บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคการเกษตรมีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นแหล่งรายได้และรองรับการจ้างงานของกำลังแรงงานส่วนใหญ่ในประเทศ ทั้งการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตร ยังทำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับต้นๆ รัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับการเร่งรัดพัฒนาภาคการเกษตรเสมอจากอดีตจนถึงปัจจุบัน หากเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และ มีความมั่นคงในอาชีพแล้ว ย่อมนำมาซึ่งความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประชาชน และประเทศชาติ

ผลไม้เป็นผลผลิตทางการเกษตร และ เป็น พืชที่ทุกคนควรบริโภคเป็นประจำทุกวันไม่มากก็น้อยแตกต่างกันไป เนื่องจากผลไม้ประกอบไปด้วยสารอาหารที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์หลายอย่าง ได้แก่ วิตามิน แร่ธาตุต่าง ๆ เซลลูโลส และ ไฟเบอร์ซึ่งช่วยในระบบการย่อยอาหารและ การขับถ่ายของร่างกาย ช่วยให้ระบบกลไกต่าง ๆ ของร่างกายดำเนินไปเป็นปกติ ช่วยให้เกิดพลังงานให้มีความต้านทานต่อโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ ของร่างกาย และ ยังช่วยให้ร่างกายฟื้นหายจากโรคได้อย่างรวดเร็ว การบริโภคผลไม้ต่างๆ ในปริมาณที่เหมาะสม เป็นประจำจะช่วยให้ร่างกายมีสุขภาพที่ดี และ แข็งแรง ไม่เจ็บป่วยง่าย

ในปัจจุบันการเลือกซื้อผลไม้ของผู้บริโภค ขึ้นอยู่ปัจจัยหลายด้าน อาทิเช่น รายได้ของผู้บริโภค การรับรองคุณภาพของผลไม้ บรรจุภัณฑ์ ความปลอดภัยจากสารเคมีตกค้าง ความสะอาด ความสวยงาม ราคา สถานที่จัดจำหน่าย หรือ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์จากผลไม้ เป็นต้น ที่จะเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้

จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่ง เป็นจังหวัดที่มีการเติบโตทางธุรกิจ และ เป็นศูนย์กลางทางการค้าของภาคเหนือมีศักยภาพทางเศรษฐกิจ ประชากร ส่วนใหญ่มีการศึกษาและ ระดับรายได้ค่อนข้างสูง อีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ (บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน,2546 : ออนไลน์) นอกจากนั้นประชากรในจังหวัดเชียงใหม่มีความตื่นตัวในเรื่องของสุขภาพอนามัยไม่น้อยไปกว่าประชากรในจังหวัดอื่น ๆ ซึ่ง ผลไม้ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย และ เป็นทางเลือกของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (ModrenTrades) ในจังหวัดเชียงใหม่ จากการสำรวจ ได้แก่ เทสโก้โลตัส สาขาหางดง เทสโก้โลตัส สาขาคำเที่ยง บิ๊กซี คาร์ฟูร์ ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกรายใหญ่ที่มีผู้บริโภคให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค เพราะเป็นแหล่งรวมสินค้าหลากหลายชนิดให้เลือกซื้อ และผลไม้ก็เป็นสินค้าที่มีการจำหน่ายในร้านค้าปลีกรายใหญ่ มีผลไม้ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแบบตัดแต่งลงในบรรจุภัณฑ์ และไม่ได้ตัดแต่ง

ดังนั้น เพื่อให้สามารถทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลไม้ตัดแต่ง จึงทำการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และ ผู้ลงทุนได้อย่างถูกต้อง

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลไม้ตัดแต่งใน ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลไม้สดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในจังหวัดเชียงใหม่

2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดแผนการดำเนินการ ทางการลงทุน และทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลไม้สดตัดแต่ง

1.4 นิยามศัพท์

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

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ซื้อและบริโภคผลไม้สดตัดแต่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลไม้สดตัดแต่ง หมายถึง ผลไม้สดที่ปอกเปลือก ตัดแต่ง พร้อมรับประทาน บรรจุในถาดโฟมห่อหุ้มด้วยฟิล์มพลาสติกใส

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คือ ร้านที่รวมเอาหลักการขายปลีกแบบคลังสินค้าลดราคาต่ำกว่าท้องตลาด และ ซุปเปอร์มาร์เก็ต รวมไว้ด้วยกัน สินค้าภายในร้านประเภทนี้มีจำนวนมากมาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หลากหลายชนิด นอกเหนือจากสินค้าที่หาซื้อกันเป็นประจำ เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ยังรวมถึงการมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง มีการชำระเงินที่เคาร์เตอร์ มีการให้สินเชื่อกับลูกค้าโดยผ่านสถาบันทางการเงิน และ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่เองมีล้อเข็นสินค้าบริการ และ มีการจัดส่งสินค้าถึงที่ สถานที่จำหน่ายสินค้าในการศึกษานี้ได้แก่ บิ๊กซี โลตัสสาขาหางดง โลตัสสาขาคำเที่ยง คาร์ฟูร์

แพ็ค หมายถึง ผลไม้ตัดแต่งที่บรรจุในถาดโฟมเรียบร้อยแล้ว โดยทั่วไปมีน้ำหนักตั้งแต่ 100 กรัม จนถึง 1 กิโลกรัม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved