

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมน้ำมันพืชเป็นอุตสาหกรรมเกษตร (Agro-Industry) ประเภทหนึ่ง ที่มีการพัฒนาและขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ อีก เช่น อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป อุตสาหกรรมเครื่องสำอางค์ เป็นต้น ในอดีตการใช้น้ำมันเพื่อการประกอบอาหารของคนไทยจะเป็นการใช้ไขมันหมูเป็นหลัก เนื่องจากน้ำมันหมูเป็นผลพลอยได้จากการผลิตเนื้อหมู ซึ่งเป็นเนื้อสัตว์ที่ผู้บริโภคนิยมอย่างมาก ต่อมาในระยะหลัง บทบาทการบริโภคน้ำมันหมูมีปริมาณลดลง เนื่องจากมีผู้ผลิตน้ำมันพืชรายใหญ่เข้ามาแข่งขันในตลาด โดยเฉพาะน้ำมันพืชที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันรำข้าวและน้ำมันปาล์ม เป็นการทำให้ตลาดน้ำมันพืชมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปี 2545 มูลค่ารวมทางตลาดในอุตสาหกรรมของน้ำมันพืชในประเทศไทยมีประมาณ 4,580 ล้านบาท โดยน้ำมันปาล์มมีมูลค่าส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 60 หรือประมาณ 2,748 ล้านบาท รองลงมาเป็นน้ำมันถั่วเหลืองร้อยละ 30 หรือประมาณ 1,374 ล้านบาท และน้ำมันพืชอื่น ๆ รวมกันมีมูลค่ารวมร้อยละ 10 หรือประมาณ 458 ล้านบาท (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2545) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการขยายตัวของตลาดน้ำมันพืช ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่วางจำหน่ายทั่วไป การส่งเสริมการตลาด และอิทธิพลของการโฆษณาที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคใส่ใจกับสุขภาพของตนมากขึ้น (อรรถกร จัดกุล, 2534)

ในอดีตลักษณะของตลาดจำหน่ายน้ำมันพืชชนิดที่ใช้ในการบริโภคโดยตรง จะมีลักษณะของตลาดเป็นแบบผู้ขายน้อยราย กล่าวคือ มีผู้ผลิตน้ำมันพืชที่แข่งขันในด้านการผลิตและการจำหน่ายจริง ๆ เพียง 3-4 ราย ส่วนการจำหน่ายจะใช้ตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ค้าส่งจำนวนมากทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยที่ผู้ผลิตสินค้าจะทำการจำหน่ายที่มีลักษณะเหมือนกันและราคาขายปลีกยังถูกควบคุมจากทางการ (อรรถกร จัดกุล, 2534)

ในปัจจุบันพบว่าน้ำมันพืชมีมากมายหลายยี่ห้อซึ่งมีคุณภาพและราคาแตกต่างกันไปสื่อโฆษณาต่าง ๆ เป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อน้ำมันพืชโดยไม่ได้ใส่ใจในรายละเอียดด้านโภชนาการมากนัก ถึงแม้ว่ารายละเอียดด้านโภชนาการจะระบุอยู่ที่ฉลากบนบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้า ซึ่งจะบอกข้อมูลเกี่ยวกับด้านการผลิต ชนิดของพืชที่นำมาสกัด วันเดือนปี

ที่ผลิต และวันหมดอายุรวมถึงข้อมูลด้านโภชนาการอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อ (อรรถกร จิตกุล, 2534)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่อยู่ในระดับสูงมากโดยเฉพาะในภาคของอุตสาหกรรม ประชากรในจังหวัดมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีอยู่ในอันดับที่ 4 ของประเทศรองจากจังหวัดระยอง ปทุมธานี และกรุงเทพฯ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2542) เขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาครเป็นเขตพื้นที่ที่มีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก ประชากรในพื้นที่ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่าพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อน้ำมันพืชของกลุ่มประชากรเหล่านี้จะมีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดังกล่าว ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำมันของประชากรในพื้นที่อุตสาหกรรมผลการศึกษาที่ได้รับจะเป็นข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของน้ำมันพืชในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครและพื้นที่ใกล้เคียงต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้สนใจ และผู้ที่ จะทำการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช

นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ หมายถึง สิ่งที่กำลังจะมามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำมันพืช ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หรือคุณลักษณะของน้ำมันพืช

พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกของผู้บริโภคซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดของผู้จำหน่ายน้ำมันพืช อีกทั้งได้รับอิทธิพลจากคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ซื้อ รวมทั้ง

สิ่งแวดล้อมภายนอก ที่ทำให้เกิดความต้องการขึ้นในความรู้สึกนึกคิด ทำให้ผู้ซื้อเกิดการตอบสนอง
ในลักษณะการเลือกซื้อสินค้า

ผู้บริโภค หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ซื้อน้ำมันพืชในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

น้ำมันพืช หมายถึง น้ำมันบริโภคที่ผลิตจากพืช เช่น ถั่วเหลือง ไร่ข้าว ปาล์ม น้ำมัน
หรือพืชอื่นๆ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved