

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

ตลาดไอศกรีมในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น จากการสำรวจตลาดไอศกรีมในปี 2547 คาดว่าจะมีมูลค่าทางการตลาดประมาณ 9,000 ล้านบาท เทียบกับปีที่ผ่านมาจะมียอดขายเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 ทั้งนี้เป็นเพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยที่นิยมบริโภคของหวานประเภทแช่แข็ง หรือ ไอศกรีม เพื่อคลายความร้อนจากสภาพอากาศ การเติบโตของตลาดไอศกรีมทำให้มีจำนวนผู้จำหน่ายเพิ่มขึ้นทั้งไอศกรีมที่เป็นแบรนด์ต่างประเทศและไอศกรีมที่ผลิตในท้องถิ่น ธุรกิจไอศกรีมในประเทศไทยยังมีช่องว่างของตลาดที่เปิดกว้าง โดยเฉพาะตลาดไอศกรีมในต่างจังหวัดเนื่องจากปัจจุบันนี้อัตราการบริโภคไอศกรีมของคนไทยยังต่ำมาก เพียงแค่ 1.5 ลิตรต่อคนต่อปีเท่านั้น เมื่อเทียบกับต่างประเทศเช่น อเมริกา 24 ลิตรต่อคนต่อปี ยุโรป 8 ลิตรต่อคนต่อปีหรือแม้แต่ประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซีย 2.5 ลิตรต่อคนต่อปี (วอลล์ซ็อก! ตลาดไอศกรีม แฟงเอนเตอร์เทนเอาใจจ๊าบ, 2547 : 18)

ไอศกรีมเป็นของหวานแช่แข็ง มีส่วนประกอบสำคัญคือ นม ไขมัน น้ำตาล ผสมกับเครื่องปรุงรสต่าง ๆ เช่น ช็อกโกแลต วานิลลา กาแฟ และผลไม้หลากหลายชนิด ซึ่งการบริโภคไอศกรีมทั่วโลกคิดเป็น 70 % ของปริมาณของหวานแช่แข็งทั้งหมด ไอศกรีมสามารถจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

#### 1. ไอศกรีม (Ice Cream)

มีส่วนผสมของนม น้ำตาล ไขมัน และเครื่องปรุงรสต่าง ๆ เช่น ช็อกโกแลต วานิลลา กาแฟ หรือจะเป็นผลไม้หลากหลายชนิดไม่ว่าจะเป็น สตรอเบอร์รี่ บลูเบอร์รี่ ข้าวโพด ที่เป็นส่วนประกอบหลักๆ ซึ่งเรียกไอศกรีมประเภทนี้ว่า “ไอศกรีมพรีเมียม” จะมีส่วนผสมของไขมันมากกว่าไอศกรีมทุกชนิด

#### 2. ไอศกรีมหวานเย็นผสมนม (Milk Ice or Ice Milk)

มีปริมาณไขมันน้อยกว่าไอศกรีมในระดับพรีเมียม มีส่วนผสมของน้ำตาล นม และเครื่องปรุงรสอื่นๆ ไอศกรีมประเภทนี้สามารถผลิตได้ทั้งแบบเนื้อนุ่มและแบบเนื้อแข็ง

#### 3. ไอศกรีมเชอร์เบท (Sorbet Ice Cream)

ไอศกรีมเชอร์เบทจะไม่มีไขมัน หรืออาจจะมีในปริมาณที่น้อยมาก มีส่วนผสมที่

สำคัญคือน้ำผลไม้ น้ำตาล และมีนมเป็นส่วนประกอบเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จะมีรสชาติเปรี้ยวและหวาน เนื้อไอศกรีมจะมีลักษณะเหนียว เนื้อเนียน ละเอียดย สีสันสดใส

#### 4. ไอศกรีมซอร์เบท (Sorbet Ice Cream)

ไอศกรีมประเภทนี้จะไม่มีไขมันคล้ายกับไอศกรีมเชอร์เบท มีส่วนผสมที่สำคัญคือผลไม้ (น้ำผลไม้หรือเนื้อผลไม้บด) และน้ำตาล แต่ไอศกรีมซอร์เบทจะมีปริมาณน้ำตาลมากที่สุด และเนื้อไอศกรีมจะมีลักษณะเป็นเกร็ดนุ่ม ให้รสชาติผลไม้เข้มข้นกว่าไอศกรีมเชอร์เบท

#### 5. ไอศกรีมหวานเย็น (Water Ice)

ไอศกรีมหวานเย็นจะมีส่วนผสมหลักๆ คือ น้ำ น้ำตาล และเครื่องปรุงรส ซึ่งจะมีการแต่งกลิ่นเพิ่มเติม เพื่อช่วยให้มีกลิ่นตามที่ต้องการ ไม่มีส่วนผสมของไขมัน และมีสัดส่วนของปริมาณน้ำมากที่สุด สีและรสเป็นส่วนประกอบที่สำคัญเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีสีสันและรสชาติที่ต้องการ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นแท่ง

#### 6. ไอศกรีมโยเกิร์ต (Yoghurt Ice Cream)

มีส่วนผสมหลักคือ ไอศกรีมและโยเกิร์ตซึ่งจะให้รสชาติหวานกลมกล่อมแบบไอศกรีมและมีรสเปรี้ยวเล็กน้อยแบบโยเกิร์ต ผลิตได้หลายรสชาติเหมือนไอศกรีมทั่วไป แต่โดยส่วนใหญ่จะใช้รสชาติของผลไม้เป็นหลัก (ศรีบุตร ชัยวิรุฬห์วรกุล, 2547: สัมภาษณ์)

เอซี นีลสันระบุว่าตลาดไอศกรีมระดับกลางมีมูลค่ารวมประมาณ 5,300 ล้านบาทโดยมี 4 แปรนด์หลักในตลาดได้แก่ วอลล์ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 65.9 เนสเล่ ร้อยละ 16 กริโม ร้อยละ 9.5 และยูไนเต็ดย้อยละ 8.6 (ไอศกรีมเปิดศึกนอกฤดูกลาง ชิงแชร์ / กระตุ้นภาพรวมโต, 2547 : B5) สำหรับไอศกรีมประเภทดกและถ้วยที่นิยมมากที่สุดคือสเวนเซนส์ รองลงมาคือบัดส์ ฮากัน ดาส และบาสกิ้นรอบบิ้น ตามลำดับโดยเลือกซื้อจากร้านค้าที่มีผู้แช่มากที่สุดรองลงมาคือซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านที่มีแฟรนไชส์ (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2539 : ออนไลน์)

บัดส์ไอศกรีม (Bud's Ice Cream) เป็นไอศกรีมระดับพรีเมียมซึ่งมีเจ้าของแฟรนไชส์อยู่ที่ซานฟรานซิสโก รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มต้นทำตลาดไอศกรีมระดับพรีเมียมในเมืองไทยเมื่อปี พ.ศ. 2536 โดยบริษัทอเมริกัน ฟู้ด จำกัด (American Food Company Limited) มีโรงงานผลิตไอศกรีมที่อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี (ชรรมมา ปิ่นสุกาญจนะ, 2547: สัมภาษณ์)

ร้านบัดส์ไอศกรีมสาขาแรกและสาขาเดียว ที่จังหวัดเชียงใหม่เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ 2541 ตั้งอยู่เลขที่ 160/2 ถนนแก้วนครรัฐ ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจุบันร้านจำหน่ายไอศกรีมในระดับพรีเมียมมีจำนวนเพิ่มมากยิ่งขึ้นโดยกระจายกันอยู่ตามห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าต่าง ๆ ทั่วจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ร้านสเวนเซนส์ 5 สาขา

ร้านฮากันดาส 1 สาขา และร้านบาสกิ้นรอบบิ้น 3 สาขา มีการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้นส่งผลกระทบต่อร้านบัตส์ไอศกรีมที่เห็นได้ชัดคือยอดขายปี พ.ศ 2547 ของทางร้านลดลงถึง 10 % จากปี พ.ศ. 2541 (ศรีบุตร ชัยวิรุฬห์วรกุล, 2547: สัมภาษณ์) ร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่จึงต้องพยายามที่จะศึกษา และหาแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการของร้านให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้อมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการวางแผนทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเข้ามาใช้บริการ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน บัตส์ ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่
2. นำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น และเป็นข้อมูลสำหรับผู้เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ

## 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงาน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

**ลูกค้า** หมายถึงลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่

**ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงานขาย ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

**ร้านบัตส์ไอศกรีม สาขาเชียงใหม่** หมายถึง ร้านไอศกรีมที่ตั้งอยู่ที่ 160 / 2 ถนนแก้ววรัฐ ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่