

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ข้าวที่คนไทยบริโภคเป็นอาหารหลัก แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ข้าวเจ้า และข้าวเหนียว ในแต่ละชนิดมีหลายสายพันธุ์ ซึ่งมีจำหน่ายทั่วไปสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการของผู้บริโภค การจัดจำหน่ายนั้นมีทั้งแบบแบ่งขายจากกระสอบ แบบแยกขายย่อยเป็นลิตรหรือเป็นแบบกิโลกรัม เป็นถัง ครึ่งถัง และขายยกกระสอบในปริมาณ 50 – 100 กิโลกรัม ในปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายรวมทั้งแบบบรรจุถุง เช่น ถุงบรรจุ 5 กิโลกรัม 1 กิโลกรัม โดยมีฉลากระบุตราสินค้าที่ชัดเจน ซึ่งผู้บริโภคสามารถเห็นเมล็ดข้าวสารได้อย่างชัดเจนทำให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น จำนวนของตราสินค้าของข้าวสารบรรจุถุงในท้องตลาดปัจจุบันเห็นได้ว่ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากตราสินค้าของข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ พบทั้งตราสินค้าระดับประเทศ ได้แก่ ตราเกษตร ตราฉัตร ตราหงษ์ทอง ตราเบญจรงค์ และตราสินค้าระดับท้องถิ่น ได้แก่ ตรามังกร ตรานกคู่ ตราช้อนเพชร ตราไอยรา ตรานางสงกรานต์ เป็นต้น

โดยในขนาดถุงบรรจุ 1 กิโลกรัมมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 15 – 20 บาท และในขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัมมีราคา 80 – 120 บาท ตลาดข้าวสารบรรจุถุงมีการขยายตัวตั้งแต่ปี 2542 เฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี และในปี 2549 มีมูลค่าตลาดสูงถึง 25,085 ล้านบาท

จะเห็นได้ว่าอนาคตของธุรกิจข้าวสารบรรจุถุงยังคงสดใสเนื่องจากเป็นสินค้าในกลุ่มสินค้าจำเป็นต่อการอุปโภคบริโภคโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและในเขตตัวเมืองในจังหวัดใหญ่ ๆ แต่เนื่องจากการเจาะขยายตลาดในเขตกรุงเทพมหานคร และในเขตตัวเมืองในจังหวัดใหญ่ ๆ นั้นทำได้ยาก จากการที่ผู้ผลิตรายใหญ่ยึดครองตลาดไว้อย่างเหนียวแน่น ดังนั้นการศึกษาและติดตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะเพิ่มโอกาสการขยายตลาดและเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2542: ออนไลน์)

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1.3 นิยามศัพท์

พฤติกรรมกรซื้อ หมายถึง พฤติกรรมกรบริโภคของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อและการเลือกปริมาณกรซื้อ

ข่าวสารบรรจุถุง หมายถึง ข่าวสารที่บรรจุถุงมีข้อความหรือฉลากบ่งบอกชนิดของข้าว ปริมาณน้ำหนัก ตราสินค้า สถานที่ผลิตและบรรจุ

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่เคยซื้อและเคยบริโภคข่าวสารบรรจุถุงภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข่าวสารบรรจุถุงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายในการวางแผนการตลาดของข่าวสารบรรจุถุง และผู้ที่สนใจทั่วไปในการใช้ประโยชน์