

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในประเทศแถบเอเชียแปซิฟิก ปัจจุบันประชากรมีชีวิตความเป็นอยู่แบบเร่งรีบขึ้นและรับเอาวัฒนธรรมจากประเทศอุตสาหกรรมเข้ามา นิสัยการบริโภคอาหารเปลี่ยนไปทำให้ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เข้ามามีบทบาท ดังจะเห็นว่าผู้บริโภคยุคใหม่นิยมรับประทานผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มากขึ้น โดยส่วนใหญ่มีความชอบผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยรวมแล้วจะบริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สัปดาห์ละ 1 ชิ้นเป็นอย่างต่ำ ทำให้ปัจจุบันตลาดเบเกอรี่ในประเทศไทยมีแนวโน้มการขยายตัวสูงขึ้น ซึ่งในปี พ.ศ. 2539 ตลาดเบเกอรี่มีมูลค่าสูงถึง 4,200 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 30- 40 ต่อปี (อรอรนงค์ นัยวิกุล, 2541)

ธุรกิจร้านเบเกอรี่จึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจในอย่างหนึ่งที่มีผู้สนใจลงทุนเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่มาก โดยเฉพาะในช่วงสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ (อรอรนงค์ นัยวิกุล, 2541) โดยประเภทของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แบ่งออกได้เป็น 7 ประเภทได้แก่ ขนมปัง (bread) เค้ก (cake) พายชั้น (pies) เดนิช / คริวซองต์ (danish/Croissant) คุกกี้ (cookies) เอแคลร์ (éclair) และขนมอบอื่น ๆ เช่น ขนมเปียะ ขนมโมจิ ขนมดอกท้อควน ขนมผิง เป็นต้น

สำหรับในจังหวัดเชียงใหม่ปัจจุบันมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,630,769 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2548: ออนไลน์) เป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ การอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวทางภาคเหนือตอนบน โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้นทุกปี โดยแต่เดิมธุรกิจร้านเบเกอรี่ของจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนน้อย ทำให้การแข่งขันยังไม่สูง แต่ในช่วงที่ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนี้ ส่งผลต่อธุรกิจทุกประเภทในจังหวัด รวมทั้งธุรกิจร้านเบเกอรี่ที่ต้องมีการแข่งขันกันอย่างสูง ทำให้มีสถานประกอบการประเภทเบเกอรี่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีสถานประกอบการประเภทเบเกอรี่ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กที่ขึ้นทะเบียนอาหารและยาพ.ศ.2542 จำนวน 52 ราย (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2542 อ้างถึงใน สุมาตรา วรรณสูตร, 2543) ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจเบเกอรี่นับว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจประเภทหนึ่ง โดยมีการคาดหมายกันว่ากำไรจากการประกอบธุรกิจนี้มีมากถึงร้อยละ 50 ของราคาจำหน่าย

จะเห็นได้ว่า นับวันธุรกิจเบเกอร์รี่จะเติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ ต่อไปจะเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น ซึ่งเห็นได้จากปัจจุบันนี้ที่มีร้านเบเกอร์รี่เปิดเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากนั้น และในการทำธุรกิจร้านเบเกอร์รี่นี้จำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องการทำขนมอบต่าง ๆ และความรู้เกี่ยวกับด้านการตลาดก็จำเป็นมากเช่นกัน เพราะจะเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้กิจการดำเนินไปได้ และประสบความสำเร็จ มีสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นจึงทำให้เกิดหัวข้อในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และความพอใจของผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะได้ทราบว่าจริง ๆ แล้ว สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการคืออะไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์มากกับผู้ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเบเกอร์รี่จะได้นำไปปรับใช้กับกิจการได้ เพื่อให้กิจการประสบความสำเร็จในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ ของผู้ซื้อ
- 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ในร้านเบเกอร์รี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการของผู้ซื้อ และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ของผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆ และใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึง พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ของผู้ซื้อ ตลอดจนความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ ซึ่งจะศึกษากลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอร์รี่ในร้านเบเกอร์รี่ ในเขต

เทศบาลนครเชียงใหม่ โดยทำการแบ่งผู้ซื้อตามกลุ่มอาชีพ ซึ่งแบ่งกลุ่มอาชีพออกเป็น 5 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มนักศึกษา กลุ่มพนักงานเอกชน กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ

โดยจะมีช่วงระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่ วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2548 จนถึงวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2549 และทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งจะมีทั้งแบบสอบถามปลายปิด และปลายเปิด

### 1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

**ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่** หมายถึงขนมทุกชนิดที่ผ่านกระบวนการอบ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภทได้แก่ ขนมปัง(bread) เค้ก(cake) พายชั้น(pies) เดนิช /ครัวซองต์ (danish/Croissant) คุกกี้ (cookies) เอแคลร์ (éclair) และขนมอบอื่น ๆ เช่น ขนมเปี๊ยะ ขนมโมจิ ขนมดอกท้อหวาน ขนมฝิง เป็นต้น

**ร้านเบเกอรี่** ในการศึกษาในที่นี้ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- 1) ซูเปอร์พรีเมียม เป็นร้านเบเกอรี่ที่จำหน่ายในโรงแรม
- 2) พรีเมียม กลุ่มนี้ประกอบไปด้วยแบรนด์เนมที่อยู่ในตลาด เช่น เอสแอนด์พี ยามาซากิ ยูเอฟเอ็ม ฟิ้งน้อย เป็นต้น
- 3) โมเดิร์นเทรด เป็นเบเกอรี่ของห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ เช่น บิ๊กซี เทสโก้ โลตัส คาร์ฟูร์ เป็นต้น

**ผู้ซื้อ** หมายถึงผู้ที่เข้าไปใช้บริการในร้านเบเกอรี่ทั้ง 3 ระดับ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น