

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

น้ำปลาเป็นเครื่องปรุงรสคู่คนไทยมาเป็นเวลานานซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทย และอาหารไทยทุกชนิดก็ต้องการใช้น้ำปลาในการปรุงอาหารอีกทั้งการแข่งขันของธุรกิจน้ำปลาเป็นการแข่งขันสูงมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งทางผู้ผลิตต้องมีการปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในการแข่งขันอยู่เสมอ ปัจจุบันน้ำปลาที่จำหน่ายในท้องตลาดมีหลายยี่ห้อ ได้แก่ ตราทิพรส ตราปลาหมึก ตราคนแบกกึ่ง ตราหอยหลอด ตราแม่ครัว ตราซั้ง ตราหอยนางรม ตราปลาใต้ต้น และยี่ห้อท้องถิ่นอื่นๆ ส่วนน้ำปลาพรีเมียม ซึ่งเป็นการพัฒนาอีกขั้นของผลิตภัณฑ์น้ำปลาในปัจจุบัน ได้แก่ ตราเมกาเซฟ

โดยเฉลี่ยคนไทยบริโภคน้ำปลาในอัตรา 20 มิลลิลิตรต่อคนต่อวัน หรือ 7.3 ลิตรต่อคนต่อปี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2548: ออนไลน์) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 203 ต้องมีคุณสมบัติดังนี้ ต้องมีกลิ่น รสชาติของน้ำปลาแท้ ต้องใสสะอาดไม่มีสิ่งเจือปน ยกเว้นสิ่งที่ได้มาจากการหมักตามธรรมชาติเท่านั้น (ต้องไม่เกิน 0.1 กรัมต่อ 1 ลิตร) มีส่วนผสมของเกลือ (เกลือโซเดียมคลอไรด์) ไม่ต่ำกว่า 200 กรัมต่อ 1 ลิตร ต้องมีปริมาณของโปรตีนไม่ต่ำกว่า 9 กรัมต่อ 1 ลิตร มีกรดอะมิโน ไนโตรเจนอยู่ระหว่าง 40%-60% ของปริมาณไนโตรเจนทั้งหมด มีกรดกลูตามิก ซึ่งเป็นส่วนประกอบของไนโตรเจนทั้งหมดอยู่ระหว่าง 0.4-0.8 ไม่เจือสีใดๆ ยกเว้นสีที่ได้จากน้ำตาลคาราเมล ไม่ใส่สารให้รสหวานใดๆ ยกเว้นน้ำตาล และจากการศึกษาค้นคว้าพบว่าตลาดน้ำปลาในประเทศไทยมีผู้นำตลาด คือ น้ำปลาตราทิพรส มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ประมาณ 49% อันดับ 2 ได้แก่ น้ำปลาตราปลาหมึก 25% และอันดับที่ 3 คือน้ำปลาตราคนแบกกึ่ง มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 8% (โพร์ พี, 2549)

มูลค่าตลาดของน้ำปลาแท้ได้มีการขยายตัวต่อเนื่องตลอดมา ทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศโดยผลจากการสำรวจในปี 2548 การส่งออกขยายตัวดีโดยเฉพาะตลาดออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และฮ่องกง ขยายตัวถึงร้อยละ 13.5, 10.8, 10.1 และ 8.9 ตามลำดับ จากความนิยมบริโภคอาหารไทย ประกอบกับภาครัฐสนับสนุนให้คนไทยเปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และใช้วัตถุดิบจากไทยอย่างจริงจัง ส่วนภายในประเทศก็ได้มีการขยายตัวต่อเนื่องด้วย

เช่นกัน ในปี 2546 มีมูลค่าตลาดเพียง 6,120 ล้านบาท และได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องจนมาในปี 2549 ได้มีมูลค่าตลาดถึง 6,840 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2548: ออนไลน์)

จังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดที่ติดทะเล อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรสัตว์น้ำทะเล จึงมีการประกอบอาชีพด้านการประมงอย่างแพร่หลาย เป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตน้ำปลา เป็นที่ตั้งของ โรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก และเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ กะปิ น้ำปลา และอาหารทะเลสด ถือเป็นของฝากที่ขึ้นชื่อของจังหวัด จังหวัดสมุทรสาครมีทรัพยากรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางเศรษฐกิจ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปรากฏว่าจังหวัดสมุทรสาคร มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ปี 2544 เท่ากับ 159,351 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ซึ่งมีมูลค่า 151,613 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.1 โดยเป็นผลผลิตของสาขานอกภาคเกษตร 153,675 ล้านบาท ประกอบด้วย ภาคอุตสาหกรรม 130,815 ล้านบาท หรือร้อยละ 96.4 และสาขาเกษตรกรรม 5,677 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมดของจังหวัด ในจำนวนนี้เป็นผลผลิตจาก สาขาการประมง 5,100 ล้านบาท หรือร้อยละ 89.83 ที่เหลือเป็นการผลิตสาขาอื่นๆ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าภาคอุตสาหกรรม เป็นโครงสร้างทางเศรษฐกิจหลักของจังหวัดสมุทรสาคร (มูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดสมุทรสาคร, 2549: ออนไลน์)

ผู้ผลิตน้ำปลาแท้ในจังหวัดสมุทรสาคร มี 10 ราย (สาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาคร, 2548) ได้แก่

1. บริษัททองขาวพานิช จำกัด (ตราสร้อยทิพ ตราเทพรส)
2. รุ่งโรจน์ทั้งยังเฮง (ตราโทรทัศน์ ตรากุ้งแดง ตราพงษ์ทิพ)
3. โรงน้ำปลารุ่งเจริญศรีชัย (ตรากุ้งเพชร)
4. เตยคุงี่ (ตราน้ำหนึ่ง)
5. โรงน้ำปลาทำจิ้น (ตราปลาไส้ตันแดง ตราแม่ชิ้น)
6. บริษัท พิมลพร จำกัด (ตราปลาไส้ตันพิมลพร ตราปลาไส้ตันสำเภา ตรา 19 ตรารสทิพย์ไอพาร์ ตราเครื่องครัว ตราสุทธิพิย์)
7. เต็กเซ่งพานิชย์ (ตรานางฟ้า)
8. บริษัท สาครวัฒนา (ทั้งจือฮะ) จำกัด (ตราบักซิ่ง ตราชายสี่ ตราชอส 9 ตราทสโก้ ตราลีดเดอร์ไพร์ซ์ ตราไชยฉลอม ตราแพนไค ตราสิงโต ตราแม่ประยูร ตรากุ้ง ตราซูปเปอร์เจ ตรานกู่ ตราปลาสด ตราปลาเกลือเงิน ตราปลาซาร์ดีน)
9. โรงน้ำปลาสินเสรี (ตราปูทะเล)
10. พิพัฒน์พานิช (ตราเทพนม)

น้ำปลาแท้หลายี่ห้อต่างๆ มีการจำหน่ายตามร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกอิสระทั่วไป จะเห็นว่าผู้ผลิตน้ำปลาแท้ในจังหวัดสมุทรสาครต้องแข่งขันกันอย่างสูง โดยเฉพาะการครอบครองส่วนแบ่งตลาดในจังหวัด ประกอบกับผู้ศึกษาประกอบการผลิตน้ำปลาอยู่ในปัจจุบันจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำปลาแท้ของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบาย และกลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำปลาแท้ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร
2. ทำให้ทราบปัญหาในการเลือกซื้อน้ำปลาแท้ในจังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคมองมีความพึงพอใจสูงสุด

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำปลาแท้ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

น้ำปลาแท้ หมายถึง น้ำปลาที่ได้จากการหมักหรือย่อยปลา หรือส่วนของปลาหรือกากของปลาที่เหลือจากการหมักตามกรรมวิธีการผลิตน้ำปลา ผลิตมาจากปลาไส้ตัน โดยผ่านการหมักเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 12 เดือน จากนั้นนำมาผ่านกรรมวิธีการกรองและปรุงรสต่างๆ เพื่อให้ได้น้ำปลาเกรดคุณภาพที่หนึ่ง ราคาไม่ต่ำกว่าขวดละ 15 บาท ได้แก่ ตราสร้อยทิพ ตราเทพรส ตราโทรทัศน์ ตรากุ้งแดง ตรงพงษ์ทิพ ตรากุ้งเพชร ตราน้ำหนึ่ง ตราปลาไส้ตันแดง ตราแม่ชื่น ตราปลาไส้ตันพิมลพร ตราปลาไส้ตันสำเภา ตรา 19 ตรารสทิพย์โอฬาร ตราเครื่องครัว ตราสุทธิพิศ

ทรานางฟ้า ทรานบักซิ่ง ทรานชายสี่ ทรานซอส9 ทรานเทศโก้ ทรานลีดเดอร์ไฟร์ช ทรานไชยฉลอม ทรานแพนไค
 ทรานสิงโต ทรานแม่ประยูร ทรานกุ่ม ทรานซูปเปอร์เจ ทรานกุ่ม ทรานพลาสติก ทรานปลาเกิ้ลดเงิน
 ทรานปลาซาร์ดีน ทรานปูทะเล ทรานเทพนม

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และเป็นผู้ที่รับประทานน้ำปลาแท้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved