

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ชนมไทยนับได้ว่ามีความผูกพันกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะคนไทยนอกจากจะรับประทานขนมไทยแล้ว ยังนิยมใช้ขนมไทยในการทำบุญเนื่องในงานเทศกาลงานบุญต่างๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องขนบธรรมเนียม ประเพณีไทย และยังคงกล่าวได้ว่าขนมไทย เป็นขนมที่มีเอกลักษณ์ มีความสวยงาม แสดงถึงวัฒนธรรมไทยอันงดงาม ดังนั้นขนมไทยจึงมีความสำคัญ คนไทยควรเห็นคุณค่าและช่วยกันอนุรักษ์ไว้ ซึ่งภาครัฐฯ ได้ส่งเสริมให้คนไทยบริโภคขนมไทย และมุ่งพัฒนาธุรกิจขนมไทยสู่อุตสาหกรรมตลาดโลก ดังเช่น กระทรวงอุตสาหกรรมได้มอบหมายให้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม จัดตั้ง บริษัทอุตสาหกรรมขนมไทย จำกัด เพื่อเป็นหน่วยงานกลางระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการที่จะส่งเสริมการยกระดับธุรกิจขนมไทยสู่มาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ธุรกิจขนมไทยถือว่าเป็นธุรกิจที่ใช้วัตถุดิบที่ผลิตภายในประเทศแทบทั้งสิ้น ดังนั้น หากธุรกิจขนมไทยขยายตัวย่อมส่งผลให้ธุรกิจอื่นๆ ในประเทศขยายตัวตามไปด้วย (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2548 :7-10)

ในปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยได้รับอิทธิพลจากชาติตะวันตก และเป็นสังคมแห่งเทคโนโลยีที่ต้องแข่งขันกับเวลา ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เป็นทางเลือกหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และถือว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญของธุรกิจขนมไทย แต่ทั้งนี้ตลาดขนมไทยก็ยังเป็นตลาดที่มีศักยภาพ เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ขนมไทยนั้นมีคุณค่า มีเอกลักษณ์ และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สมควรแก่การอนุรักษ์ไว้ ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ ก็ย่อมจะส่งผลให้ตลาดสามารถเติบโตและพัฒนาต่อไปได้ อีกทั้งในปัจจุบันนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 กระแสความนิยมบริโภคขนมไทยของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ผู้ประกอบการธุรกิจขนมไทยที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศ ได้แก่ บริษัท ขนมไทยเก๋าน้อง จำกัด บริษัท แม่จ๋าขนมไทย จำกัด ร้านสวัสดิ์ ร้านนพวรรณขนมไทย ร้านบ้านทองโบราณ ร้านบ้านขนมสวย เป็นต้น

และยังมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศเกิดขึ้นหลายราย ยกตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ. 2550 บริษัท เอสแอนด์พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ผู้นำทางด้านธุรกิจร้านอาหารและเบเกอรี่ เปิดร้านขนมไทยร่วมสมัยภายใต้คอนเซ็ปต์ “Simply Thai” เนื่องจากเห็นว่ายอดขายขนมไทย 10 ปีที่ผ่านมามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมองเห็นช่องว่างในตลาด รวมทั้งเพื่อตอบรับกับกระแสความนิยมบริโภคขนมไทยที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2550 : ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญ ด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย มีจำนวนประชากรทั้งหมด 1,673,930 คน (จังหวัดเชียงใหม่, 2553 : ออนไลน์) โดยในอำเภอเมืองเชียงใหม่เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด คือ 369,460 คน (วิกิพีเดีย, 2553 : ออนไลน์) ซึ่งนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ธุรกิจขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจขนมไทยที่มีชื่อเสียงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เช่น ร้านเรือนไม้ ร้านขนมบ้านอาจารย์ ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม) ร้านผัสน้อยเบเกอรี่ ร้านหวานละมุน ขนมไทยนพศิริ ขนมไทยคุณยาย ขนมไทยแม่เป่ง ขนมไทยนัฏฐิดา ขนมไทยปั้นพลอย ขนมไทยกาหลง ขนมไทยเพียงใจ และขนมไทยรายอื่นๆ ได้แก่ ขนมไทยที่ไม่มีครีมห่อ และผู้ประกอบการที่ผลิตและขายขนมไทยในตลาดสดและรถเข็น ทั้งขายปลีกและขายส่ง รวมทั้งผู้ประกอบการที่ผลิตขนมไทยในต่างจังหวัดและนำมาขายในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ขนมไทยลูกเจี๊ยบ ขนมไทยเกล็ดน้ำตาล ขนมไทยเพชรบุรี เป็นต้น (โยธิ โยธาวงค์, 2548 : 1-2) แต่ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และขนมขบเคี้ยวห่อต่างๆ ที่หาซื้อได้ตามร้านค้าสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปกำลังได้รับความนิยม โดยจากการสำรวจพบว่าจำนวนร้านเบเกอรี่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่มากกว่า 20 ร้าน ซึ่งเป็นร้านครีมห่อที่มีชื่อเสียงมาจากต่างประเทศและในประเทศ จึงถือว่าผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และขนมขบเคี้ยวดังกล่าวเป็นคู่แข่งที่สำคัญของขนมไทย อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ยังไม่สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควร ทำให้ตลาดขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ยังไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนมไทยในปัจจุบันที่มีอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจขนมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น การมีความเข้าใจลูกค้าและสามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จและส่งผลให้ธุรกิจขนมไทยเติบโต และพัฒนายิ่งขึ้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมการซื้อขนมไทยของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการประกอบธุรกิจขนมไทย เพื่อให้ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจด้านขนมไทยนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบปัญหาที่เกิดขึ้นในการซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
3. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนา และ กำหนดกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและการขายขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่

นิยามศัพท์

พฤติกรรมการซื้อ หมายถึง การกระทำหรืออาการที่ผู้บริโภคแสดงออกโดยการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546:193)

ขนมไทย หมายถึง อาหารที่ทำจากวัตถุดิบต่างๆ เช่น แป้ง ข้าว กะทิ น้ำตาล ไข่ หรืออื่นๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สี สันสวยงาม มีรสหวานอร่อย มีกลิ่นหอม อาจมีการเติมแต่งสี กลิ่น และรส (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2548:83)

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ซื้อขนมไทย