

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ไอศกรีมเป็นผลิตภัณฑ์นมชนิดหนึ่งที่มีการผลิตจำหน่ายในประเทศอังกฤษตั้งแต่ช่วงต้น ค.ศ.1700 (นิธิยา รัตนานนท์, 2548) ปัจจุบันไอศกรีมถือเป็นอาหารหวานที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยเป็นอย่างมากและมีความเป็นสากล เนื่องจากไอศกรีมมีความเย็นเป็นจุดเด่นสำคัญในการช่วยคลายร้อน ไอศกรีมมีหลากหลายประเภทและตราหือ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มีการวางจำหน่ายอยู่ทั่วไปตั้งแต่รถเข็นที่ตระเวนขายตามท้องถนน หรือวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร หรือร้านไอศกรีม ซึ่งตลาดไอศกรีมในจังหวัดเชียงใหม่มีตั้งแต่ตลาดระดับพรีเมียม ตลาดระดับกลาง ตลาดระดับล่าง รวมถึงตลาดไอศกรีมกลุ่มโฮมเมด พบว่าในปี พ.ศ.2552 มูลค่าตลาดไอศกรีมอยู่ที่ 13,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 10-12 ต่อปี ซึ่งสามารถแบ่งส่วนทางการตลาดของไอศกรีมได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่ ตลาดไอศกรีมระดับพรีเมียม มีมูลค่า 4,000 ล้านบาท ตลาดไอศกรีมระดับกลาง 8,000 ล้านบาท และตลาดไอศกรีมระดับล่างมีมูลค่า 1,000 ล้านบาท (ผู้จัดการออนไลน์, 2553) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ไอศกรีมระดับกลางเป็นไอศกรีมที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด และคนไทยมีอัตราการบริโภคไอศกรีมเฉลี่ย 1.7 ลิตรต่อคนต่อปี (Positioning, 2553)

สำหรับไอศกรีมโฮมเมดนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์เป้าหมายที่ชัดเจนเพราะจะนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า โดยกลุ่มลูกค้าของตลาดไอศกรีมโฮมเมด ได้แก่ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มลูกค้าที่รักและเอาใจใส่สุขภาพ กลุ่มลูกค้าที่กังวลเรื่องน้ำหนักหรือรูปร่างและกลุ่มครอบครัว สามารถจำแนกประเภทไอศกรีมโฮมเมดได้ ออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้ ไอศกรีมหวานเย็นผสมนม (มีปริมาณไขมันน้อยกว่า ไอศกรีมที่มีส่วนผสมของนม) ไอศกรีมเชอร์เบต (ไม่มีไขมัน มีส่วนผสมสำคัญคือน้ำผลไม้และน้ำตาล มีนมเป็นส่วนประกอบเล็กน้อย) ไอศกรีมซอร์เบต (ไม่มีไขมัน มีส่วนผสมสำคัญคือผลไม้) ไอศกรีมโยเกิร์ต (มีส่วนผสมหลักคือไอศกรีมและโยเกิร์ต) (Thailandrestaurant, 2552)

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นจังหวัดที่มีการแข่งขันในธุรกิจไอศกรีมสูง เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางภาคเหนือทั้งทางการท่องเที่ยว การขนส่งคมนาคม และธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีประชากรมากที่สุด จากข้อมูลทางสถิติของประชากร พบว่าในปี พ.ศ.2552 มีจำนวนประชากรในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ 267,029 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553) ส่งผลให้ตลาดของไอศกรีมในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความหลากหลายมากขึ้น แต่

ละธุรกิจไอศกรีมจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละตราสินค้า สามารถแสดงถึงรสนิยมของผู้บริโภคต่อการบริโภคไอศกรีม ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับโอกาสความเป็นไปได้ในการเปิดกิจการร้านไอศกรีมโฮมเมดและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายของรสชาติและรูปแบบการให้บริการ ความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำไปสู่แนวทางในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดในการตอบสนองความต้องการและยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่มีประโยชน์ต่อที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจในธุรกิจไอศกรีม อำเภอเมืองเชียงใหม่

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดกิจการร้านไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ศึกษาถึงความต้องการบริโภคไอศกรีมของผู้ที่เข้าไปใช้บริการร้านไอศกรีมโฮมเมดต่างๆ ภายในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบความเป็นไปได้ในการเปิดร้านไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ทราบความต้องการของผู้บริโภคไอศกรีมของผู้ที่เข้าไปใช้บริการร้านไอศกรีมโฮมเมดต่างๆ ภายในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.4 นิยามศัพท์

การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตด้านความกว้าง (Macro) และขอบเขตรายละเอียดในทางลึกลงไป (Micro) ซึ่งจะทำให้ทราบว่าโครงการนั้น ๆ สมควรลงทุนหรือไม่ แล้วให้ผลตอบแทนประการใด มีปัจจัยใดบ้างที่จะเป็นแรงผลักดันให้กับโครงการนั้น ๆ ซึ่งจะประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน (ชัยยศ สันตวงษ์, 2536)

ไอศกรีมโฮมเมด หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ประกอบการร้านไอศกรีมสามารถคิดค้นรสชาติได้อย่างที่ต้องการ มีรสชาติให้เลือกต่าง ๆ ได้จำนวนมาก ซึ่งไอศกรีมที่ผลิตออกมาจะสามารถสร้างความแตกต่างจากไอศกรีมที่ขายในรูปแบบอุตสาหกรรม มีเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นรสชาติ กลิ่น สี และส่วนผสม ทั้งใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและเน้นขั้นตอนการผลิตที่สะอาด โดยมีส่วนผสมที่ได้จากอิมัลชัน (Emulsion) ของไขมันและโปรตีน หรือได้จากส่วนผสมของน้ำ น้ำตาล กับ

ส่วนประกอบของสารอื่นที่เหมาะสม ซึ่งผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยความร้อน นำมาปั้นหรือกวน และทำให้เยือกแข็ง (กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค, 2550)

ร้านไอศกรีมโฮมเมด หมายถึง สถานที่ประกอบการที่จำหน่ายไอศกรีมโฮมเมดเป็นหลัก จัดจำหน่ายในรูปแบบที่มีพื้นที่ให้บริการภายในร้าน (ธุรกิจในพื้นที่ไอศกรีมโฮมเมด, 2551)