

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

อาหารและเครื่องดื่ม เป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิต ถึงแม้ว่าในช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งส่งผลทำให้การอุปโภคบริโภคลดลงโดยเฉพาะสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่จำเป็นต่อการครองชีพ แต่ธุรกิจร้านอาหารกลับไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เนื่องจากอาหารเป็นสิ่งจำเป็นในการตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกายของมนุษย์ กว๊ายเตี๊ยะ เป็นอาหารประเภทหนึ่งที่มีความนิยมนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคในประเทศไทย เนื่องจากความสะดวกในการซื้อ และความคุ้นเคยในการบริโภค สามารถบริโภคได้ในทุกมื้ออาหาร ทั้งยังสามารถปรุงเป็นอาหารได้หลายรูปแบบ (ธิดิมา ตั้งนนทพัทธ์, 2551)

ปัจจุบันพบว่าผู้บริโภคในประเทศไทยเริ่มหันมาสนใจเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งรวมไปถึงเรื่องอาหารที่รับประทานด้วย ดังนั้นเนื้อปลาและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อปลาจึงเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะเป็นอาหารที่ไม่มีไขมัน และมีคุณค่าทางอาหารสูง ทำให้ผู้บริโภคนิยมรับประทานมากขึ้น (ภคพงศ์ พรหมนุชาธิป, 2555: ออนไลน์) ลูกชิ้นปลาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อปลาและเป็นอาหารที่นิยมมากชนิดหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งสามารถนำมาใช้ประกอบเป็นอาหารได้หลายชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของก๊วยเตี๊ยะลูกชิ้นปลา ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างมาก ซึ่งสังเกตได้จากปริมาณร้านขายก๊วยเตี๊ยะลูกชิ้นปลาที่มีอยู่มากมาย (เอกชัย สกาวรัตน์กุล, 2551)

แต่อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบธุรกิจร้านก๊วยเตี๊ยะปลาในจังหวัดเชียงใหม่ มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละร้านก็มีประเภทของก๊วยเตี๊ยะปลาให้เลือกบริโภคที่หลากหลาย และแตกต่างกันออกไป กลยุทธ์การแข่งขันที่ผู้ประกอบธุรกิจร้านก๊วยเตี๊ยะปลาในปัจจุบันนิยมใช้ ได้แก่ การขยายสาขาให้ครอบคลุมหลายพื้นที่ หรือการใช้กลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งนำไปสู่การลดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ปลา เนื่องจากในปัจจุบันค่าใช้จ่ายต่างๆ เพิ่มสูงขึ้นมาก ทั้งทางด้านวัตถุดิบ ค่าขนส่ง และค่าแรงงาน ทำให้การลดต้นทุนทำได้ยากขึ้น จึงมีผู้ประกอบธุรกิจร้านก๊วยเตี๊ยะปลารายใหญ่ที่เลือกใช้เนื้อปลาลูกชิ้นปลาลงเพื่อที่จะคงราคาไว้ แต่ก็ประสบปัญหาผู้บริโภคบางกลุ่มที่ต้องการคุณภาพไม่ยอมรับก็ทำให้ยอดขายลดลงเช่นกัน ในส่วนผู้ประกอบธุรกิจร้านก๊วยเตี๊ยะปลารายใหญ่ที่เลือกใช้เนื้อปลาชนิดหนึ่งที่พัฒนาขึ้นในประเทศญี่ปุ่นที่เรียกว่า ซูริมิ (Surimi) ชนิดที่มีคุณภาพต่ำ อีกทั้งยังมี

รสชาติ และเนื้อสัมผัสต่างไปจากลูกชิ้นปลาที่มีอยู่ทั่วไปในตลาด ผู้บริโภคจึงยังไม่ยอมรับ และผู้ประกอบการกิจการร้านก๋วยเตี๋ยวปลาบางรายใช้การแก้ ปัญหาด้วยการปรับราคา ก๋วยเตี๋ยวขึ้นซึ่งจะมีผลกระทบต่ออย่างมากกับลูกค้า ส่งผลทำให้ลูกค้าบางกลุ่มหันไปบริโภคก๋วยเตี๋ยวหมู ไก่ หรือเนื้อแทน (วินิจ วิมลรัชต์มโนรม, 2555: สัมภาษณ์)

ร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ. 2519 ตั้งอยู่เลขที่ 46/5-6 ถนนเจริญประเทศ ตำบลช้างคลาน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50100 โดยดำเนินธุรกิจจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา เส้นตาโพ ข้าวต้มปลา และข้าวต้มกุ้ง โดยในช่วงเริ่มต้นของกิจการยอดขายเป็นไปได้ดีตลอดมา แต่ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาทางร้านประสบกับปัญหาจากสภาวะการณ์ด้านเศรษฐกิจ และการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นมากระหว่างผู้ประกอบการร้านก๋วยเตี๋ยวปลาในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้ยอดขายลดลงอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารจึงต้องปรับกลยุทธ์ของร้านเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเรื่อยมา เช่น การเพิ่มความหลากหลายของเมนู การขยายเวลาปิดของร้าน มีการจัดพื้นที่ภายในร้านใหม่ มีการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการของพนักงานมากยิ่งขึ้น เป็นต้น และในช่วง 4 ปีที่ผ่านมาลูกค้ากลับมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยจากจำนวนลูกค้าของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง ปี 2551 มีประมาณ 200 คนต่อวัน ปี 2552 มีประมาณ 180 คนต่อวัน ปี 2553 มีประมาณ 150 คนต่อวัน ปี 2554 ประมาณ 100 คนต่อวัน หรือมีการลดลงคิดเป็นร้อยละ โดยเทียบกับปี 2551 ได้ดังนี้ ปี 2552 ลดลงร้อยละ 10 ปี 2553 ลดลงร้อยละ 25 ปี 2554 ลดลงร้อยละ 50 (วินิจ วิมลรัชต์มโนรม, 2555: สัมภาษณ์)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำมาปรับปรุง พัฒนาและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของทางร้าน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ อย่างสูงสุดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ของของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความพอใจ และความประทับใจ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้บริการร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ร้านก๋วยเตี๋ยวปลารสหนึ่ง หมายถึง ร้านจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา เย็นตาโฟ ข้าวต้มปลา และข้าวต้มกุ้ง ตั้งอยู่ เลขที่ 46/5-6 ถนนเจริญประเทศ ตำบลช้างคลาน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50100 เริ่มเปิดบริการเมื่อ ปี พ.ศ. 2519 ถึงปัจจุบัน