

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์รู้จักการแปรรูปอาหารมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยเริ่มจากการรู้จักถนอมอาหารด้วยการดอง การตากแห้ง และการย่างโดยการใช้ภูมิปัญญาของคนในสมัยนั้นๆ ต่อมาได้มีผู้ค้นคิดวิธีการถนอมอาหารในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น รวมทั้งการแปรรูปอาหารเพื่อเก็บไว้รับประทานนานๆ และคงใจให้เกิดการบริโภคมากขึ้น จึงเกิดมีอาหารหลากหลายชนิดทั้งเป็นแบบสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปเมื่อประชากรมนุษย์และสัตว์เพิ่มมากขึ้น ความต้องการอาหารก็มากขึ้นแต่ทรัพยากรธรรมชาติลดน้อยลง ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทาง สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจทำให้รูปแบบการแปรรูปอาหารเปลี่ยนไปจากเดิมมากมายและมีใช้การแปรรูปอาหารเพื่อมนุษย์เท่านั้นยังต้องแปรรูปสำหรับอาหารสัตว์อีกด้วยทั้งนี้เพราะสัตว์ที่จะมาเป็นอาหารมนุษย์หรือสัตว์เลี้ยงอื่นๆ จำเป็นต้องได้รับการเอาใจใส่ในกระบวนการแปรรูปคล้ายกับการแปรรูปอาหารมนุษย์ด้วยเช่นกัน ดังนั้นการแปรรูปอาหารจึงมีใช้บริโภคในครัวเรือนเท่านั้น ยังมีการผลิตเป็นจำนวนมากเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอกประเทศ และเมื่อจำนวนประชากรมนุษย์และสัตว์เพิ่มมากขึ้นความต้องการมีมากขึ้นตาม การแปรรูปอาหารจึงมีการขยายตัวจากการประกอบการเล็กๆ เป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มากขึ้น (วิไล รังสาทอง, 2545 : 1)

ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 เริ่มมีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารขนาดใหญ่และมีการคิดค้นเครื่องจักรและนำมาใช้ในกระบวนการแปรรูปอาหารกันมากขึ้น และมีการพัฒนารูปแบบเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย อาจกล่าวได้ว่าเครื่องจักรกับอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารนั้นจะต้องควบคู่กันไปเสมอ แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารมีมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นเพราะการบริโภคอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปของประชากรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศมีปริมาณมากขึ้น ตามจำนวนประชากรมนุษย์และสัตว์ที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจึงได้นำเครื่องจักร และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการแปรรูปอาหาร ทำให้สินค้าที่ผลิตได้สามารถเก็บรักษาไว้ได้เป็นเวลานาน นอกจากจะทำให้สินค้าอาหารแปรรูปสามารถเก็บรักษานานแล้วผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงคุณภาพ สุขอนามัย และคุณค่าทางโภชนาการอีกด้วย ผู้ประกอบการแปรรูปอาหารจำเป็นต้องผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานสากลใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยและสามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีคุณภาพตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการ

ผลิต (Good Manufacturing Practice) ในปัจจุบันนักธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศได้สนใจลงทุนประกอบธุรกิจการแปรรูปอาหารมากขึ้น เนื่องจากประเทศไทยมีวัตถุดิบด้านอาหารที่มีคุณภาพอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์มีแรงงานที่มีฝีมืออยู่ในระดับมาตรฐานสากล และค่าแรงไม่แพงมากนักประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายชัดเจนที่จะส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการแปรรูปอาหาร เช่น นโยบายการค้าเสรีกับประเทศด้วยการลดภาษี ออกกฎหมายการค้าที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจ อุดหนุนเงินลงทุนตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการนำเข้าและการส่งออก และประกาศให้ครัวไทยสู่ครัวโลกเป็นต้น ดังนั้นอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารในปัจจุบันจึงมีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศ เพราะนอกจากจะแปรรูปอาหารเพื่อถนอมอาหารสำหรับเลี้ยงประชากรในประเทศแล้ว ยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบจากภาคเกษตรกรรมและเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชนบท ทั้งยังสามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศจำนวนมากด้วย

ในการประกอบกิจการด้านโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจำเป็นต้องอาศัยเครื่องจักรมาใช้ในการกระบวนการผลิตหรือแปรรูปอาหารเพื่อผลิตอาหารให้ได้จำนวนมาก มีคุณภาพสะอาด ถูกสุขลักษณะ และมีมาตรฐานเดียวกันผู้ประกอบการของประเทศไทย ยังได้มีการพัฒนาประเภทและรูปแบบของผลิตภัณฑ์อาหารให้เป็นที่พอใจของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ทำให้สินค้าประเภทอาหารของไทยเป็นที่นิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทผู้ผลิตเครื่องจักรแปรรูปอาหารจึงมองเห็นช่องทางที่จะพัฒนา และเพิ่มการผลิตเครื่องจักรแปรรูปอาหารเพื่อรองรับความต้องการของธุรกิจการแปรรูปอาหาร ที่นับวันมีการขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ทำให้มีผู้ประกอบการผลิตเครื่องจักรแปรรูปอาหารเกิดขึ้นหลายรายด้วยเช่นกัน ดังนั้นการแข่งขันเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดก็จะรุนแรงกันมากขึ้นผู้ประกอบการรายใดที่เข้าใจถึงความต้องการ และทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารได้ก่อนย่อมจะเป็นผู้ได้เปรียบในเชิงแข่งขันทางธุรกิจ

ผู้วิจัยในฐานะที่อยู่ในธุรกิจผลิตเครื่องจักรแปรรูปอาหาร จึงมีความสนใจจะศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดให้กับองค์กร และเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจส่วนตัวต่อไปในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร โดยจำแนกตามสถานภาพของผู้ประกอบการผลิตอาหาร

### ประโยชน์ของการวิจัย

ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ ตลอดจนได้ทราบข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ในการพัฒนาปัจจัยทางการตลาดให้ดียิ่งขึ้น

นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับองค์กร และเป็นแนวทางการทำวิจัยสำหรับผู้สนใจได้เรียนรู้ในโอกาสต่อไป

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาจะมุ่งเน้นในเรื่องหลัก ๆ ดังนี้ ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ภาพลักษณ์ และการบริการหลังการขาย

ด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ผู้ประกอบการผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี พ.ศ. 2549 จำนวนทั้งหมด 498 บริษัทได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 บริษัท

ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงระยะเวลา พฤษภาคม พ.ศ.2549 – สิงหาคม พ.ศ.2549

### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่

ตัวแปรต้น ได้แก่ สถานภาพของผู้ประกอบการผลิตอาหาร ได้แก่ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ ประเภทกิจการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ภาพลักษณ์ และการบริการหลังการขาย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้วิจัยกับผู้อ่านรายงานการวิจัยจึงให้คำนิยามศัพท์เฉพาะดังนี้

**ผู้ประกอบการ** หมายถึงบุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการ ผู้จัดการ วิศวกรฝ่ายผลิต หรือหัวหน้างานฝ่ายผลิต ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับกระบวนการแปรรูปอาหาร

**สถานภาพของผู้ประกอบการผลิตอาหาร** หมายถึงสถานภาพและลักษณะต่างๆของผู้ประกอบการ ได้แก่ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ ประเภทกิจการ

**ปัจจัยทางการตลาด** หมายถึง กลุ่มเครื่องมือทางการตลาดที่บริษัทใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดของบริษัท ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ปัจจัยทางการตลาดจะแบ่งออกเป็น 6 ด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ภาพลักษณ์ และการบริการหลังการขาย

**ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึงเครื่องจักรที่ใช้สำหรับกระบวนการแปรรูปอาหาร ที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการเป็นเจ้าของการใช้ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งผลิตภัณฑ์อาจจะประกอบด้วยตราสินค้า แนวความคิดการออกแบบเครื่องจักร อายุการใช้งาน ความปลอดภัย รูปทรงและความสวยงาม เป็นต้น

**ราคา (Price)** หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์เครื่องจักรแปรรูปอาหารในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น เช่น การตั้งราคาจะมุ่งเน้นที่ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาในการแข่งขัน

**ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)** หมายถึงเส้นทางการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์เครื่องจักรแปรรูปอาหารจากผู้ผลิตไปยังลูกค้า การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรแปรรูปอาหารไปยังตลาดหรือลูกค้า ว่าจะเป็นช่องทางตรง คือจากผู้ผลิตไปยังลูกค้าโดยตรงโดยไม่ต้องผ่านคนกลาง
2. การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์เครื่องจักรแปรรูปอาหารจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เช่น การขนส่งและการเก็บรักษาเครื่องจักร

**การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึงเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายโดยตรง หรืออาจใช้สื่อต่าง ๆ เช่น โฆษณาทางทีวี แจก แคตาล็อกเพื่อ แจ้งข่าวสารและดึงดูดลูกค้า หรือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการขององค์กร

**ภาพลักษณ์ (Image)** หมายถึงการที่บุคคลต่างๆ ได้สัมผัสส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรของผู้ผลิตเครื่องจักร เช่น บุคลิกพนักงานขาย การบริการอุปกรณ์การเรียนและทุนการศึกษา ตลอดจนการติดตามซ่อมและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ในลักษณะต่างๆนี้แล้วทำให้เกิดการรับรู้ข้อเท็จจริงและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัว ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ที่ออกมาเป็นบวกหรือติดลบก็ได้

**การบริการหลังการขาย (After sale service)** หมายถึงการให้บริการหลังจากที่ลูกค้าได้ซื้อสินค้าไปแล้ว เช่น การบริการตรวจเช็คสภาพเครื่องจักร การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการซ่อมและบำรุงรักษาให้ฟรีตลอดระยะ 1 ปี กับลูกค้าที่ซื้อเครื่องจักร การให้บริการหลังการขายถือเป็นข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และผู้ขายอาจจะมีระยะเวลาเป็นตัวกำหนดว่าภายใน 1 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปีแล้วแต่ทั้งสอง ฝ่ายจะตกลงกันได้

**การตัดสินใจซื้อ (Decision)** หมายถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นโดยผู้ประกอบการที่มีความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักร โดยผู้ประกอบการจะระบุประเมินและเลือกตราสินค้าและผู้จำหน่ายที่มีสถานการณ์การซื้อ ผู้ประกอบการต้องทำการตัดสินใจเกี่ยวกับการซื้อหรือไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของสถานการณ์การซื้อ เช่นคุณภาพของสินค้า ปริมาณการซื้อ ประโยชน์ใช้สอย ราคาสินค้า (ยี่ห้อ)

**ผู้ตัดสินใจซื้อ** หมายถึงผู้ที่ทำการตัดสินใจเกี่ยวกับคุณสมบัติเครื่องจักรและ/หรือเลือกซัพพลายเออร์

**เครื่องจักร (Machine)** หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้สำหรับกระบวนการแปรรูปอาหารโดยเฉพาะ ซึ่งจะถูกออกแบบให้เหมาะกับลักษณะการใช้งานของแต่ละประเภทอาหารที่จะนำมาผลิต เครื่องจักรจะมีหลายประเภท เช่น เครื่องทอด เครื่องนึ่ง เครื่องล้าง เครื่องลวก เครื่องอบ เครื่องฆ่าเชื้อ เครื่องแช่เย็น เครื่องแช่เยือกแข็ง และระบบสายพานลำเลียงต่างๆ เป็นต้น

**กระบวนการแปรรูปอาหาร (Processing Food )** หมายถึงการนำวัตถุดิบที่เป็นอาหารมนุษย์และสัตว์มาผ่านกระบวนการแปรรูป เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามต้องการ โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ เป็นตัวช่วยเช่น วัตถุดิบ เครื่องจักร คน และวิธีการ เป็นต้น