

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

แคบหมู เป็นอาหารพื้นบ้านของชาวล้านนาไทย โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ การทำแคบหมูเป็นวิธีการแปรรูปและการถนอมอาหารที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน สืบทอดกันมาเป็นเวลาช้านาน แคบหมูนิยมใช้เป็นของฝากเมืองเหนือที่มีคุณค่าทั้งผู้ให้และผู้รับ และเป็นผลผลิตจากการนำหนังหมูมาผ่านกรรมวิธีการทอด จนได้ลักษณะกรอบพองมีกลิ่นหอม รสกลมกล่อม รับประทานเป็นอาหารประเภทเครื่องเคียง (อานวย ผู้ตระกูล, ม.ป.ป. :ออนไลน์)

แคบหมู ถือได้ว่าเป็นสินค้าของฝากของที่ระลึกที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นสินค้าที่แสดงถึงอัตลักษณ์ ภูมิปัญญา ของชาวเชียงใหม่ เช่นเดียวกับกับไส้ฮั่ว และน้ำพริกหนุ่ม ซึ่งเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝาก ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวเท่านั้นที่นิยมใช้แคบหมูเป็นของฝากที่แสดงว่าตนได้มาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่แล้ว คนพื้นเมืองเชียงใหม่ และภาคเหนือ ก็นิยมบริโภคแคบหมูในชีวิตประจำวัน ทั้งเป็นอาหารทานเล่น และเป็นเครื่องเคียงรับประทานกับน้ำพริกในมื้ออาหารหลัก

แต่เดิมแคบหมูที่ขายในเชียงใหม่ไม่มียี่ห้อและไม่มีบรรจุภัณฑ์จะขายตามความต้องการของลูกค้า จากการสำรวจในปัจจุบัน แคบหมูเริ่มมีตราหื้อ ทำให้มีการแข่งขันกันมากขึ้นทุกด้าน โดยมีการปรับปรุงด้านบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและมีหลายชนิดหลายรสชาติ เช่น แคบหมูไร้มัน แคบหมูติดมัน แคบหมูปรุงรส ซึ่งแคบหมูที่มี เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อเพื่อรับประทานเอง และซื้อเป็นของฝาก จากการสำรวจพบว่าแคบหมูในจังหวัดเชียงใหม่มีมากกว่า 10 ยี่ห้อ ประกอบกับแคบหมูเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลผลิตอยู่ในธุรกิจประเภทขนาดกลางและขนาดย่อม (Small Medium Enterprise: SMEs) และ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) ซึ่งได้รับการสนับสนุนโดยนโยบายทางรัฐบาลในการดำเนินการ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร รวมทั้ง ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศสอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น (ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2544:

ออนไลน์) นอกจากนี้ยังพบว่า แคมหมู ไล่จิว หมูขอลและน้ำพริกหนุ่มเป็นสินค้ายอดนิยมน 4 อันดับแรก ของนักท่องเที่ยวและผู้บริ โภคจังหวัดเชียงใหม่ (ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2547)

จากเหตุผลที่กล่าวข้างต้นประกอบการกับคอบสนองนโยบายของรัฐบาลและการส่งเสริมอาชีพ ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการซื้อแคมหมูของผู้บริ โภคใน อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริ โภคต่อการซื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อเพื่อเป็นประ โยชน์แก่ผู้ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับแคมหมู สามารถนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ แผนการตลาดและวางแผนขยายตลาดให้กว้างขึ้นและสอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริ โภค

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริ โภคต่อการเลือกซื้อแคมหมูในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อแคมหมูของผู้บริ โภค รวมถึงปัจจัยทางการตลาด และ ปัญหาของผู้บริ โภคในการซื้อแคมหมู ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. นำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้บริ โภค และความต้องการของตลาด

นิยามศัพท์

พฤติกรรมการซื้อ หมายถึง การ ศึกษาถึงพฤติกรรมตัดสินใจและการกระทำของ ผู้บริ โภคที่เกี่ยวข้อง ใช้คำถามเพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริ โภค ได้แก่ สถานที่ซื้อ ซื้อเมื่อใด ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ ลักษณะการซื้อ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

ผู้บริ โภค หมายถึง ผู้บริ โภคที่ซื้อแคมหมูจากร้านที่จำหน่ายในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

แคมหมู หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหนังหมู อาจมีไขมันแข็งอยู่ด้วยก็ได้ ตัดเป็นชิ้นตาม ต้องการนำไปต้มแล้วทำให้แห้งด้วยแสงแดด หรือแหล่งพลังงานอื่น หรืออาจนำไปเคี้ยวด้วยไฟ อ่อน ๆ แล้วนำไปทอดอาจปรุงรส เช่น เกลือ ซีอิ้ว เครื่องปรุงอื่นๆ ด้วยก็ได้ (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชน, 2546)