

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ไก่เนื้อเป็นสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญต่อการบริโภคทั้งภายในประเทศ และการส่งออก ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยพบว่าปริมาณการผลิตไก่เนื้อในระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2541 ถึงปี 2546 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.63 ต่อปีเมื่อคิดเป็นตัว และเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.63 เมื่อคิดเป็นตัน โดยในปี 2546 มีผลผลิตไก่เนื้อ 1,114.822 ล้านตัว เป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้น 1,331,900 ตัน (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2547: ออนไลน์)

อัตราการบริโภคไก่เนื้อภายในประเทศไทยในระยะ 6 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2541 ถึงปี 2546 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 1.84 ต่อปี และมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้รัฐนิยมการบริโภคและการใช้จ่ายยังมีการเปลี่ยนแปลงไปกล่าวคือ การหันไปเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคตามร้านค้าแบบสะดวกซื้อที่มีส่วนลดทางการขายมากขึ้น โดยในปี 2546 มีการบริโภคไก่เนื้อภายในประเทศ 746,780 ตัน คิดเป็นร้อยละ 60.87 ของการผลิตทั้งหมดภายในประเทศ (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2543: ออนไลน์) แต่แล้วในช่วงปลายปี 2546 เป็นต้นมาประเทศไทยประสบกับปัญหาการเกิดโรคระบาดของไข้หวัดนก (Avian Influenza หรือ Bird Flu) โดยไวรัสชนิดนี้ทำให้สัตว์ปีกชนิดต่างๆป่วยด้วย เช่น ไก่ เป็ด นกกระจอกเทศ ไก่วง เป็นต้น (กรมปศุสัตว์, 2547: ออนไลน์) จึงทำให้ประชาชนเกิดความไม่แน่ใจว่าโรคไข้หวัดนกมีวิวัฒนาการไปถึงขั้นใด นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนเสียชีวิตด้วยโรคไข้หวัดนกทั้งในประเทศและต่างประเทศเกิดขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเชื้อไข้หวัดนกสามารถแพร่กระจายสู่คนได้ และยังส่ง ผลให้คนเสียชีวิตได้ด้วย (วิธีการประกอบอาหารประเภทเนื้อไก่..., 2547: ออนไลน์) เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้เกษตรกรและผู้ประกอบการประสบปัญหาเกี่ยวกับการเลี้ยงไก่เนื้อ และการส่งออกไก่เนื้อเป็นอย่างมาก จนทำให้ธุรกิจการส่งออกเนื้อไก่สดแช่แข็งต้องชะงักงันลง จนทำให้ภาครัฐต้องออกมาทำความเข้าใจกับประชาชนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งในด้านสุขอนามัย ด้านมาตรการการป้องกันโรค ด้านความปลอดภัยเพื่อทำให้ตลาดภายในประเทศยังคงทรงตัวอยู่ได้

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในเขตปริมณฑล ประกอบกับการเติบโตขยายตัวของชุมชนเมืองในกรุงเทพมหานครจนทำให้เกิดความหนาแน่นของประชากร ทำให้ประชากรมีการหลั่งไหลมาอยู่ในเขตปริมณฑลมากขึ้น จึงทำให้จังหวัดนครปฐมจัดเป็นจังหวัดศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาคตะวันตก (สำนักงานทะเบียนการค้าจังหวัดนครปฐม, 2547: ออนไลน์) โดยจะพบว่า

จังหวัดนครปฐมมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 807,264 คน รวมทั้งมีการลงทุนมากขึ้น (ที่ทำการปกครองจังหวัดนครปฐม, 2547: ออนไลน์) จึงทำให้วิถีการดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกับคนในกรุงเทพมหานคร คือ รสนิยมการบริโภครวมทั้งการใช้จ่ายที่เลือกซื้อสินค้าตามร้านค้าแบบสะดวกซื้อที่มีส่วนลดทางการขายมากขึ้น อีกทั้งยังพบว่าเนื้อไก่มีการขยายตลาดในประเทศมากขึ้นโดยมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเข้าสู่ร้านค้าแบบสะดวกซื้อที่มีส่วนลดทางการขายมากขึ้น

ด้วยเหตุผลนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภค ในจังหวัดนครปฐม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาด และการพัฒนาแก้ไขกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆของผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวกับไก่เนื้อทั้ง เนื้อไก่สดชำแหละ เนื้อไก่ชำแหละแช่เย็น และแช่แข็ง ภายในประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภค ในจังหวัดนครปฐม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม
2. เป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการที่สนใจ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการตลาดผู้บริโภค ในสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเนื้อไก่

นิยามศัพท์

เนื้อไก่ หมายถึง เนื้อไก่ที่ใช้ในการบริโภค ได้แก่ เนื้อไก่สดชำแหละ เนื้อไก่ชำแหละแช่เย็น และแช่แข็ง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution Channel) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่บริโภคและซื้อเนื้อไก่จากตลาดสด หรือจากร้านค้าแบบสะดวกซื้อที่มีส่วนลดทางการขาย