

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นจังหวัดที่มีประชากรอาศัยอยู่มากที่สุดด้วยซึ่งจากการสำรวจในปี พ.ศ. 2548 พบว่ามีประชากรตามสัมมะโนประชากรอยู่ถึง 5,658,953 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2549: ออนไลน์) ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทและรับราชการ

จากการพัฒนาประเทศอย่างรวดเร็ว โดยมีกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ อันส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในกรุงเทพมหานครเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตตามสภาพกดดันทางด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยทั้งผู้ชายและผู้หญิงต้องออกมาทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้ให้กับครอบครัว ดังนั้น ผู้คนในกรุงเทพมหานครจึงมีเวลาที่จะทำงานบ้านและประกอบอาหาร รวมถึงซื้อวัตถุดิบเพื่อประกอบอาหารมีน้อยลง กอปรกับการดำเนินชีวิตที่ต้องการความสะดวกสบาย และรวดเร็วเพื่อสนองต่อเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด อันเป็นผลให้อาหารแปรรูปชนิดต่างๆ เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนในกรุงเทพมหานครมากขึ้นตามลำดับ ด้วยสาเหตุที่ว่าอาหารแปรรูปเหล่านั้นมีความสะดวกในการบริโภค และประหยัดเวลาในการประกอบอาหาร จึงทำให้อาหารแปรรูปเข้ามามีบทบาทกับการบริโภคอาหารของคนในสังคมมากขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าอาหารทะเลแปรรูปเป็นทางเลือกหนึ่งที่คนให้ความสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากอาหารทะเลมีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีความสะอาดปลอดจากสารพิษและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

ความนิยมในการบริโภคอาหารทะเลแปรรูปเพิ่มมากขึ้น ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นสาเหตุให้บริษัทต่างๆ ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กที่มีความรู้และประสบการณ์จากการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปเพื่อการส่งออก ได้หันมาให้ความสนใจในการลงทุนเพื่อผลิตอาหารทะเลแปรรูปเพื่อสนองความต้องการของการบริโภคที่สูงขึ้น จึงก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดอาหารทะเลแปรรูปตามมา โดยบริษัทรายใหญ่มีส่วนแบ่งในตลาดอาหารทะเลแปรรูปนั้นประกอบด้วยบริษัทต่างๆ ดังนี้ S&P (ร้อยละ 20) พรานทะเล (ร้อยละ 20) CP (ร้อยละ 17) และอื่นๆ เช่น สุรพลฟู๊ด PSP เป็นต้น (ร้อยละ 43) (กรุงเทพธุรกิจ Biz Week, 2550: ออนไลน์)

เนื่องจาก การที่มีบริษัทต่างได้สนใจลงทุนในอุตสาหกรรมนี้เป็นจำนวนมาก จึงได้ก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นไม่ว่าในด้านของราคา รูปแบบผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของอาหารทะเลแปรรูปนั้น ยังคงอยู่เฉพาะเมืองใหญ่ๆ เช่น ในกรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการควรที่จะพยายามตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคต้องการ ซึ่งจะทำให้บริษัทนั้นสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้สูงขึ้นได้

ดังนั้น หากผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปได้ทราบถึงกระบวนการในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงเลือกทำการศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่สุด โดยคาดหวังว่าผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและกำหนดแนวนโยบายในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบกระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลที่ศึกษาได้ไปใช้สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจด้านแปรรูปอาหารทะเล ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มลูกค้าต่อไป

นิยามศัพท์

กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง ขั้นตอนที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอาหารทะเลแปรรูป

อาหารทะเลแปรรูป หมายถึง อาหารที่ผลิตจากสัตว์น้ำเค็ม น้ำกร่อยที่ได้มาจากการทำประมงทางทะเลหรือเพาะเลี้ยงตามชายฝั่ง ได้แก่ กุ้ง หอย ปู ปลาและปลาหมึก โดยผ่านการแปรรูป ด้วยกรรมวิธีเยือกแข็ง หรือถนอมอาหารในแบบอื่น โดยมีกระบวนการแปรรูปสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย มีตราสินค้าและวางจำหน่ายอยู่ตามห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ซื้อหรือเคยซื้อ อาหารทะเลแปรรูปและมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved