

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจเบเกอรี่ หมายถึง ธุรกิจค้าปลีกที่ขายขนมปัง ขนมเค้ก และขนมอบที่อบด้วยเตา ซึ่งเป็นอาหารหลักประจำวันที่ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก โดยได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นอาหารประจำมื้อเช้า-กลางวัน-เย็น เป็นของหวานต่าง ๆ และสามารถรับประทานร่วมกับชา กาแฟได้อีกด้วย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2551)

ในประเทศไทยธุรกิจเบเกอรี่ได้เริ่มขึ้นเมื่อประมาณ 60 ปีที่แล้ว และได้รับการอุดหนุนจาก ผู้บริโภคมาอย่างต่อเนื่องทำให้มีการเปิดร้านเบเกอรี่มากขึ้นเป็นลำดับจนกลายมาเป็นตลาดที่น่าสนใจ เป็นอย่างมากในปัจจุบันด้วยมูลค่าตลาดโดยรวมในปี พ.ศ. 2551 มีมูลค่า 7,100 ล้านบาท โดยขยายตัว ร้อยละ 5.0 จากปี พ.ศ. 2550 โดยแบ่งออกเป็นเบเกอรี่ตลาดกลางและล่างมูลค่า 4,100 ล้านบาท หรือ มีสัดส่วนตลาดร้อยละ 57.7 และเบเกอรี่ตลาดบนมูลค่า 3,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนตลาด ร้อยละ 42.2 ของตลาดผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ทั้งหมด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2551)

จังหวัดเชียงใหม่มีประชากรที่เป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษาเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากจังหวัด เชียงใหม่นับได้ว่าเป็นเมืองแห่งการศึกษาของภาคเหนือมีนักศึกษาจากทั่วประเทศหลั่งไหลเข้ามาศึกษา ในสถานศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้นและมีแนวโน้มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ มากขึ้นทุกปี โดยในปี 2548 มีจำนวนนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 84,153 คน ปี 2549 มีจำนวนนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 88,637 คน และในปี 2550 มี จำนวนนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 98,661 คน (สำนักงานคณะกรรมการการ อุดมศึกษา, 2551: ออนไลน์) จากการเพิ่มขึ้นของประชากรทำให้ธุรกิจเบเกอรี่มีการขยายตัวมากขึ้นอย่าง ต่อเนื่องเพื่อรองรับประชากรในพื้นที่ และจากข้อมูลการขึ้นทะเบียนอาหารและยา พ.ศ.2547 พบว่ามี สถานประกอบการประเภทเบเกอรี่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ขึ้นทะเบียนจำนวน 64 ราย (สำนักงาน สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2548)

เชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่หาซื้อเบเกอร์ในการบริโภคได้ง่ายเนื่องจากมีผลิตภัณฑ์เบเกอร์ที่มีการพัฒนารูปแบบสีสันสวยงาม มีความน่ารับประทาน ทั้งที่เป็น ตรายีนค้ำระดับประเทศ และตรายีนค้ำท้องถิ่น เช่น ฝ้ายเบเกอร์ ฝิ่งน้อยเบเกอร์ เอสแอนด์พีเบเกอร์ ฟาร์มเฮาส์เบเกอร์ เบเกอร์แลนด์ เลอแปง ยูเอฟเอ็ม การบินไทย การ์โต้เฮาส์ ยามาซากิ มังกรทอง รวมถึงเบเกอร์จากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น เทสโก โลตัส และ แม็คโคร เป็นต้น ประกอบกับในปัจจุบันเป็นยุคที่เร่งรีบแข่งขันกับเวลา ทำให้เบเกอร์กลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สำคัญในการบริโภคของนักศึกษาเนื่องจากมีความสะดวกในการซื้อและรับประทานได้ง่ายรวดเร็วและมีรสชาติที่หลากหลายไม่จำเจ แต่เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงจะเห็นได้จากธุรกิจเบเกอร์จำนวนมากมาได้ขยายสาขาหรือเปิดร้านจำหน่ายในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่หรือ โมเดิร์นเทรดซึ่งมีขนาดใหญ่และมีการเติบโตมากเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ทำให้ธุรกิจนี้เกิดการแข่งขันอย่างสูง ดังนั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านเบเกอร์ซึ่งมีอยู่มากมายในปัจจุบัน ได้รับทราบและเข้าใจถึงพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภคเพื่อที่จะได้สามารถพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตลอดจนสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมการณ์ซื้อเบเกอร์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญของธุรกิจเบเกอร์ โดยคาดหวังผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจเบเกอร์และผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจนี้ได้ใช้แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อจะสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อเบเกอร์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงพฤติกรรมการณ์ซื้อเบเกอร์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านเบเกอร์ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

นิยามศัพท์

พฤติกรรมกรซื้อ หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าด้วยเงินและการตัดสินใจโดยพิจารณาจากใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร (6Ws และ 1H)

เบเกอร์รี่ หมายถึง ขนมอบประเภทหนึ่ง มีหลายชนิด ทำด้วยแป้งสาลี นม เนย น้ำตาล โดยมีสูตรสำเร็จในการประสมทำขนมอบ ได้แก่ ขนมเค้ก ขนมปัง คุกกี้ พาย และแซนวิช เป็นต้น

ผู้บริโภค หมายถึง นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

นักศึกษาระดับอุดมศึกษา หมายถึง นักศึกษาที่ศึกษาระดับปริญญาตรีในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (วิทยาเขตภาคพายัพและเจ็ดยอด) และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved