บทที่ 1
บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

น้ำพริกถือเป็นอาหารพื้นบ้านคู่ครัวคนไทยมานานนับศตวรรษ เป็นอาหารที่มาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน การปรุงน้ำพริกเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีวิธีการปรุงที่ง่ายอุดมด้วยเครื่องปรุงและส่วนประกอบที่ให้กลิ่นและรสที่เป็นเอกลักษณ์ โดยการนำส่วนผสมที่มีคุณประโยชน์อันหลากหลายและมีสรรพคุณทางยา เช่น พืชผัก สมุนไพรต่างๆและเนื้อสัตว์ อาหารประเภทน้ำพริกจึงได้รับการคิดค้น ปรับปรุงจนเป็นสูตรน้ำพริกตำรับต่างๆมากมายที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง เช่น น้ำพริกนรก น้ำพริกแมงดา น้ำพริกปลาย่าง น้ำพริกสวรรค์ น้ำพริกตาแดง น้ำพริกปลาร้า เป็นต้น จึงทำให้น้ำพริกเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีการผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นจำนวนมากในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศและสามารถจำหน่ายได้อย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี

เมื่อพิจารณาด้านการส่งออก มูลค่าการส่งออกน้ำพริกของไทยอยู่อันดับที่ 9 ของโลกด้วยมูลค่ากว่า 5 พันล้านบาทในปี 2547 (กรุงเทพธุรกิจ, 2550: ออนไลน์) และมูลค่าของน้ำพริกในตลาดต่างประเทศปี 2552 มีมูลค่าถึง 11,624.69 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการขยายตัวและมีแนวโน้มการบริโภคเพิ่มสูงขึ้นตลอดเวลา (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2552: ออนไลน์)

ภายในประเทศ กำลังซื้อของคนไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากข้อมูลสถิติรายได้และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของครัวเรือนตั้งแต่ปี 2543 ถึง 2552 เพิ่มขึ้นเรื่อยๆคือ รายได้เพิ่มจาก 12,150 เป็น 20,903 บาทและค่าใช้จ่ายเพิ่มจาก 9,848 เป็น 16,205 บาท ตามลำดับ ทำให้แนวโน้มการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553: ออนไลน์) นอกจากนี้รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมทั้งการสนับสนุนธุรกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้ประชาชนให้ความสนใจในการประกอบธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550: ออนไลน์) ซึ่งสินค้าประเภทน้ำพริกมีผู้ให้ความสนใจทำการผลิตเป็นอย่างมาก สามารถสร้างผลตอบแทนจากกำไรมากกว่า 50% ให้แก่เจ้าของสูตรน้ำพริก ทำให้มีสูตรน้ำพริกในท้องตลาดเกิดขึ้นมากมาย ทั้งในระดับท้องถิ่นอย่างเช่นระดับโอท็อป และระดับนานาชาติที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ผู้จัดการ, 2551: ออนไลน์) การเปลี่ยนแปลงประชากรระหว่างปี 2542–2568 คาดว่าจำนวนประชากรมีแนวโน้ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เพิ่มสูงขึ้น ขนาดครัวเรือนในประเทศไทยมีขนาดเล็กลง เนื่องจากคนนิยมมีบุตรน้อยลง แต่งงานช้าลงและมีครัวเรือนที่อยู่คนเดียวมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547: ออนไลน์) การที่ครอบครัวมีขนาดเล็กหรืออยู่คนเดียวทำให้รูปแบบวิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไป มีความพิถีพิถันในการดำรงชีวิตลดลง ทำให้ผู้ผลิตเล็งเห็นแนวทางการผลิตสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เพราะทุกวันนี้ผู้บริโภคต้องทำงานแข่งขันกับเวลา จึงไม่มีเวลาในการประกอบอาหารและไม่นิยมทำน้ำพริกรับประทานเอง ธุรกิจอาหารสำเร็จรูปดังเช่นธุรกิจน้ำพริกจึงมีบทบาทสำคัญสำหรับผู้บริโภค น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อหาได้ง่าย ไม่ยุ่งยากและสามารถเก็บไว้รับประทานได้นาน จากข้อมูลทางสถิติปี พ.ศ. 2546 พบว่าคนไทยรับประทานน้ำพริกวันละประมาณ 5 กรัมต่อคน ดังนั้นคนไทยรับประทานน้ำพริกเฉลี่ยปีละ 1.8 กิโลกรัมต่อคน น้ำพริกจึงเป็นอาหารดั้งเดิมที่รับประทานกันในชีวิตประจำวันจนมาถึงปัจจุบัน (พลับพลึง คงชนะ, 2546: 73) ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในท้องตลาดมีผู้ผลิตหลายรายผลิตออกมาจำหน่ายมากมาย ยังไม่พบข้อมูลอย่างเป็นทางการว่าประเทศไทยมีผู้ผลิตน้ำพริกจำหน่ายเป็นจำนวนทั้งสิ้นกี่ราย ทราบเพียงว่ามีผู้ผลิตและจำหน่ายมีอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ มีทั้งที่มีตรายี่ห้อและไม่มีตรายี่ห้อ หลากหลายรูปแบบ ทั้งส่วนผสม สูตร รสชาติและราคาจึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกัน จากการสำรวจจำนวนผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานทั่วประเทศ ณ วันที่ 19 มิถุนายน 2553 พบว่ามีจำนวนมากถึง 898 รายการ ผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 17 รายการ (ไทยตำบลดอทคอม, 2553: ออนไลน์) ดังนั้นจึงส่งผลกระทบทำให้ภาพรวมการแข่งขันในอุตสาหกรรมน้ำพริกอยู่ในระดับรุนแรง ประกอบกับความเจริญทางเทคโนโลยีในการผลิตที่มีความทันสมัยมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตแต่ละรายมีการปรับกลยุทธ์การผลิต เพื่อให้มีคุณภาพ มาตรฐานและยืดอายุการเก็บรักษาได้นานขึ้น รวมไปถึงกลยุทธ์การตลาด การพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดอยู่เสมอ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองหลักของภาคเหนือ เป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ อุตสาหกรรมและการคมนาคม เมื่อพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีของผู้บริโภคในเชียงใหม่คือ 76,338 บาท ซึ่งสูงเป็นอันดับสามของภาคเหนือ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2553: ออนไลน์) แสดงให้เห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ผู้บริโภคมีศักยภาพและมีอำนาจซื้อสูง การสำรวจปริมาณการขายน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานจากตลาดที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ 4 แห่ง คือ ตลาดวโรรส ตลาดสมเพชร ตลาดประตูเชียงใหม่และตลาดต้นพยอม อยู่ในช่วงวันละประมาณ 50-100 กิโลกรัมต่อตลาดหนึ่งแห่ง ราคาขายประมาณ 180-250 บาทต่อกิโลกรัม และถ้าเป็นช่วงเทศกาลปริมาณการขายจะเพิ่มขึ้นอีก 3-4 เท่า (การสำรวจเบื้องต้นของผู้ศึกษา) ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร รวมถึงศึกษาปัจจัยส่วน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประสมการตลาดว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยศึกษากลุ่มผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดแห้งเท่านั้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดเปียก มีผู้ได้ศึกษามาแล้ว พบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อแบบตักขายใส่ถุงพลาสติก เน้นรสชาติ ความสดใหม่ และอายุการเก็บรักษาได้ไม่นาน จึงไม่นำผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดเปียกมารวมในขอบเขตการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ ผู้ศึกษาคาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตน้ำพริกและผู้ที่สนใจ ในการที่จะนำข้อมูลไปพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและตอบสนองความต้องการของตลาดได้

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปและผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาด การพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและตอบสนองความต้องการของตลาดได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.4 นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกถึงกระบวนการกระทำที่เกิดขึ้นก่อนการซื้อและการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ซื้อเมื่อไร ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร

น้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน หมายถึง ผลิตภัณฑ์น้ำพริกชนิดแห้ง มีทั้งแบบเนื้อร่วนและเนื้อเหนียวที่ปรุงสำเร็จ อาจมีเนื้อสัตว์ผสมอยู่ด้วยก็ได้ บรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ทั้งแบบมียี่ห้อและไม่มียี่ห้อ ซึ่งมีจำหน่ายตามแหล่งต่างๆในชุมชน สามารถรับประทานได้ทันทีโดยไม่ต้องนำไปประกอบอาหารก่อนรับประทานและสามารถเก็บไว้ได้นาน

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่บริโภคน้ำพริกและเลือกซื้อน้ำพริกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานจากแหล่งจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่