

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. หลักการและเหตุผล

ไอศกรีม เป็นผลิตภัณฑ์นมชนิดหนึ่งซึ่งได้จากการผสมไขมันนม ได้แก่ น้ํานมสด น้ํานมปราศจากไขมัน ครีม เนย น้ํามันเนย หรือ นมผง กับ ส่วนผสมของแข็งปราศจากไขมัน (Milk Solid Non Fat) ได้แก่ แลคโตส โปรตีน และเกลือแร่ต่างๆ กับสารให้ความหวาน สารที่ทำให้คงตัว สารที่ช่วยให้ส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกัน สารแต่งสี สารแต่งกลิ่น และส่วนผสมอื่นๆ เช่น พวงซ็อกโกแลต พวงชาเขียว ผลไม้ชนิดต่างๆ แล้วนำส่วนผสมทั้งหมดมาทำการผสม แล้วฆ่าเชื้อโดยใช้ความร้อน จากนั้นนำไปปั่นด้วยเครื่องปั่นไอศกรีม เพื่อให้อากาศเข้าไป และ ทำให้เกิดลักษณะชั้นหนืดอย่างสม่ำเสมอ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2549: ออนไลน์) จากนั้น นำไปเก็บไว้ที่อุณหภูมิ -20 ถึง -25 องศาเซลเซียส (นิธิยา รัตนาปนนท์, 2541) โดยทั่วไป ไอศกรีมจะมี ส่วนผสมของไขมันนม ร้อยละ 10 – 14 สำหรับไอศกรีมระดับพรีเมียม จะมีส่วนผสมของไขมันนมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 16 (Potter and Hotchkiss,1995) ไอศกรีมมีคุณค่าทางสารอาหารจาก ส่วนผสมหลัก ได้แก่ โปรตีนในน้ํานม ซึ่งมีกรดอะมิโนครบถ้วนทุกชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกาย รวมทั้งแคลเซียมและฟอสฟอรัส (ประโยชน์ของนม, 2549: ออนไลน์)

ตลาดไอศกรีมในประเทศไทยค่อนข้างมีศักยภาพในการเติบโต เนื่องจากมีอัตราการบริโภคที่เพิ่มขึ้น (ไพบูลย์ พิวฒณศิลป์, 2549: ออนไลน์) ในปีพ.ศ.2549 ตลาดรวมไอศกรีมมีมูลค่า 9 พันล้านบาท มีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 5 – 8 โดยแบ่งเป็นตลาดไอศกรีมระดับพรีเมียม มูลค่า 2 พันล้านบาท (ผู้จัดการ, 2549: ออนไลน์)

ไอศกรีมระดับพรีเมียม ใช้อุปกรณ์ประกอบภายนอก ได้แก่ บรรยากาศและวิธีการขาย ในนวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งไอศกรีมแต่ละแบรนด์จะมีกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน (กรุงเทพธุรกิจBizweek, 2549: ออนไลน์) ตลาดไอศกรีมพรีเมียม ซึ่งให้บริการในรูปแบบร้านสำหรับนั่งรับประทาน โดยหลักๆเป็นการแข่งขันกันระหว่าง 3 แบรนด์ ได้แก่ สเวนเซ่นส์ บาสเก็ทออบบิ้นส์ และฮาเก็น-ดาส นอกจากนี้ยังมีไอศกรีมแบรนด์ใหม่ๆเข้ามาแข่งขันในตลาด ไอศกรีมพรีเมียมอย่างต่อเนื่อง ทำให้สถานการณ์การแข่งขันสูงขึ้น เช่น ไอศกรีมจากผลไม้ไทย และ ไอศกรีมโฮมเมด ที่มีอัตราการเติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ต่อปี และมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของตลาดรวมไอศกรีมพรีเมียม (ผู้จัดการ, 2549 : ออนไลน์)

ไอศกรีมสเวนเซนส์ เป็นแฟรนไชส์ร้านไอศกรีม ในเครือเดอะไมเนอร์ ฟู้ดกรุ๊ป มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 90 วางแผนขยายเพิ่มลูกค้าในพื้นที่ต่างจังหวัด และ ไอศกรีมนำกลับบ้าน โดยคาดว่าจะมียอดขายประมาณ 1.8 -1.9 พันล้านบาทโตเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณร้อยละ 30 (ผู้จัดการ, 2549:ออนไลน์) ไอศกรีมบาสกิน-ร็อบบิ้นส์ เป็นแฟรนไชส์ไอศกรีม ในเครือบริษัท เซ็นทรัล เรสตอโร่งส์ กรุ๊ป จำกัด มีสาขาทั่วประเทศ 70 สาขา มีรสชาติของไอศกรีมมากกว่า 1,000 รสชาติ จากสาขาทั่วโลก (Baskin Robbins, 2549 : ออนไลน์) ไอศกรีมฮาเก้น-ดาส นำเข้า โดย บริษัท เอชดี ดิสทริบิวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด มีแนวคิดว่ารสชาติไอศกรีมที่วางจำหน่ายในแต่ละประเทศ จะเป็นรสชาติที่หารับประทานได้ยากในประเทศนั้น โดยให้ความสำคัญกับรสชาติใหม่และบรรยากาศในร้านให้ชวนนั่งและรู้สึกสบาย โดยมีร้านสาขาทั้งหมดจำนวน 17 ร้าน (Profile Ice Cream ฮาเก้น-ดาส, 2549: ออนไลน์) บัดส์ไอศกรีม เริ่มต้นทำตลาดไอศกรีมระดับพรีเมียมในเมืองไทยเมื่อปี พ.ศ. 2536 โดยบริษัทอเมริกัน ฟู้ด จำกัด (สุพัฒน์ เรืองฤทธิ์, 2548)

จังหวัดเชียงใหม่มีพื้นที่ 20,107.057 ตารางกิโลเมตร (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2548: ออนไลน์) ในปี พ.ศ. 2548 มีประชากรรวมทั้งหมดจำนวน 1,650,009 คน ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ตารางกิโลเมตร โดยเฉลี่ย 82.06 คน ความหนาแน่นของประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่มีความหนาแน่นต่อพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร เท่ากับ 1,492.53 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2548: ออนไลน์) ในปัจจุบัน จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของภาคเหนือในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการศึกษา การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยว โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 17 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549 : ออนไลน์) ทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้ห้างสรรพสินค้าและธุรกิจแฟรนไชส์เข้ามาดำเนินธุรกิจเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจแฟรนไชส์ไอศกรีมระดับพรีเมียม (วิรัตน์ ศรีวัชรตระกูล, 2549) ทำให้ธุรกิจไอศกรีมในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้บริหารต้องปรับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ที่สนใจดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมระดับพรีเมียมหรือร้านไอศกรีม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการตลาดของธุรกิจแฟรนไชส์ร้านไอศกรีมระดับพรีเมียมหรือร้านไอศกรีม ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและการดำเนินธุรกิจร้านไอศกรีมได้

## 4. นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากรหรือพนักงาน และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

**แฟรนไชส์ไอศกรีมระดับพรีเมียม** หมายถึง ร้านไอศกรีมที่จำหน่ายแฟรนไชส์ไอศกรีมระดับพรีเมียม ซึ่งดำเนินธุรกิจในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันมี 4 แฟรนไชส์ ได้แก่

แฟรนไชส์ไอศกรีมสเวนเซนส์	จำนวน	5 สาขา
แฟรนไชส์ไอศกรีมบาสกิน-ร็อบบิ้นส์	จำนวน	3 สาขา
แฟรนไชส์ไอศกรีมฮาเก้น-ดาส	จำนวน	1 สาขา
แฟรนไชส์บัดส์ไอศกรีม	จำนวน	2 สาขา

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการร้านแฟรนไชส์ไอศกรีมระดับพรีเมียมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่