

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากสภาวะในชีวิตประจำวันที่ต้องทำงานแข่งกับเวลาและปัญหาจราจรในเมือง ทำให้เวลาส่วนใหญ่ของคนในเมืองหมดไปกับการทำงานและการเดินทาง แต่ในขณะเดียวกันเรื่องอาหารการกินก็ยังเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันที่ทุกคนยังขาดไม่ได้ แต่รูปแบบการบริโภคอาหารของครอบครัวในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ตลาดสดในปัจจุบันเปลี่ยนสภาพจากตลาดสดแบบดั้งเดิมที่แยกขายเนื้อสัตว์ ผักสด เครื่องปรุงรสคนละร้านกัน มาเป็นตลาดสดติดแอร์ หรือซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในเมืองใหญ่ เพราะสะดวกและสะอาด การจัดประเภทอาหารก็เป็นหมวดหมู่ การซื้ออาหารในซูเปอร์มาร์เก็ตมีอากาศเย็น มากันได้ทั้งครอบครัว และสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตแทนเงินสดได้อีกด้วย ในสภาพการณ์ปัจจุบัน เศรษฐกิจเป็นปัญหาใหญ่ของทุกครอบครัวแม่บ้านต้องออกไปทำงานนอกบ้านทำให้ไม่มีเวลา ดังนั้นอาหารสำเร็จรูปจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญ แต่อาหารสำเร็จรูปบางครั้งก็ไม่ได้ปรุงสุกใหม่ๆ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเสียดายอาหารพร้อมปรุงจึงเป็นทางเลือกใหม่สำหรับแม่บ้านในยุคนี้ เราจะพบเห็นอาหารพร้อมปรุงเหล่านี้ได้ตามตลาดสด และซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ (อมวาคี, 2548)

อาหารสดพร้อมปรุงเพิ่งจะได้รับความนิยมเมื่อ 4 - 5 ปี ที่ผ่านมา เพราะนิสัยการซื้อของผู้บริโภคในเมือง เนื่องจากปัจจุบันเราใช้เวลากับการทำงานมากขึ้น จึงไม่มีเวลาที่จะเดินซื้อของเป็นเวลานาน ๆ ผลิตภัณฑ์อาหารสดมีการพัฒนารูปแบบ พร้อม ๆ กับเพิ่มชนิดของอาหารที่บรรจุลงในถาดโฟมมากยิ่งขึ้น และสถานที่จำหน่ายก็สอดคล้องกับสภาพรีบเร่งในการดำเนินชีวิต ซูเปอร์มาร์เก็ต และตลาดสดแต่ละแห่งมีการจำหน่ายอาหารพร้อมปรุง เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย การซื้ออาหารสดในตลาดสดสมัยใหม่ ก็นับว่าสะดวกดีพอแล้ว แต่เนื่องจากเวลาที่มีจำกัดนั้น อาหารพร้อมปรุงจึงเข้ามามีบทบาทสำหรับผู้บริโภคมากขึ้นทุกขณะ (สุกาญจน์, 2550)

อาหารพร้อมปรุงเป็นอาหารสดที่ได้จัดเตรียมส่วนประกอบต่าง ๆ บรรจุไว้ในถาดโฟมอย่างเรียบร้อย และสวยงามแล้วห่อหุ้มด้วยพลาสติกใส ดูสะอาด สามารถมองเห็นชนิดของอาหารสดที่บรรจุอยู่ได้อย่างชัดเจน และยังเป็นการช่วยรักษาสภาพของอาหารนั้น ๆ ให้สดอยู่ได้นานขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ นอกจากนี้อาหารพร้อมปรุงยังประกอบด้วยเครื่องปรุงรสที่จัดเตรียมไว้ในสัดส่วนที่เหมาะสมต่อการปรุงประกอบอาหารพร้อมปรุงชุดนั้น ๆ จึงทำให้ผู้บริโภคนำมาใช้ในการปรุงประกอบอาหารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และมีรสชาติดี ดังนั้น อาหารพร้อมปรุงจึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น (ทัศนีย์, 2550)

จากสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้วิถีชีวิตของคนเมืองเปลี่ยนแปลงไป สิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดเจนคือพฤติกรรมการบริโภค จากอดีตที่เคยปรุงประกอบอาหารที่บ้าน พบว่าหลายคนเปลี่ยนวิถีการบริโภคมาซื้ออาหารปรุงสำเร็จ เนื่องจากไม่มีเวลา อย่างไรก็ตามก็ยังมีผู้บริโภคบางคนที่ยังรักการปรุงประกอบอาหารด้วยตนเอง แต่เนื่องจากไม่มีเวลาจึงเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงมาใช้ในการประกอบอาหาร เพราะมีความสะดวกและทำให้การประกอบอาหารรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้อาหารพร้อมปรุงยังสามารถหาซื้อได้ง่ายในตลาดสด และห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีอยู่ทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่โดยเฉพาะอำเภอเมือง ซึ่งเป็นศูนย์กลางแหล่งการค้า การลงทุนและแหล่งศูนย์ราชการของภาคเหนือ (ขุนทอง, 2551) จึงเป็นแหล่งรวมประชากรในภูมิภาคภาคเหนือ ซึ่งสามารถสะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคในภาคเหนือได้เป็นอย่างดี แต่ก็ทำให้ประชากรในจังหวัดเชียงใหม่มีภารกิจในการประกอบอาชีพมากขึ้น จนทำให้มีเวลาดูแลครอบครัวลดลง จึงทำให้ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบาย ประหยัดเวลาในการประกอบอาหารสำหรับครอบครัว จึงหันมาบริโภคอาหารพร้อมปรุง ซึ่งมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดมาพร้อมสรรพมาแล้ว โดยไม่ต้องเสียเวลาหาซื้อวัตถุดิบแต่ละชนิดมาประกอบกันอย่างแต่เดิมมา นอกจากนี้ประชากรในจังหวัดเชียงใหม่มีความตื่นตัวในเรื่องของสุขภาพอนามัยไม่น้อยไปกว่าประชากรในจังหวัดอื่นๆ ตลาดธุรกิจอาหารพร้อมปรุงในจังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจต่อการศึกษา

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจและต้องการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมปรุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้ออาหารพร้อมปรุง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง และปัญหาในการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง นอกจากนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดแก่ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจอาหารพร้อมปรุงในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดอื่นๆ ที่สนใจประกอบธุรกิจอาหารพร้อมปรุงนี้ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสูงสุดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารพร้อมปรุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพร้อมปรุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นผู้ประกอบการอาหารพร้อมปรุง ได้พิจารณาวางแผนพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมถึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และ ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

อาหารพร้อมปรุง หมายถึง อาหารที่ได้เตรียมเครื่องปรุงที่เป็นส่วนประกอบต่าง ๆ ของอาหารแต่ละชนิด หรืออาหารสดที่จัดไว้เป็นชุด ๆ อย่างครบเครื่อง บรรจุไว้ในหน่วยภาชนะ โดยบรรจุไว้ในถาดโฟม ห่อหุ้มด้วยพลาสติกใส พร้อมทั้งผู้บริโภคนำไปปรุงเป็นอาหารชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะได้อย่างสะดวกสบาย และใช้เวลาสั้น เช่น ชุดสุกี้ ชุดผัดกระเพรา เป็นต้น

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคที่เคยซื้อ และบริโภคอาหารพร้อมปรุงในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในช่วงระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551