

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

มูลนิธิโครงการหลวงได้เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี 2512 โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อช่วยเหลือชาวเขาให้มีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยการส่งเสริมให้ชาวเขามีการปลูกพืชที่เป็นประโยชน์เพื่อทดแทนการปลูกฝิ่น (ประวัติความเป็นมา, 2539: ออนไลน์) ทางมูลนิธิได้มีการส่งเสริมให้ชาวเขาปลูกพืชผักเมืองหนาว ไม้ดอกเมืองหนาว ไม้ผลเมืองหนาวและพืชไร่ โดยเฉพาะพืชผักเมืองหนาวที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรชาวเขาภายใต้ความช่วยเหลือของมูลนิธิฯ โดยมูลนิธิฯ นอกจากจะมีการส่งเสริมการเพาะปลูกและรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรแล้ว ยังได้ให้บริการทางการตลาด ซึ่งได้แก่ การคัดชั้น การตัดแต่ง การขนส่ง และจัดจำหน่ายแก่ลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่และต่างจังหวัด ทั้งในโครงการและนอกโครงการ (การพัฒนาศักยภาพฝ่ายการตลาดมูลนิธิโครงการหลวง, 2543) สำหรับผักและผลไม้ที่ขายดีของมูลนิธิโครงการหลวงนั้น ได้แก่ ประเภทผัก เช่น ผักกาดหอมห่อ ผักกาดขาวปลี แตงกวาญี่ปุ่น เป็นต้น และประเภทผลไม้ เช่น เสาวรส สตรอเบอร์รี่ มะละกอปากช่อง อะโวคาโดบัคคาเนีย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ทางด้านสมุนไพรต่าง ๆ อีกด้วย (ผลผลิตของโครงการหลวง, 2539: ออนไลน์) จึงสามารถนับได้ว่าผัก ผลไม้สดของเมืองหนาวนั้นเป็นผลผลิตที่สำคัญของโครงการหลวง

ผลผลิตผักเมืองหนาวของโครงการหลวงในระยะแรก ๆ นั้นมีมูลค่าเพียง 160,000 บาท (พ.ศ. 2524) แต่ในปัจจุบันความต้องการบริโภคผักเมืองหนาวมีมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากมูลค่าผักที่มูลนิธิโครงการหลวงได้ขายคืนให้แก่เกษตรกรภายใต้การดูแลของมูลนิธิโครงการหลวง มีมากกว่า 105 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2547 รวมชนิดผักมากกว่า 140 ชนิด นอกจากเกษตรกรที่อยู่ภายใต้การส่งเสริมการผลิตของมูลนิธิฯ แล้วยังมีเกษตรกรที่อยู่นอกโครงการฯ ที่ผลิตผักเมืองหนาวด้วยตนเอง และส่งผลผลิตไปจำหน่ายยังตลาดต่าง ๆ ในประเทศ ซึ่งปริมาณการผลิตผักก็มีการเพิ่มมากขึ้นด้วย

เช่นกัน และทำให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้น (อารี วิบูลย์พงศ์และคณะ, 2547)

จากการที่ผลการประกอบการของมูลนิธิโครงการหลวงตั้งแต่เดือน มกราคม – ตุลาคม 2547 นั้นมียอดการจำหน่ายผักสดและผลไม้สด 141 ล้านบาท เมื่อเทียบกับทั้งปี 2546 มียอดขายรวม 171 ล้านบาท โดยตลาดส่วนใหญ่ยังอยู่ในประเทศถึงร้อยละ 95 ตลาดส่งออกหลัก ๆ ก็คือ ประเทศสิงคโปร์ ร้อยละ 5 (โครงการหลวง 10 เดือน รายได้พุ่ง 141 ล้านบาท, 2547)

แม้ในปี 2547 นั้นยอดจำหน่ายผักและผลไม้สดจะไม่ลดลง แต่โครงการหลวงก็ได้รับความกระทบกระเทือนจากการข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ไทย – จีน มีผลทำให้ผักและผลไม้จากจีนไหลเข้าสู่ตลาดไทยในปริมาณมาก โดยเฉพาะแครอทและผักกาดหอมห่อ เนื่องจากเป็นสินค้าประเภทเดียวกันกับของโครงการหลวง โดยสินค้าที่นำเข้ามาจากจีนนั้นมีราคาถูกกว่ามาก เช่น ผักกาดหอมห่อของโครงการหลวงมีต้นทุน 16.22 บาทต่อกิโลกรัม แต่ของจีนนั้นมีราคา 10.59 บาทต่อกิโลกรัม จากราคาที่แตกต่างกันนี้ ทำให้ลูกค้าของโครงการหลวงได้มีการขอต่อรองให้ลดราคาสินค้าลงร้อยละ 5 – 10 ไม่เช่นนั้น สินค้าของโครงการหลวงก็จะไม่สามารถที่จะแข่งขันกับสินค้าของประเทศจีนได้ลำบากมากขึ้น (โครงการหลวงพึ่ง อีซู หนีผักจีนถล่มกระทันหัน, 2548)

และนอกจากนี้ ผักผลไม้สดจากโครงการหลวงยังมีคู่แข่งที่อยู่ในประเทศที่นำเสนอผักผลไม้ในหลาย ๆ รูปแบบอีกด้วย เช่น ผักผลไม้อินทรีย์ปลอดสารพิษ ผักที่ปลูกโดยไม่ใช้ดิน (Hydroponics) ซึ่งสินค้าเหล่านี้ก็มีผลกระทบต่อจำหน่ายผักเมืองหนาวของโครงการหลวงอีกทางหนึ่งเช่นกัน

จากความสำคัญของผักผลไม้สดเมืองหนาว สภาพการแข่งขันในตลาดทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศและปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง เพื่อนำไปพัฒนาการดำเนินการเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดผักผลไม้สดเมืองหนาวเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งกันทั้งจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนสามารถพัฒนาคุณภาพ ขยายช่องทางการตลาดไปสู่ตลาดต่างประเทศได้อีกต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อ ความต้องการของผู้ซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผักเมืองหนาว ตลอดจนทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่บริโภคผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ หน่วยงานของภาครัฐ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของโครงการให้เข้มแข็งได้

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งศึกษา พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่จัดจำหน่ายในมูลนิธิโครงการหลวง เช่น ผักและผลไม้ต่าง ๆ เป็นต้น และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของผู้ซื้อ ตลอดจนความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ซึ่งจะศึกษากลุ่มผู้ซื้อผักเมืองหนาวในมูลนิธิโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยสถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูลคือ มูลนิธิโครงการหลวง บริเวณคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยจะมีช่วงระยะเวลาการศึกษา ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551

1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ผลิตภัณฑ์ผักเมืองหนาวของโครงการหลวง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผักที่มียอดขาย 10 อันดับแรกของมูลนิธิโครงการหลวง ได้แก่ ผักกาดหอมห่อ ผักกาดขาวปลี แดงกวาญี่ปุ่น คอสลัดกะหล่ำปลี ปวยเล้ง ฟักทองญี่ปุ่น มะเขือเทศเชอร์รี่ (แดง) มะเขือเทศโครงการหลวง และบร็อคโคลี่

ผลิตภัณฑ์ผลไม้เมืองหนาวของโครงการหลวง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผลมีมียอดขาย 10 อันดับแรกของมูลนิธิโครงการหลวง ได้แก่ เสาวรสรับประทานสด สตรอเบอร์รี่ มะละกอปากช่อง อะโวคาโดบัคคาเนีย เคนกูสเบอร์รี่ องุ่นดำไม่มีเมล็ด มะเฟืองได้หวัน พีช พลับ พลับ

ผู้ซื้อ หมายถึง ผู้ที่เข้าไปใช้บริการในร้านค้าค้ายค้ำ สาขาสุเทพ บริเวณคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในเขตอำเภอเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่