

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

อาหารถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ อาหารมีหลากหลายรูปแบบ โดยในปัจจุบันผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารมากยิ่งขึ้น เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันต้องแข่งขันกับเวลาทั้งในเรื่องของการเดินทางและการทำงาน ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคนิยมเลือกรับประทานแทนการบริโภคอาหาร เนื่องจากเบเกอรี่รับประทานง่าย และมีความอร่อย (จันทน์ อริยะพงศ์สรรค, 2540: 235-241) ทำให้การเปิดร้านเบเกอรี่ในยุคปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและอย่างเห็นได้ชัด ทั้งที่เป็นร้านของตราหมีหรือที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ และในประเทศ รวมทั้งธุรกิจเบเกอรี่ขนาดเล็กที่กำลังจะเติบโตขึ้นมาเรื่อยๆ (พิระวุธ ฉัตรกุล ณ อยุธยา, 2546: 7)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ การอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวทางภาคเหนือตอนบน โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละช่วงปี 2540 – 2543 มีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนเพิ่มขึ้นจากปี 2542 ร้อยละ 1.2 เป็น 3.36 ล้านคน ซึ่งแบ่งเป็นคนไทย 2.00 ล้านคน และคนต่างประเทศ 1.36 ล้านคน (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขาจังหวัดเชียงใหม่, 2548 : เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์) ส่งผลให้ธุรกิจทุกประเภทในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งธุรกิจเบเกอรี่เกิดการแข่งขันกันอย่างสูง ทั้งทางด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และทางด้านการจัดจำหน่าย (สุมาตรา วรรณสูตร, 2543: 1) ซึ่งการเติบโตของร้านเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากร้านเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และได้รับความนิยมมากขึ้นในกลุ่มลูกค้าจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะเครื่องดื่มจำพวก ชา กาแฟ รวมไปถึงน้ำผลไม้ ส่งผลให้การประกอบธุรกิจร้านเบเกอรี่เติบโตตามไปด้วย เนื่องจากผู้บริโภคนิยมบริโภคเครื่องดื่มจำพวก ชา กาแฟควบคู่ไปกับการบริโภคเบเกอรี่ เช่น ขนมเค้ก พาย คุกกี้ เป็นต้น จึงทำให้จำนวนร้านเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มลูกค้าที่เข้าร้านเครื่องดื่ม (เมษลดา ตัณฑววรรณ, 2550)

จากการสำรวจพบว่าในปัจจุบันจำนวนร้านเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนมากกว่า 20 ร้าน ทั้งที่เป็นร้านของตราหมีหรือที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ และในประเทศ เช่น ร้านเอสแอนด์พีเบเกอรี่ ร้านฟาร์มเฮ้าส์ ร้านฝ้ายเบเกอรี่ ร้านผิงน้อยเบเกอรี่ ร้านยูเอฟเอ็มเบเกอรี่ ร้านมังกรทองเบเกอรี่ ร้านขนมร้านมิสเตอร์โดนัท ร้านคังกิงโดนัท ร้านเดอะโอเวน ร้านขนมบ้านอาจารย์ ร้านขนมคุณแม่

ร้านขนมคุณนาย ร้านเกษมสตรี ร้านบัวเบเกอรี่ ร้านปอเบเกอรี่ ร้านใหม่เบเกอรี่ ร้านเรือนไม้ เป็นต้น จึงทำให้ธุรกิจเบเกอรี่มีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีสำหรับผู้บริโภคที่จะได้มีทางเลือกในการบริโภคเบเกอรี่มากขึ้น ฉะนั้นการคิดค้นเมนูที่มีความแตกต่างไปจากเดิม ให้ความแปลกใหม่ นำรับประทานยิ่งขึ้น และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ก็จะทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องทราบถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง (เมษลดา ตัณฑวรรณ, 2550)

จากเหตุผลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการวางแผนจัดส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ รวมทั้งแก้ปัญหาต่างๆ ที่ผู้ซื้อประสบจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือคู่แข่ง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัญหาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ตัวแปรที่ทำให้เกิดความ ต้องการ เกิดขึ้นจากสภาพจิตใจซึ่งเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ได้แก่ ขนมเค้ก (Cakes) พาย (Pies) ขนมปัง (Bread) ครั้วซอง (Croissants) คุกกี้ (Cookies) เอclair (Eclair) และขนมอบอื่นๆ เช่น ขนมเปียะ ขนมโมจิ ขนมดอกท้อหวาน ขนมปัง เป็นต้น

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่