

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันตลาดขนมปังมีมูลค่า 6,000 ล้านบาท ปีนี้คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20 เนื่องจากเป็นตลาดที่สอดคล้องกับช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ คนไทยมีกำลังการซื้อที่ลดลง อีกทั้งการดำเนินชีวิตมีความเร่งรีบอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับการบริโภคของคนไทยยังมีน้อยมาก คือ 3.8 กิโลกรัมต่อปี เมื่อเทียบกับในประเทศเอเชียด้วยกัน อย่างประเทศสิงคโปร์มีมากกว่า 6 - 7 เท่า ส่งผลให้ตลาดขนมปังยังขยายตัวได้อีกมาก ในปัจจุบันมีผู้ดำเนินธุรกิจขนมปังได้แก่ บริษัทเพชรจินต์ เบเกอรี่ จำกัด (มหาชน) ภายใต้ชื่อ ฟาร์มเฮ้าส์ และบริษัท การ์ดิเนีย ฟู้ดส์ (ประเทศไทย) ภายใต้ชื่อ การ์ดิเนีย (เบสฟู้ดส์กลุ่มอาหารต้องโตร้อยละ 20 โฟกัสน้ำสลัด-สเปรด, 2548: ออนไลน์)

ผู้บริโภคมีความสนใจและใส่ใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ อาทิเช่น ผักปลอดสารพิษ พืชสมุนไพร และธัญชาติต่างๆ รวมถึงความสมดุลของอาหารที่รับประทาน การรับประทานอาหารตะวันตกซึ่งประกอบด้วย เนื้อสัตว์ ไขมัน นม เนย เป็นส่วนใหญ่ ทำให้เป็นโรคต่างๆ ในปัจจุบันชาวตะวันตกเริ่มตระหนักถึงพิษภัยของการรับประทานอาหารซึ่งไม่สมดุล จึงมีการสนับสนุนให้ลดการรับประทาน เนื้อสัตว์ นม เนย ให้เพิ่มการรับประทาน พืช ผัก และธัญชาติ (อาหารเพื่อสุขภาพ, 2548: ออนไลน์) ปัจจุบันข้าวสาลีโดเด่นที่สุดในอาหารประเภทข้าวด้วยกัน เพราะมีคุณค่าทางโภชนาการสูงสามารถนำไปทำอาหารได้หลายชนิด ข้าวสาลีมีโปรตีนอยู่ระหว่าง ร้อยละ 6-20 เป็นแหล่งวิตามินอี และมีในเตรคมสารอาหารที่มีคุณค่าเหล่านี้กระจายอยู่ใน 3 ส่วนสำคัญของเมล็ดข้าวสาลี ส่วนแรก อยู่บริเวณเปลือกหุ้มด้านนอกของเมล็ด รำข้าวส่วนนี้มีโปรตีนโดยรวมน้อย แต่เป็นโปรตีนที่มีคุณภาพสูง และมีกรดอะมิโนเฉพาะที่เรียกว่า ไลซีนมากที่สุด และในเส้นใยอาหาร ในรำข้าวนี้เองที่พบวิตามินบีรวม แล้วมากถึงครึ่งหนึ่งของปริมาณรวมวิตามินบีทั้งหมดที่พบในเมล็ดข้าวสาลี และรำข้าวยังเป็นส่วนที่มีเกลือแร่ที่สำคัญ และจำเป็นต่อร่างกาย คือ สังกะสี ทองแดง และไอโอดีนมากกว่าส่วนอื่น ๆ ส่วนที่สอง เรียกว่า เนื้อเยื่อเลี้ยงต้นอ่อน คือส่วนที่เป็นแป้งสีขาวตรงกลางเมล็ดประกอบด้วยโปรตีนและแป้งมากถึง ร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับปริมาณมวลรวมทั้งหมดของเมล็ดข้าวสาลี ส่วนสุดท้าย เรียกว่า จมูกข้าวสาลี อยู่ที่ฐานของเมล็ดข้าว ซึ่งนอกจากจะมีวิตามิน และเกลือแร่ เหมือนรำข้าวแล้วยังเป็นแหล่งวิตามินอี และกรดไขมันไม่อิ่มตัวที่สำคัญอีกด้วย แป้งข้าวสาลีทำได้ทั้งจากข้าว สาลีชนิดแข็งเหมาะสำหรับทำขนมปัง (ข้าวสาลีโฮลวีท, 2548 : ออนไลน์)

ซึ่งขนมปังที่ควรเลือกรับประทานควรเป็น ขนมปังเพื่อสุขภาพโดยผลิตจากแป้งที่ทำ จากข้าวสาลี ชนิดนุ่ม เป็นแป้งแปรรูปที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง เพราะมีสารอาหารมาก และมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยเฉพาะขนมปังเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มการผลิตเพิ่มโดยมีมูลค่า 1,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 - 40 มีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมาก เพราะคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ขณะที่ขนมปังขาวยังคงเป็นตลาดใหญ่อยู่ราวร้อยละ 60 - 70 และเมื่อเทียบกับตลาดต่างประเทศ อัตราการบริโภคขนมปังขาวมีเพียง ร้อยละ 30 - 40 ส่วนขนมปังเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 60 - 40 หรับแผนการตลาดของการ์ดิเนีย บริษัทจะเน้นกลุ่มขนมปังเพื่อสุขภาพในเชิงรุกมากขึ้น เนื่องจากเป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูง โดยสิ้นปีนี้บริษัทตั้งเป้ามีรายได้ 600 ล้านบาท เติบโตเป็น 2 เท่าตัว จากในปีที่ผ่านมา มีรายได้ 300 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากขนมปังเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 50 และอื่นๆ ร้อยละ 50 (เบสฟู้ดส์กลุ่มอาหารต้องโตร้อยละ 20 โฟกัสน้ำสลัด-สเปรด, 2548 : ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างมาก และมีการเปลี่ยนแปลงแบบสังคมเมืองมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด มีจำนวน 242,726 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2547 : ออนไลน์) อาหารหลักของคนเชียงใหม่ คือ ข้าวเหนียว แต่ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย ขนมปังจึงเป็นอาหารอย่างหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลเข้ามา จะเห็นได้จาก เซเว่น อีเลฟเว่น โฮปเปอร์มาเก็ต ร้านสะดวกซื้อ ที่มีการขยายตัวในการผลิตและการขาย ทั้งนี้ในกลุ่มขนมปัง จึงมีขนมปังโฮลวีทวางขายอยู่ด้วย เพื่อตอบสนองต่อบุคคลที่ใส่ใจในสุขภาพ เนื่องจากขนมปังโฮลวีทมีคุณค่าทางอาหาร และมีคุณสมบัติช่วยในการป้องกันโรคต่างๆ อาทิเช่น โรคเบาหวาน เส้นเลือดอุดตันหัวใจ

ดังนั้นจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีทของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ นำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมปังโฮลวีท

วัตถุประสงค์การศึกษา

ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีทของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีทของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ นำไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับ การดำเนินธุรกิจขนมปังโฮลวีท

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ขนมปังโฮลวีท หมายถึง ขนมปังที่ใช้เมล็ดข้าวสาลีที่ยังไม่ได้ผ่านการขัดสี จึงมีทั้งจมูกข้าวสาลีและรำข้าวสาลีรวมกันอยู่เมื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขนมปัง จะทำให้ได้คุณค่าทางอาหาร โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน โยอาหาร วิตามิน B1 , B2 วิตามิน C แคลเซียม ฟอสฟอรัส โปตัสเซียม เหล็ก

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อขนมปังโฮลวีทในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่