

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน ได้มีการขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้น ผู้คนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทำให้มีจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มากถึง 1,208,599 คน ในปีพ.ศ.2546 มีผลทำให้พฤติกรรมกระดำเนินชีวิตของคนเมืองเปลี่ยนแปลงไป มีการแข่งขันสูงขึ้น ความเร่งรีบในชีวิตประจำวันมีมากขึ้น สภาพการจราจรที่ติดขัดเหมือนดั่งเช่นเมืองใหญ่ๆทั่วไป (Echiangmai, 2546: ออนไลน์)

จากปัจจัยที่คนมีความเร่งรีบดังกล่าว ประกอบกับผู้ที่มีการศึกษาที่สูงขึ้น จึงมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภค จากเดิมซึ่งเคยรับประทานข้าว กลับกลายมาเป็นบริโภคอาหารประเภทเบเกอรี่แทน ไม่เพียงเท่านั้นปัจจุบันกระแสของผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะผู้หญิงที่มีจำนวนถึง 605,193 คน ส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจใช้เวลาว่างที่เหลือหลังจากการทำงานหรือในวันหยุด มาเรียนทำเบเกอรี่เป็นงานอดิเรกเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์แล้ว ยังสามารถนำไปทำเป็นของฝากให้แก่ญาติสนิท มิตรสหาย ซึ่งจะสร้างความประทับใจต่อผู้รับ อีกทั้งอาจเป็นหนทางหนึ่งในการสร้างรายได้เสริมให้กับตนเองด้วย เห็นได้จากโรงเรียนที่เปิดสอน ทำเบเกอรี่ได้มีการเพิ่มหลักสูตรสอนการทำขนมที่หลากหลายเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า ประกอบกับ นโยบายปัจจุบันของรัฐ ที่มุ่งสนับสนุนให้ภาคธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญเกิดการขยายตัว และกระจายโอกาสการสร้างธุรกิจ ไปในทุกระดับของสังคม ตั้งแต่ระดับบุคคล ชุมชน จนถึง องค์กรขนาดใหญ่ เพื่อเป็นการสร้างโอกาส รายได้ และทางเลือกให้กับประชาชนในการที่จะเข้าถึง และสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการค้า และธุรกิจ ของประเทศ (Echiangmai, 2546: ออนไลน์)

มูลค่าตลาดรวมของโรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีมากกว่า 5 ล้านบาทสำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2547 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจโรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ที่เปิดดำเนินการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มี 3 แห่ง คือโรงเรียนสอนการผลิตอาหารมาตรฐาน UFM ดำเนินงานเมื่อปี พ.ศ. 2527 ตั้งอยู่บน ถ.ท่าแพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ สถาบันศิลปศาสตร์การอาหาร ดำเนินงานเมื่อปี พ.ศ. 2529 ตั้งอยู่บน ถ.โชตนา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และ โรงเรียนอาชีวศึกษา ตั้งอยู่บน ถ.ไพบรณีย์ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ โดยในแต่ละแห่งได้เปิดหลักสูตรสอน

ทำเบเกอร์ไม่น้อยกว่า 10 หลักสูตรในแต่ละเดือนเช่น หลักสูตรขนมปัง 30 ชนิด ขนมเปียะ ไหว้พระจันทร์ ขนมอบเบื้องต้น 30 ชนิด ขนมอบยอดนิยม ลูกก็ 25 ชนิด และ เค้กชั้นสูง เป็นต้น โดยมีผู้ให้ความสนใจเข้าเรียนเป็นอย่างมากในแต่ละเดือน และมีแนวโน้มที่จะมีผู้สนใจเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของสถาบันศิลปศาสตร์การอาหาร เชียงใหม่, 2548: การสัมภาษณ์)

ปัจจุบันเทคโนโลยีในการทำเบเกอร์มีความทันสมัย และมีความสะดวกสบายมากขึ้น ทั้งในส่วนของ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัสดุดิบ และบุคลากร จึงทำให้การเรียนทำเบเกอร์เป็นเรื่องที่ง่ายกว่าในอดีต ดังนั้นธุรกิจโรงเรียนสอนทำเบเกอร์จึงมีโอกาสขยายตัวอีกมาก คาดว่าจะมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาร่วมทำตลาดมากขึ้น เนื่องจากยังเป็นตลาดที่มีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก และการเติบโตอย่างต่อเนื่องธุรกิจนี้จึงเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากตลาดโรงเรียนสอนทำเบเกอร์เป็นตลาดที่มีกำไรต่อหน่วยสูงมาก โรงเรียนแต่ละแห่งมีการนำกลยุทธ์ทางตลาดเข้ามาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และใช้แข่งชิงส่วนแบ่งการตลาดนี้ ทั้งเรื่องของการมีหลักสูตรที่หลากหลาย การให้ลูกค้าเป็นผู้กำหนดเวลาเรียนได้ การให้สิทธิพิเศษกับผู้ที่เคยเรียนแล้วจ่ายค่าเรียนเพียงครึ่งราคาในการเรียนหลักสูตรต่อไป การสร้างบรรยากาศในการเรียนให้สนุกสนาน หรือการเชิญวิทยากรที่มีชื่อเสียงมาสอน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นปัญหาที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกโรงเรียนสอนทำเบเกอร์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ได้ชื่อว่า เป็นเมืองหลักของภาคเหนือ (สมุตรายงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2546: 6)

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกโรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกโรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ได้แนวทางการจัดการเรียนการสอนเบเกอรี่ ให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้มากที่สุด

## 1.4 นิยามศัพท์

**ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง การจัดกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการนำเสนอสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยทำให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และอยู่รอดได้ อาจรวมถึงสามารถขยายกิจการในอนาคต โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และภาพลักษณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence) (ธีรจิตติ นวรัตน์ ณ อุรุยา, 2547)

**โรงเรียนสอนทำเบเกอรี่** หมายถึง สถานที่บริการให้ความรู้ วิธีการ และเทคนิคการทำขนมอบชนิดต่างๆ เช่น ขนมปัง ขนมเปี๊ยะ คุกกี้ เค้ก แอแคล แซนด์วิช เดนนิชเพสตรี โดนัท พัพเพสตรี พาย เป็นต้น

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ที่ปัจจุบันกำลังเรียนทำเบเกอรี่ ที่โรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่