

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันตลาดเบเกอรี่ในประเทศไทยมีแนวโน้มการขยายตัวสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคยุคใหม่นิยมรับประทานผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เพราะมีความสะดวกในการรับประทาน เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในยุคที่ต้องแข่งขันกับเวลาทั้งในเรื่องของการเดินทางและการทำงาน สามารถบริโภคแทนอาหารเข้าได้ ราคาไม่แพงและหาซื้อสะดวก ซึ่งในปีพ.ศ. 2539 ตลาดเบเกอรี่มีมูลค่าสูงถึง 4,200 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 30-40 ต่อปี ธุรกิจร้านเบเกอรี่จึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจอย่างหนึ่งที่มีผู้สนใจลงทุนเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่มากโดยเฉพาะในช่วงสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ¹ โดยประเภทของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่แบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่ ขนมปัง (Bread) เค้ก (Cake) พายชั้น (Pies) เดนิช / ครัฟฟองด์ (Danish / Croissant) คุกกี้ (Cookies) เอclair (Eclair) และขนมอบอื่น ๆ เช่น ขนมเปียะ ขนมโมจิ ขนมดอกคำควน ขนมผิง เป็นต้น

จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,582,222 คน² เป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ การอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวทางภาคเหนือตอนบน โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ.2539 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 3.04 ล้านคน ในปีพ.ศ.2540 มีจำนวน 3.05 ล้านคน และในปีพ.ศ.2541 มีจำนวน 3.29 ล้านคน³ โดยแต่เดิมธุรกิจร้านเบเกอรี่ของจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนน้อย ทำให้การแข่งขันยังไม่สูง แต่ในช่วงที่ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจนี้ ส่งผลต่อธุรกิจทุกประเภทในจังหวัด รวมทั้งธุรกิจร้านเบเกอรี่ที่ต้องมีการแข่งขันกันอย่างสูง ทำให้มีสถานประกอบการประเภทเบเกอรี่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก จากข้อมูลของ

¹ อรอนงค์ นัยวิกุล, "ผลิตภัณฑ์ขนมอบ", อุตสาหกรรมอาหาร, 9, 1 (มกราคม 2541) : 28.

² สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ สรุปข้อมูลประชากรจังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2541

³ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 1 เขต 2 เขต 3 และเขต 4 สรุปข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2542

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีสถานประกอบการประเภทเบเกอรี่ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็กที่ขึ้นทะเบียนอาหารและยาพ.ศ. 2542 จำนวน 52 ราย⁴

ห้างหุ้นส่วนสามัญชนมบ้านอาจารย์ (คณะบุคคล) เป็นร้านผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เบเกอรี่ ผลิตขนมเบเกอรี่ออกจำหน่ายครั้งแรกในปี พ.ศ.2537 ซึ่งในขณะนั้นเป็นกิจการภายใน ครอบครัวขนาดเล็กผลิตและจำหน่ายขนมเบี๊ยะเพียงอย่างเดียวซึ่งผลิตได้ในปริมาณน้อย ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นประมาณ 10,000 บาท โดยผลิตขนมภายในบ้านพักข้าราชการสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ มีพนักงานผู้ช่วยเพียง 2 คน ซึ่งในช่วงเริ่มต้นรับผลิตตามสั่งเท่านั้น โดยไม่ได้วางผลิตภัณฑ์จำหน่ายในท้องตลาด หลังจากที่ผลิตภัณฑ์เริ่มมีผู้รู้จักมากขึ้นจึงได้นำผลิตภัณฑ์ไปฝากจำหน่ายยังร้านค้าสะดวกชื่อ SEVEN-ELEVEN (เฉพาะในเขตจังหวัดเชียงใหม่) และในปลายปี 2540 จึงได้ย้ายออกมาผลิตและจำหน่ายเองที่ร้านขนมบ้านอาจารย์

ปัจจุบันห้างหุ้นส่วนสามัญชนมบ้านอาจารย์ (คณะบุคคล) ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 2 ซอย 2 ถนนหมื่นคำพร้าวด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีพนักงานทั้งหมด 15 คน โดยมีอุปกรณ์เครื่องมือในการผลิตขนมที่ทันสมัยมากขึ้นทำให้เริ่มผลิตขนมชนิดอื่นด้วย อีกทั้งมีการพัฒนารูปแบบที่บ่มต่อผลิตภัณฑ์ให้สวยงามตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่และนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดที่หาสินค้าจากเชียงใหม่เป็นของฝาก เนื่องจากการแข่งขันในตลาดเบเกอรี่จังหวัดเชียงใหม่ที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ทางร้านมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องโดยคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญ ประกอบกับมีจุดเด่นอยู่ที่มีผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสด มีรสชาติและรูปลักษณะที่ต่างจากขนมเบี๊ยะอื่นในท้องตลาด จึงมีผู้ซื้อทั้งที่เป็นประชากรในจังหวัดเชียงใหม่เองและนักท่องเที่ยวที่นิยมซื้อเป็นของฝากจากเชียงใหม่จำนวนมาก ทำให้มียอดจำหน่ายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นทุกปี ในปีพ.ศ. 2540 ห้างหุ้นส่วนสามัญชนมบ้านอาจารย์ (คณะบุคคล) มียอดจำหน่าย 4 แสนบาท ในปี พ.ศ. 2541 มียอดจำหน่าย 1.33 ล้านบาท และในปีพ.ศ. 2542 มียอดจำหน่ายสูงขึ้นเป็น 2.03 ล้านบาท⁵

สำหรับวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของทางร้าน ได้แก่ แป้ง มะพร้าว น้ำตาลทราย ถั่วเขียว น้ำมันพืช และไข่เค็ม มีการตั้งซื้อทั้งจากร้านค้าย่อยในจังหวัดเชียงใหม่และจากบริษัทโดยตรง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายมีทั้งหมด 7 ชนิด ได้แก่ ขนมเบี๊ยะ ขนมกลีบลำดวน ขนมสาเกี๊ยะทิพย์ ขนมครองแครง ขนมดอกจอก แหนมซี่โครงหมูและแหนมกระเทียมโทน ซึ่งมีขนมเบี๊ยะเป็นเอกลักษณ์เด่นของทางร้าน ผู้ประกอบการใช้หลักเกณฑ์ในการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน คือ ยึดถือ

⁴ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ สรุปรายชื่อสถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนอาหารและยา สิงหาคม 2542.

⁵ สำนักงานสรรพากรอำเภอเมืองเชียงใหม่. แบบแสดงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา(ภ.ง.ด.90).

ต้นทุนเป็นหลักแล้วบวกส่วนเพิ่มหรือกำไร โดยราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแสดงไว้ในภาคผนวก ค โดยผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั้งที่ร้านขนมบ้านอาจารย์ ร้านค้าสะดวกซื้อ SEVEN-ELEVEN (เฉพาะในเขตจังหวัดเชียงใหม่และฝากจำหน่ายเฉพาะขนมเปียะเพียงอย่างเดียว) และร้านค้าในจังหวัดลำปาง ได้แก่ ร้านสินเจริญ (ตั้งอยู่หน้าไทยทีวีสีช่อง 8) และเสรีพลาซ่า ร้านค้าในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ร้านเจ๋ง เจ๋ง (บนห้าง BIG C)

ดังนั้นภายใต้สภาพการแข่งขันที่สูงขึ้น กลยุทธ์ที่ถูกกำหนดขึ้นนั้นจะมุ่งเน้นถึงกิจกรรมทางการตลาดที่สร้างขึ้นเพื่อสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ที่จะทำให้เขาเหล่านั้นตัดสินใจซื้อสินค้าและกลับมาซื้อสินค้าต่อไปอีกในภายหน้า ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึง ความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการวางแผนจัดส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ รวมทั้งการแก้ปัญหาต่างๆที่ผู้ซื้อประสบจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือคู่แข่ง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาที่ผู้ซื้อพบต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์
2. เพื่อทราบถึงปัญหาของผู้ซื้อที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์