บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจไทย เนื่องจากการเกิดธุรกิจใหม่ ๆ ที่ใช้เงินทุนไม่สูง ด้วยขนาดโครงสร้างกะทัดรัด ทำให้การบริการมีความคล่องตัว ธุรกิจลักษณะดังกล่าว เรียกว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise : SMEs) เป็นระบบเศรษฐกิจแบบรากหญ้า ซึ่งรัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงมีนโยบายสนับสนุน โดยให้หน่วยงานภาครัฐเข้าช่วยเหลือในการอบรมพัฒนาความรู้ ให้คำปรึกษาแก่กิจการในการบริหารงานทุก ๆ ด้าน อาทิ ด้านการลงทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจเป็นไปอย่างมีระบบ ช่วยลดปัญหาและอุปสรรคให้หมดไป หรือเหลือน้อยที่สุด จึงเกิดธุรกิจ SMEs มีหลากหลายประเภท หลากหลายสินค้า/ บริการ ทำให้ระบบเศรษฐกิจของไทยขยายตัวมากขึ้น ธุรกิจ SMEs ก็ยิ่งเพิ่มจำนวนมากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550, หน้า 18 - 19)

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่รับผิดชอบการบริหารงานหลายด้าน อาทิ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย รวมทั้งด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน ตลอดจนด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จึงเป็นผู้มีทักษะและความสามารถในงานเกือบทุกด้าน ซึ่งความมีทักษะหรือความสามารถในการจัดการนี้เรียกว่า “ความเป็นผู้ประกอบการ” (วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2550)

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะมีความรู้ ทักษะ ความสามารถในด้านการบริหารธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังต้องมีลักษณะที่แตกต่างจากบุคคลทั่วไป เช่น พร้อมรับกับความเสี่ยง ความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าตัดสินใจลงทุนดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง เป็นต้น มากกว่าผู้ที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจ ดังเช่น กลุ่มข้าราชการ และผู้ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัท (ปราโมทย์ เจนการ, 2523) ดังคุณสมบัติที่ว่า ความเป็นผู้ประกอบการ ที่เกิดจากการหล่อหลอมจากประสบการณ์ การเรียนรู้ และความสามารถในการวิเคราะห์สภาพการณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจที่ถูกต้องแม่นยำ การดำเนินธุรกิจจึงดำเนินไปได้อย่างมั่นคง

การขยายตัวของธุรกิจขนาดย่อมอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจร้านกาแฟสดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว มีผู้สนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพราะการขยายตัวของ

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่จากต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในประเทศ เช่น บริษัท สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ (ประเทศไทย) จำกัด ได้สร้างความคึกคักและตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจร้านกาแฟเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันกระแสความนิยมดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่นิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูป หันมาบริโภคกาแฟคั่วบดมากขึ้น และนิยมเข้าร้านที่ตกแต่งภายใต้บรรยากาศที่หรูหราทันสมัย สะดวกสบาย เหมาะสมการดื่มกาแฟ จากการผลการสำรวจและการคาดการณ์ตลาดกาแฟในประเทศไทยปี 2548 โดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด พบว่า มูลค่าตลาดในกลุ่มร้านกาแฟพรีเมี่ยมมีมูลค่ามากกว่า 4,700 ล้านบาท ซึ่งมากกว่าในปี 2543 ที่มีมูลค่า 3,500 ล้านบาท และพบข้อมูลสำคัญที่ว่า อัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยยังอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ คือ น้อยกว่า 0.5 กิโลต่อปี หรือคิดเป็น 130 - 150 ถ้วยต่อคนต่อปี โดยคาดการณ์ว่ามีผู้ดื่มกาแฟเพียงร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมด ดังนั้นจำนวนผู้ดื่มกาแฟมีโอกาสขยายตัวได้อีกมากในอนาคต (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2548, ออนไลน์) ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นอกจากนี้สภาพการแข่งขันในตลาดโดยรวมจะมีแนวโน้มที่จะรุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีความเป็นผู้ประกอบการสูง

ธุรกิจร้านกาแฟ มีแนวโน้มของการเติบโตสูง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของคนในท้องถิ่นนิยมบริโภคกาแฟมากขึ้น ทั้งบุคคลในวัยทำงานนิยมบริโภคในเวลาเช้า นักศึกษาที่นิยมบริโภคกาแฟในช่วงใกล้สอบ แม้แต่ผู้สูงอายุนิยมบริโภคเพื่อเพิ่มความกระฉับกระเฉง และที่สำคัญกระแสความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมคนไทยนิยมดื่มกาแฟสำเร็จรูป เคยนั่งดื่มกาแฟที่บ้านมาเป็นการออกมานั่งดื่มกาแฟตามร้านกาแฟสด เพื่อเพิ่มอรรถรสในการดื่มแทน ประกอบกับ การพัฒนาสูตรและวิธีการปรุงกาแฟสดให้มีรสชาติที่หลากหลาย โดยเน้นความหอมของกาแฟ และการจัดจำหน่ายที่เน้นการตกแต่งร้านให้เป็นสถานที่พักผ่อน จุดนัดพบ หรือรับประทานอาหารว่าง จึงทำให้ร้านกาแฟสดเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีการเจริญเติบอย่างรวดเร็ว จากผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยใน ปี พ.ศ. 2545 โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า คนไทยยังมีอัตราการดื่มกาแฟต่อคนต่ำมาก เฉลี่ย 200 แก้ว/ คน/ ปี เมื่อเทียบกับคนในแถบเอเชีย เช่น ชาวญี่ปุ่น ดื่มกาแฟเฉลี่ย 500 แก้ว/ คน/ ปี ในขณะที่ชาวอเมริกาดื่มกาแฟเฉลี่ย 700 แก้ว/ คน/ ปี อย่างไรก็ตามแนวโน้มการบริโภคกาแฟของคนไทยยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ด้วยเหตุผลนี้ทำให้นักลงทุนจำนวนมากสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟ ส่งผลให้สภาพการแข่งขันในตลาดโดยรวมไม่รุนแรงนัก เนื่องจากร้านกาแฟส่วนใหญ่ในปัจจุบัน จะเน้นการขายสินค้าและบริการเสริมอื่น ๆ เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แซนด์วิช บางแห่งมีการให้บริการอินเตอร์เน็ตกับลูกค้า แต่ละร้านมีจุดขายที่เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคแตกต่างกันไป ประกอบกับผู้นิยมดื่มกาแฟนั้นมีหลายระดับ หลายกลุ่ม อย่างไรก็ตามการ

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

แข่งขันในอนาคตมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างมาตรฐานให้กับสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ในเขตแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เป็นพื้นที่หนึ่งที่รัฐบาลได้ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และก็เป็นพื้นที่หนึ่งที่มีคณะการจัดการและการท่องเที่ยว สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยบูรพา จัดเป็นสถานที่ส่งเสริมการดำเนินงานทางการจัดอบรมพัฒนาความรู้ การให้คำปรึกษาแก่กิจการในการบริหารงานทุก ๆ ด้าน แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ เนื่องจากตำบลแสนสุขเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางชายทะเลที่มีชื่อเสียง เป็นแหล่งเกษตรกรรม อุตสาหกรรมโรงงานที่สำคัญ เป็นที่ตั้งท่าเรือน้ำลึก แหลมฉบัง เศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดจึงประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม และด้านท่องเที่ยว มีมูลค่ารวมผลิตภัณฑ์ (GPP) ตามราคาประจำปี 407,364 ล้านบาท มูลค่าผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อหัว (Per capita GPP) 368,369 ล้านบาท ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมากเป็นเหตุให้การหมุนเวียนของเงินตราในพื้นที่และมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลจึงส่งเสริมการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ มีขนาดเงินทุนไม่สูงมากนัก เพื่อรองรับกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่คาดว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ต่อปี (จังหวัดชลบุรี, 2553, หน้า 3 - 7)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้เห็นได้ว่าธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายพอสมควร ทำให้ปัจจัยส่งเสริมการตลาดไม่ซับซ้อน ส่งผลให้การบริจัดการไม่ยุ่งยาก เทคนิคที่สามารถเรียนรู้ได้ รวมทั้งเงินลงทุนที่ไม่สูงนัก จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ ซึ่งทำให้เกิดการสร้างงาน โอกาสการขยายตัวทางเศรษฐกิจด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการตัดสินใจลงทุนดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ภายใต้หลักการตลาด และหลักความเป็นไปได้ในการลงทุน เพื่อเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจ การกำหนดกลยุทธ์ รวมถึงการจัดการที่ลดความเสี่ยง ประกอบกับในฐานะที่ตำบลแสนสุข เป็นสถานที่ตั้งของสถาบันการศึกษาที่สนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินการจัดอบรมพัฒนาความรู้ และให้คำปรึกษาแก่กิจการในการบริหารงานแก่ผู้ประกอบการขนาดย่อมในพื้นที่ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานต่อการตัดสินใจทำธุรกิจร้านกาแฟ และนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟสด สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจได้ตรวจสอบข้อมูลการทำธุรกิจ และการตัดสินใจของผู้ประกอบการร้านกาแฟสดเดิมที่สามารถจัดการธุรกิจขนาดย่อมให้อยู่รอดและเติบโตได้ ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นอีกทางหนึ่ง

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลทางธุรกิจในด้านการตลาดร้านกาแฟสด และความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

2. ผลการวิจัยทำให้เห็นทิศทางการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟสด ที่สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในพัฒนาและส่งเสริมการขาย และการเพิ่มโอกาสสู่ความสำเร็จในธุรกิจร้านกาแฟสด

3. สามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เพื่อลดความเสี่ยงได้

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อรวบรวมข้อมูลการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ตัดสินใจและกำลังทำธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรเป้าหมาย หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key performance) คือ ผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดที่มีลักษณะอาคารอิสระ (Stand - Alone) มีพื้นที่ระหว่าง 20 - 40 ตารางเมตร และตั้งอยู่ในตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 24 แห่ง ซึ่งจะเลือกตัวอย่างเพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูล 5 แห่ง โดยเป็นเจ้าของร้านและประกอบการเองเท่านั้น

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งรวบรวมและนำเสนอข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจร้านกาแฟสด เฉพาะในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจลงทุน หมายถึง กระบวนการที่ใช้เหตุผลในการพิจารณา วิเคราะห์ และหาทางเลือกเพื่อนำไปสู่การตกลงใจ ที่เป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการอย่างรอบคอบ เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการลงทุนที่ดีที่สุด

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

กาแฟสด หมายถึง เครื่องดื่มกาแฟที่ผ่านกระบวนการผลิตโดยพนักงานขายแล้วส่งให้ผู้บริโภคทันที ด้วยการนำเมล็ดกาแฟคั่วมาบดเป็นผง แล้วเข้าเครื่องชงกาแฟชนิดแรงดัน (Espresso Machines) เมื่อได้น้ำกาแฟในปริมาณที่เหมาะสมจึงปรุงรสด้วยครีม/ นม น้ำตาล ฯลฯ

ร้านกาแฟสด หมายถึง สถานที่จำหน่ายกาแฟใดที่มีลักษณะเป็นอาคารอิสระ (Stand - Alone) ขนาดพื้นที่ 20 - 40 ตารางเมตร อาจตั้งอยู่ในชุมชน ห้างสรรพสินค้า หรืออาคารสำนักงาน

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคกาแฟ หมายถึง ส่วนสำคัญที่มีผลต่อผู้บริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา สถานที่ให้บริการ และการส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจ และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคกาแฟสดจากร้านกาแฟ ในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน หมายถึง ปัจจัยที่เป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนอันเป็นพื้นฐานต่อการตัดสินใจลงทุน ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย การเงิน ลูกค้า กระบวนการจัดการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

ความเป็นไปได้ในการตัดสินใจในการลงทุนทางการเงินในธุรกิจ หมายถึง การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ การวิเคราะห์ ระยะเวลาในการลงทุน (Pay Black Period: PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) และอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Internal Rate of Return : IRR) เพื่อการตัดสินใจในการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟสด ในเขตำบลบางแสน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้ตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องดื่มกาแฟ โดยเปิดร้านที่มีลักษณะเป็นอาคารอิสระ (Stand - Alone) มีพื้นที่ประมาณ 20 - 40 ตารางเมตร และดำเนินการในเขตำบลบางแสน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของบุคคลเกี่ยวกับการซื้อสินค้าหรือบริการโดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจซึ่งขึ้นอยู่กับความพอใจและความต้องการของบุคคล ในที่นี้หมายถึง การตัดสินใจซื้อจากความพึงพอใจในการบริโภคกาแฟจากร้านกาแฟสดที่มีลักษณะเป็นอาคารอิสระ (Stand - Alone) มีพื้นที่ประมาณ 20 - 40 ตารางเมตร

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University