

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ติดกับอ่าวไทยตอนบน ตั้งอยู่ปากแม่น้ำท่าจีน อาชีพหลักของประชาชนในเขตอำเภอเมืองฯ ประกอบอาชีพทำการประมงทะเล และประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการประมง จนเป็นที่รู้จักกันทั่วไป ดังคำขวัญด้านการท่องเที่ยวประจำจังหวัดที่ว่า “เมืองประมง ดงโรงงาน ลานเกษตร เขตประวัติศาสตร์” ซึ่งบ่งบอกถึงจุดเด่นของจังหวัดสมุทรสาครได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ได้แก่ ปากอ่าวท่าจีน ศาลพันท้ายนรสิงห์ วัดนางสาว พระโฑริศต์วักวนอิม วัดสุทธิวาตวราราม ฯลฯ และเมื่อพิจารณาถึงรายได้หลักของทั้งจังหวัดแล้ว จะพบว่ารายได้ส่วนใหญ่มาจากกิจการประมงทะเล และอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเล ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ.2543 ไม่ต่ำกว่า 170,544 ล้านบาท¹

แม้ว่าจังหวัดสมุทรสาครจะมีชื่อเสียงด้านอาหารทะเลก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาถึงภาวะตลาดอาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ ปลาตากแห้ง กุ้งแห้ง ปลาหมึกตากแห้ง กะปิ น้ำปลา ปลาอินทรีเค็ม ปลาริวกิวหวาน ลูกชิ้นปลา จีอู๋ ทอดมันปลา ห่อหมก ปูดอง หอยย่ำ ฯลฯ ที่ขายให้นักท่องเที่ยวในจังหวัดแล้ว ยังไม่เป็นที่น่าพอใจนัก ในด้าน ปริมาณยอดขาย และชนิดของผลิตภัณฑ์ พบว่ามีอัตราเพิ่มที่ต่ำกว่าจังหวัดใกล้เคียง² เช่น จังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดเพชรบุรี ทั้ง ๆ ที่จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนค่าวัตถุดิบ และต้นทุนค่าขนส่ง³ ซึ่งมีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 30 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 20 นาที

ดังนั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการค้าอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสมุทรสาคร สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการซื้อของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผลของการศึกษานี้จะเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานทั้งภาครัฐและ

¹ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2545. “ภาวะการผลิตและการค้าสินค้าประมง ปี 2543 และแนวโน้ม.” (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.ifrc.co.th> (5 ธันวาคม 2545).

² สมาคมแปรรูปอาหารทะเลสมุทรสาคร, รายงานประจำปี 2544, สมุทรสาคร, 2545, หน้า 13.

³ จากการสัมภาษณ์นางสาววรรณาทอง เขาอ่อน เจ้าของโรงงานลูกชิ้นปลารวณา (10 ธันวาคม 2545).

เอกชนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดใกล้เคียง ที่จะนำไปใช้วางแผนและกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค ที่มีต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร
2. ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรค ที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจและเจ้าของกิจการจำหน่ายอาหารทะเลแปรรูป ได้ใช้เป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

อาหารทะเลแปรรูป หมายถึง อาหารที่เป็นสินค้าพื้นเมือง ผลิตจากสัตว์น้ำที่มาจากประมงทะเลและที่มาจากการเพาะเลี้ยงชายฝั่งทะเล โดยผ่านกระบวนการแปรรูปต่าง ๆ ให้เป็นอาหารทั้งที่อยู่ในสภาพสดและแห้ง ไม่ว่าจะบรรจุอยู่ในภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์แบบใดก็ตาม จะมีฉลากตราสินค้าหรือไม่มีก็ตาม ได้แก่ อาหารกึ่งสำเร็จรูป เช่น ทอดมันปลาสด หอยตากแห้ง ปลาตากแห้ง ปลาเค็ม ปลาหวาน ปลาหมึกตากแห้ง ฯลฯ และอาหารสำเร็จรูป เช่น ลูกชิ้นปลา จี๋ปู จี๋กุ้ง กะปี่ น้ำปลา ปลากรอบอบซอส ปลาหมึกปรุงรสอบกรอบ ปูอัด กุ้งแห้ง ปลาเส้น ห่อหมก หอยลายอบซอส ก้างปลาอบกรอบ ปูคอง หอยขำ ฯลฯ

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ มาท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชม
ชั่วคราวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสาคร และได้ซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากตลาดที่มีการ
จำหน่ายสินค้าดังกล่าวในจังหวัดสมุทรสาคร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved