

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปลาหูเป็นอาหารโปรตีนที่ได้จากทะเลที่มีราคาถูก เมื่อเทียบกับอาหารทะเลชนิดอื่นๆ ซึ่งมีคุณค่าทางอาหารสูง ไม่ว่าจะเป็นทั้งในด้านโปรตีน และเกลือแร่ต่างๆ จากข้อมูลกองเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พบว่าปริมาณการจับปลาหูที่จับได้ทั่วประเทศ ตั้งแต่ปี 2543-2545 นั้น ในปี 2543 สามารถจับได้ 152,900 ตันคิดเป็นมูลค่า 3,799.9 ล้านบาท ในปี 2544 สามารถจับได้ 141,300 ตันคิดเป็นมูลค่า 3,793.4 ล้านบาท ในปี 2545 สามารถจับได้ 146,400 ตันคิดเป็นมูลค่า 3,943 ล้านบาท ซึ่งบริโภคภายในประเทศทั้งหมด จากข้อมูลนี้จะเห็นได้ว่า การบริโภคปลาหูของคนไทยนั้นจะมีการบริโภคอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ที่ประมาณ 140,000-150,000 ตันต่อปี คิดเป็นมูลค่าประมาณ 3,800 ล้านบาท¹

เนื่องจากปลาหูเป็นปลาทะเลที่ชุกชุมในอ่าวไทย ปลาหูจึงเป็นปลาที่มีความสำคัญมากทางเศรษฐกิจ ในปัจจุบันปลาหูได้รับความนิยมในการบริโภคของคนไทยในประเทศ ที่นิยมบริโภคปลาหูกันมากขึ้นจากอิทธิพลตะวันตกที่นิยมบริโภคอาหารทะเล นอกจากนี้กระแสการใส่ใจต่อสุขภาพของประชาชน ตลอดจนสภาพเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน

ปลาหูเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ มีโปรตีนสูง ปริมาณไขมันต่ำ แคลอรีต่ำ และย่อยง่าย มีส่วนให้คนไทย หันมานิยมบริโภคอาหารทะเลและปลาหูกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งปลาหูที่คนไทยนิยมบริโภค คือ ปลาหูสั้น ซึ่งกระบวนการขายปลาหูนั้น นั้น เริ่มจากการที่แม่ค้าปลาหูหนึ่งทำการซื้อปลาหูสดแช่แข็งจากพ่อค้าปลาหูสด โดยส่วนใหญ่จะเป็นห้องแช่แข็งอาหารทะเล แล้วนำปลาหูแช่แข็ง หรือที่เรียกกันทั่วไปว่าปลาหูก้อน มาทำการละลายจากก้อนปลาหูมาเป็นปลาหูสด แล้วล้างทำความสะอาดพร้อมทั้งควักไส้ปลาออก จัดเรียงลงในแช่ปลาหูที่ทำมาจากไม้ไผ่สาน จากนั้นทำการนึ่งปลาหูพร้อมแช่ในหม้อนึ่ง เมื่อนึ่งเสร็จแล้วก็ทำการผึ่งในที่ร่ม เพื่อให้ไอน้ำหรือความชื้นในตัวปลาหูหนึ่งระเหยออกไป แล้วจึงนำปลาหูหนึ่งมาวางขายในตลาดสด โดยการขายเองหรือขายส่งให้กับแม่ค้าขายปลาหูหนึ่งในตลาดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งยังไม่พบการศึกษารายละเอียดในด้านปริมาณการบริโภคปลาหูในแต่ละภูมิภาค

เนื่องจากยังไม่พบการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคปลาหูหนึ่งในภูมิภาคต่างๆ ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อปลาหูหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อของผู้บริโภค เพื่อต้องการทราบถึง กลุ่มผู้ที่บริโภค ลักษณะการซื้อ พฤติกรรมในการเลือกซื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ สถานที่ในการเลือกซื้อ ความถี่

¹ ที่มาจาก <http://www.oae.go.th/statistic/yearbook47/>

ในการซื้อ ขนาดของปลาหนึ่งทีเลือกซื้อ กลุ่มอายุของผู้ซื้อ และนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด ปริมาณการผลิตและการพัฒนาสินค้าปลาหนึ่งอันนามัขบรรจุงเสร็จตลอดจนเพื่อให้ผู้ที่สนใจนำผลการศึกษานี้เป็นแนวทางในศึกษาพฤติกรรมการบริโภคในพื้นที่อื่นๆต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อปลาหนึ่งของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อปลาหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด ในการจำหน่ายปลาหนึ่งของผู้จำหน่ายปลาหนึ่งในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ได้

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าและปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการได้แก่ 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร 3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ 5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด 6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ซื้อปลาหนึ่งเพื่อบริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปลาหนึ่ง หมายถึง ปลาทุสคที่นำมาผ่านกรรมวิธีนอมอาหาร โดยการนึ่งให้สุกด้วยไอน้ำเดือด