

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทำงานเพื่อเลี้ยงชีพของคนทั่วไปมักจะมีทางเลือกที่สำคัญ 2 ทาง คือ การเข้าไปทำงานเป็นลูกจ้างในกิจการหรือองค์กรต่างๆซึ่งจะต้องทำงานตามนโยบาย หรือคำสั่งของนายจ้างหรือผู้บังคับบัญชาแล้วได้รายได้ตอบแทนเป็นเงินเดือนหรือค่าจ้าง ส่วนอีกทางหนึ่งเป็นการทำธุรกิจของตนเองหรือการประกอบอาชีพอิสระ ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าหรือให้บริการตามความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง เพื่อจำหน่ายให้มีกำไรเป็นรายได้ตอบแทนจากผลงานของตน ผู้ที่เลือกทำงานในกิจการหรือองค์กรในฐานะลูกจ้างจะได้รับความมั่นคงในการเลี้ยงชีพจากรายได้ที่ได้เป็นประจำจากนายจ้าง แต่ก็มักจะไม่มีอิสระที่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองเพื่อที่จะปฏิบัติงานตามที่ตนเห็นชอบเพราะจะต้องอยู่ภายใต้นโยบายของกิจการหรือองค์กร ส่วนผู้ที่เลือกที่จะประกอบธุรกิจของตนเองจะมีโอกาสที่จะปฏิบัติงานตามความคิดของตนเองและในบางครั้งมีโอกาที่จะประสบความสำเร็จกิจการเจริญเติบโตและได้พบกับความร่ำรวยได้แต่ก็มักจะต้องทำงานหนักเผชิญกับความกดดันของภาวะทางธุรกิจและขาดความมั่นคงในการเลี้ยงชีพ

การตัดสินใจที่จะลงมือเริ่มต้นทำธุรกิจของตนเองจึงนับเป็นก้าวที่สำคัญของชีวิต โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่เป็นลูกจ้างหรือมีงานที่มั่นคงอยู่แล้วเพราะการตัดสินใจดังกล่าวจะต้องมีผลที่สำคัญต่อการเลี้ยงชีพและการดำเนินชีวิตในอนาคตต่อไปของผู้นั้น ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบและไม่ลำเอียงเข้าข้างตนเองโดยจะต้องมั่นใจว่าการทำธุรกิจของตนเองนั้นเป็นสิ่งที่ตนต้องการอย่างแท้จริงเป็นสิ่งที่เหมาะสมกับตนเอง และธุรกิจนั้นมีโอกาสที่ค่อนข้างชัดเจนที่จะสามารถประสบความสำเร็จได้เพราะเมื่อตัดสินใจแล้วท่านจะต้องทุ่มเททั้งกำลังทรัพย์ กำลังแรงงานและกำลังความคิดให้กับธุรกิจนั้นๆอย่างเต็มที่ ซึ่งเมื่อท่านได้ทุ่มเททุกอย่างลงไปในธุรกิจของตนเองแล้วก็จะเป็นไปได้ยากที่จะย้อนหลังกลับคืนและแก้ไขความผิดพลาดอันเนื่องมาจากการตัดสินใจผิดพลาดหรือการตัดสินใจโดยมิได้พิจารณาปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องอย่างถี่ถ้วนเสียก่อน (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2543 : 5)

ในช่วงที่ผ่านมาภาครัฐได้ออกนโยบายและมาตรการเพื่อกระตุ้นวิสาหกิจเศรษฐกิจหลากหลายมาตรการและมาตรการหนึ่งนั้น ก็คือ การส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่ย่อมาจาก Small and Medium Enterprises โดยที่มีบทบาทอย่างสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยในหลายๆ ด้าน ได้แก่ เป็นวิสาหกิจที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจไทยในแง่การจ้างงาน เป็นจุดกำเนิดของผู้ที่สนใจลงทุนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากกิจการ SMEs ใช้เงินทุนไม่สูงและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เป็นแหล่งหรือโรงเรียนฝึกอาชีพของบรรดาแรงงานประเภทต่างๆ ซึ่งสามารถฝึกฝนเรียนรู้จากประสบการณ์การทำงานจริง ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับธุรกิจขนาดใหญ่ หรือกิจการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ในรูปแบบรับช่วงการผลิตหรือเป็นแหล่งรับซื้อวัตถุดิบจากภาคเกษตร เป็นต้น เป็นวิสาหกิจที่เพิ่มมูลค่าให้วัตถุดิบในประเทศเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นหลัก มีส่วนสร้างรายได้ให้ประเทศโดยเฉพาะจากภาคผลิตเพื่อการส่งออก

ความสำคัญของ SMEs ต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยนั้น อยู่ที่การเป็นกิจการที่สร้างมูลค่าแก่ระบบเศรษฐกิจอย่างมหาศาล ทั้งในแง่การสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้เพิ่ม ในบทบาทที่หลากหลายเป็นได้ทั้งผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้าและผู้ให้บริการ นับเป็นผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ทั้งในด้านการสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกต่อธุรกรรมทางเศรษฐกิจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2544 : 2 - 3)

จังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีประชากรประมาณ 1.3 ล้านคนและมีความเจริญทางเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงมีรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม การศึกษาของประชากรจึงเป็นแบบคนในเมือง โดยเฉพาะในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ มีการขยายตัวและเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จึงมีธุรกิจ SMEs ที่แปลกใหม่เกิดขึ้นมากมาย รวมทั้งธุรกิจร้านค้าแฟสดที่มีการเปิดใหม่และกำลังไปได้ด้วยดี เหตุผลดังกล่าวจึงเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจและต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดโดยใช้กลยุทธ์ด้าน 4 Ps ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ทางด้านประชากรศาสตร์ รวมทั้งปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด เพื่อให้ธุรกิจกาแฟสด สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางพิจารณาสำหรับการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจกาแฟสด ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดจากการเลือกดื่มรสชาติของกาแฟสด แต่ละพันธุ์ ในปริมาณ ราคา ตรงตามกับผู้บริโภคต้องการ

### จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์
2. เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดของผู้ประกอบการในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. พฤติกรรมและปัจจัยจูงใจของผู้บริโภคกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์
2. กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ 4 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

#### ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคกาแฟสด ที่มาใช้บริการร้านกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำนวน 8 ร้าน

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคกาแฟสดที่มาใช้บริการร้านกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จำนวน 8 ร้านๆ ละ 10 คน รวมจำนวน 80 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling)

#### ขอบเขตด้านตัวแปร

##### ตัวแปรที่ศึกษาคือ

1. พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคกาแฟสดที่มาใช้บริการร้านกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์
2. กลยุทธ์การทำธุรกิจกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ 4 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**กลยุทธ์ 4 Ps** หมายถึง กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

**กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง การทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงตราสินค้า คุณสมบัติของร้านกาแฟสด คุณภาพของกาแฟสด รสชาติและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

**กลยุทธ์ด้านราคา (Price)** หมายถึง การทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงการกำหนดราคาตามขนาด คุณภาพของวัตถุดิบ และกรรมวิธีการชง

**กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง การทำให้ผู้บริโภคกาแฟสดได้รับรู้ถึงการตกแต่งร้านกาแฟสดการสร้างบรรยากาศภายในร้าน เสียงดนตรี ความสะอาด ความสะดวกสบายและจุดที่ตั้งของร้าน

**กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)** หมายถึง การทำให้ผู้บริโภคกาแฟสดเกิดความชอบในผลิตภัณฑ์และเกิดแรงจูงใจในการบริโภคกาแฟสดที่ร้านกาแฟสด

**กาแฟ** หมายถึง เครื่องดื่มสีดำมีรสขมและสามารถกระตุ้นกำลัง ซึ่งได้มาจากไม้พุ่มขนาดกลางผลที่สูงจะมีสีน้ำตาลปนแดง

**กาแฟสด** หมายถึง การชงกาแฟที่ใช้เมล็ดกาแฟแห้งที่ได้รับการคั่วบด มาชงดื่มที่ ต้องใช้กรรมวิธีมากในการชงดื่ม แต่จะได้รสชาติหอมเข้มจากกาแฟแท้

**จุ่มกาแฟ (Coffee Cart)** หมายถึง ร้านกาแฟที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ขนาดเล็ก รูปแบบสวยงาม น่ารัก ในจุ่มจะมีสิ่งของพร้อมสรรพของการขายกาแฟ ครบถ้วน

**มุมกาแฟ (Coffee Corner)** หมายถึง ร้านกาแฟที่มีโต๊ะนั่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้มุมกาแฟเหมาะสำหรับพื้นที่โอโซน

**ร้านกาแฟ (Coffee Shop)** หมายถึง ร้านกาแฟที่มีขนาดใหญ่ ใช้พื้นที่มาก มีการลงทุนสูง อยู่ตามย่านธุรกิจ ศูนย์การค้า หรือชุมชนหนาแน่นที่มีพฤติกรรมบริโภคกาแฟสูง

**พฤติกรรมผู้บริโภค** หมายถึง แรงจูงใจที่สนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคในด้านรสชาติ การบริการ ราคา สถานที่ตั้ง

**ผู้ประกอบการ** หมายถึง ร้านจำหน่ายกาแฟสดในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยและองค์ประกอบของธุรกิจกาแฟสดที่มีผลต่อการเลือกบริโภคกาแฟสดในแต่ละระดับของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์
2. นำผลจากการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจกาแฟสดให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่มเป้าหมายและนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น