

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จัดเป็นสินค้าที่มีความสำคัญชนิดหนึ่งต่อการบริโภค ทั้งภายในประเทศและการส่งออกซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี 2547 พบว่าปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปประมงและอาหารทะเลแปรรูปเท่ากับ 527,363.60 ตัน ปริมาณการจำหน่ายในประเทศเท่ากับ 71,156.80 ตัน และปริมาณการส่งออกเท่ากับ 631,842 ตัน ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกถึง 2,037.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2548: ออนไลน์) นอกจากนี้อาหารทะเลแปรรูปของไทย ยังมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดในหมวดสินค้าอาหาร คือประมาณร้อยละ 40.65 ของมูลค่าส่งออกสินค้าอาหารทั้งหมด (กระทรวงการต่างประเทศ, 2548: ออนไลน์)

อัตราการบริโภคอาหารทะเลแปรรูปภายในประเทศไทยในระยะ 4 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2541 - 2544 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 1.49 ต่อปี และมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2544: ออนไลน์) และหลังจากพรานทะเลเปิดตัวเมื่อเดือน ธันวาคม 2546 และได้ทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักและยอมรับอาหารทะเลแช่เยือกแข็ง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคตื่นตัวและหันมาสนใจอาหารทะเลแช่เยือกแข็งกันเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจอาหารทะเลแช่เยือกแข็งขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว เกือบจะ 200 เปอร์เซ็นต์ (มิสเตอร์ไทยจ๊อบ, 2548: ออนไลน์) พรานทะเลไม่ใช่อาหารทะเลแช่แข็งแบรนด์แรกที่เข้ามาสร้างแบรนด์อย่างจริงจัง ก่อนหน้านี้มีหลายแบรนด์ที่ใช้ความพยายามอย่างมากในการเปลี่ยนภาพของตัวเอง จากสินค้าคอมโมดิตีมาสู่แบรนด์ แต่ทำได้แค่เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากการขาดความรู้ของผู้บริโภคว่าอาหารทะเลแช่แข็งคืออะไร มีข้อดีหรือตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ได้อย่างไร ขาดการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคถึงในเรื่องของความสดของสินค้า ว่าไม่แตกต่างจากอาหารทะเลสด แต่ให้ความสะดวกมากกว่า เรื่องคุณภาพของสินค้ามีแบบไม่ 100% และความหลากหลายของสินค้ามีให้เลือกไม่มากนัก (พรานทะเล Brand from the Ocean, 2548: ออนไลน์)

นอกจากนี้รสนิยมการบริโภคและการใช้จ่ายยังมีการเปลี่ยนแปลงไปกล่าวคือ การหันไปเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคตามร้านค้าแบบสะดวกซื้อที่มีส่วนลดทางการขายมากขึ้น การหันไปบริโภคอาหารนอกบ้าน อาหารจานด่วน อาหารปรุงสำเร็จและกึ่งสำเร็จรูปมากขึ้น ประกอบกับในช่วงปลายปี 2546 เป็นต้นมา ประเทศไทยประสบกับปัญหาการเกิดโรคระบาดของไข้หวัดนก (Bird Flu) โดยไวรัสชนิดนี้ทำให้สัตว์ปีกชนิดต่าง ๆ ป่วยด้วย เช่น ไก่, เป็ด, นกกระจอก, ไก่วง

เป็นต้น (กรมปศุสัตว์, 2547: ออนไลน์) จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่แน่ใจว่าโรคไข้หวัดนกมีวิวัฒนาการไปถึงขั้นใด จากที่ได้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว ได้ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะหันมาบริโภคอาหารทะเลมากขึ้น อีกทั้งยังมีกระแสเกี่ยวกับสุขภาพ จึงทำให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น เป็นผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะบริโภคอาหารทะเล ทำให้ตลาดอาหารทะเลแปรรูปภายในประเทศเติบโตขึ้นได้ โดยในไตรมาสที่ 2 ของปี 2547 พบว่ามีอัตราการเติบโตของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.25 และอัตราการบริโภคในประเทศเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 13.34 (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2547: ออนไลน์)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งธุรกิจประมงที่สำคัญ ทั้งในด้านการจับปลาเป็นศูนย์รวมอุตสาหกรรม และธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการประมง เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการซื้อขายสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ เป็นต้น ซึ่งมีตลาดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีท่าเทียบเรือและรถตู้คอนเทนเนอร์ตลอดจนแพปลาจำนวนมาก รองรับปริมาณสัตว์น้ำทะเลที่จับได้ และจำหน่ายที่ทำเทียบเรือประมง อำเภอเมืองสมุทรสาคร สะพานปลา และตลาดทะเลไทย นอกจากนี้จังหวัดสมุทรสาครยังเป็นจังหวัดปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเจริญเติบโต และการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร ประกอบกับจังหวัดมีโครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมต่อการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม จึงมีผู้สนใจมาลงทุนตั้งโรงงานอุตสาหกรรม ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันประชากรตามทะเบียนราษฎรในจังหวัดสมุทรสาคร (ข้อมูล ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2547) มีจำนวน 449,090 คน (จังหวัดสมุทรสาคร, 2548: ออนไลน์) ประชากรส่วนใหญ่ มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต้องเร่งรีบ แข่งกับเวลา จึงทำให้วิถีการดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกับคนในกรุงเทพมหานคร คือ รสนิยมการบริโภคที่เน้นความสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งการใช้จ่ายที่เลือกซื้อสินค้าตามร้านค้าแบบสะดวกซื้อที่มีส่วนลดทางการขายมากขึ้น อีกทั้งยังพบว่าอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมีการขยายตลาดในประเทศมากขึ้น โดยมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเข้าสู่ร้านค้าแบบสะดวกซื้อที่มีส่วนลดทางการขายมากขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งเป็นอย่างไร เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาด และการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งภายในประเทศต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

## ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการซื้อ อาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง

## นิยามศัพท์

**พฤติกรรมการซื้อ** หมายถึง พฤติกรรมการตอบสนองของผู้ซื้อ ที่เกี่ยวข้องกับทางเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณซื้อ

**ผู้บริโภค** หมายถึง ประชากรในจังหวัดสมุทรสาคร ที่เคยบริโภคอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง

**อาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง** หมายถึง อาหารที่ผลิตจากสัตว์น้ำทะเล และสัตว์น้ำชายฝั่ง นำมาผ่านกระบวนการแปรรูปและกระบวนการแช่เยือกแข็งที่อุณหภูมิไม่ต่ำกว่า -25 องศาเซลเซียส และมีอายุสินค้าในสถานที่เก็บที่ไม่ต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียส ได้นาน 12-18 เดือน ไม่ว่าจะบรรจุอยู่ในภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์แบบใดก็ตาม จะมีฉลากตราสินค้าหรือไม่มีก็ตาม ได้แก่ ลูกชิ้นปลา ลูกชิ้นกุ้ง ปูอัด เป็นต้น