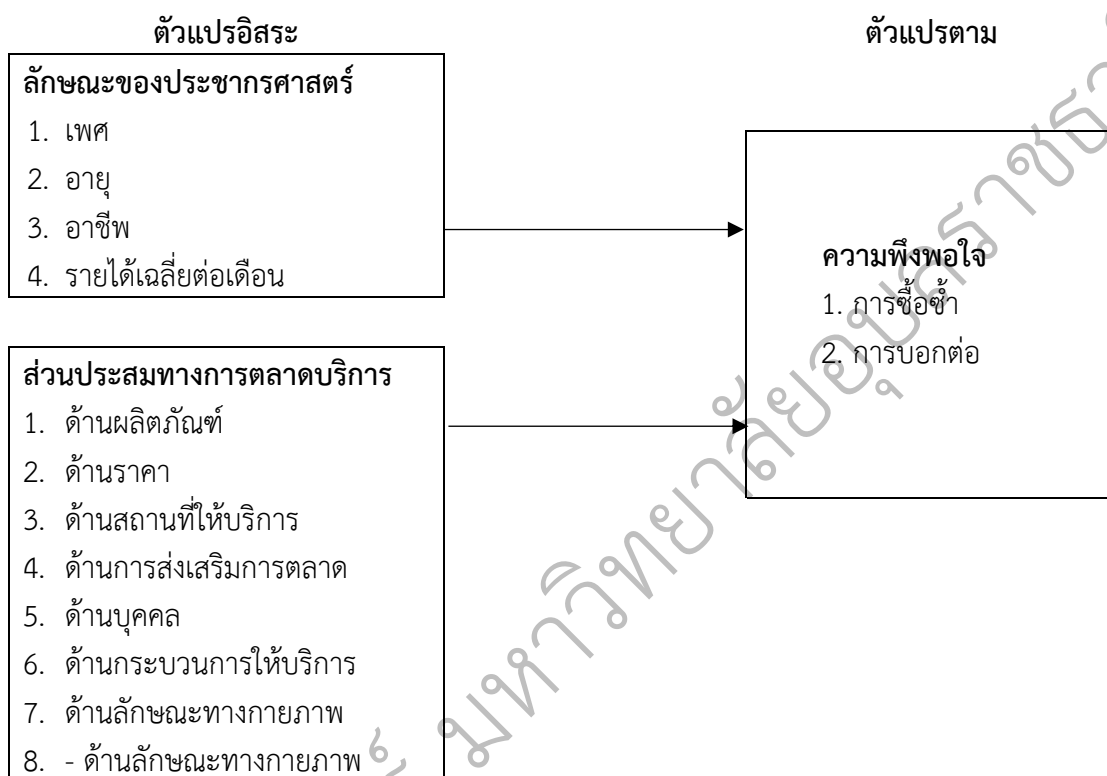
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงด้านบริการให้ดีขึ้น เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิโนปาวเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ

1.5.2 สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันทางด้านธุรกิจร้านกาแฟในอนาคต

1.6 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 ร้านกาแฟ อเมซอน หมายถึง ร้านกาแฟ อเมซอน ธุรกิจค้าปลีกของบริษัท ปตท.น้ำมัน และการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) สาขาวิภาวดีแคว้น อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ที่จำหน่ายเครื่องดื่มประเภท กาแฟ ชาเขียว น้ำผลไม้ต่าง ๆ เป็นต้น รวมทั้งอาหารว่างประเภทเบเกอรี่ รวมถึงสินค้าพรีเมียมของร้านกาแฟ อเมซอน ที่ใช้กาแฟคั่วบดเป็นผลิตภัณฑ์หลัก โดยมุ่งเน้นสินค้าที่มีคุณภาพและความหลากหลายเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ

1.7.2 ลักษณะของประชากรศาสตร์ ลักษณะของประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วงในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น โดยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่

1.7.2.1 เพศ หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกถึงลักษณะถึงความเป็นชาย ความเป็นหญิง และเพศที่สาม ซึ่งมีผลต่อความต้องการในการบริโภคสินค้าและเป็นสิ่งที่บ่งบอกความแตกต่างความชอบของบุคคลในแต่ละวัย ซึ่งเพศที่ต่างกันความต้องการในการบริโภคสินค้านั้นย่อมต่างกัน

1.7.2.2 อายุ หมายถึง สิ่งที่ยังบอกถึงบุคคลในแต่ละวัย เมื่อวัยวุฒิต่างกันความชอบในการบริโภคสินค้าย่อมต่างกัน

1.7.2.3 อาชีพ หมายถึง ตัวแปรที่ยังบอกถึงลักษณะด้านการทำงานของแต่ละบุคคล แต่ละบุคคลมีอาชีพที่ต่างกันย่อมมีรายได้ที่ต่างกัน

1.7.2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง ตัวแปรที่ยังบอกในรูปตัวเงิน ไม่ว่าจะเป็นเงินเดือนหรือเงินที่ได้จากการประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.7.3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการทางการตลาด เป็นปัจจัยหลักของกิจการ กิจการหรือธุรกิจจะต้องวางกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจ มี 7 ข้อ ดังนี้

1.7.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง เป็นสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่คุณต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

1.7.3.2 ด้านราคา หมายถึง สิ่งที่อยู่ในรูปของตัวเงิน เพื่อเป็นการเปรียบเทียบคุณค่าการบริการกับสินค้าที่ลูกค้าตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเลข

1.7.3.3 ด้านสถานที่ให้บริการ หมายถึง ที่ตั้งของร้านเพื่อการนำเสนอสินค้าของร้าน คาเฟ่ อเมซอน เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงการบริการ

1.7.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือในการสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ถึงผลิตภัณฑ์นั้น เป็นการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้ากับสินค้าและบริการ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการโฆษณาสินค้าและเชิญชวนให้ลูกค้ามาซื้อสินค้า

1.7.3.5 ด้านบุคคล หมายถึง บุคลากรทางธุรกิจภายใต้การบริหารงานของผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ การที่มีบุคลากรซึ่งเป็นผู้ดำเนินงาน ผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการที่ดี มีใจรักในการบริการ สามารถสร้างความพึงพอใจกับลูกค้า จะเปรียบเสมือนเป็นภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจไปโดยปริยาย

1.7.3.6 ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติ ในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

1.7.3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะในการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม เป็นการสร้างบรรยากาศภายในร้านให้ลูกค้าประทับใจ เช่น มารยาทในการบริการ การตกแต่งร้าน การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า เป็นต้น

1.7.4 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวิญญานเวร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ และยินดีที่จะมาใช้บริการ รวมถึงบอกต่อคนอื่น ๆ ให้มาใช้บริการ

1.7.5 การซื้อซ้ำ คือ การที่ลูกค้าหันมาใช้บริการร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาวิญญานเวร์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ เป็นประจำ

1.7.6 การบอกต่อ คือ การเชิญชวนให้ลูกค้าคนอื่นเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟ อเมซอน สาขาวิภาวดี อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ การบอกถึงลักษณะของร้านกาแฟจากลูกค้าคนหนึ่งถึงลูกค้าอีกคนหนึ่ง

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี