

บทที่ 1

บทนำ

ปัจจุบันผู้บริโภคเอาใจใส่สุขภาพมากขึ้น จึงนิยมผลิตภัณฑ์อาหารที่มาจากธรรมชาติ น้ำผึ้ง เป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มีการใช้ประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบโดยเฉพาะการประกอบอาหาร หรือนำมาเป็นส่วนผสมต่างๆ เพื่อเพิ่มคุณค่า เช่น เครื่องดื่ม ยา เป็นต้น ทำให้น้ำผึ้งจากแหล่ง ธรรมชาติไม่เพียงพอ จึงมีการเลี้ยงผึ้งเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของ ผู้บริโภค ผลผลิตที่สำคัญของอุตสาหกรรมการเลี้ยงผึ้ง ได้แก่ น้ำผึ้ง นมผึ้ง เกสรผึ้ง และไขผึ้ง เป็น ต้น น้ำผึ้งที่ได้จากผึ้งเลี้ยงมีคุณสมบัติที่แตกต่างกับน้ำผึ้งที่ได้ตามแหล่งธรรมชาติ

ผลผลิตน้ำผึ้งที่ผลิตได้ในประเทศไทยมีการบริโภคน้ำผึ้งในประเทศประมาณปีละ 8,000 ตัน ส่วนการส่งออกต่างประเทศมีประมาณ 2,000 ตัน โดยตลาดหลักอยู่ที่ไต้หวัน จีน มีมูลค่า ส่งออกรวมไม่ต่ำกว่าปีละ 100 ล้านบาท (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร, 2550: ออนไลน์) ดังนั้นจึงมี การส่งเสริมทางด้านวิชาการให้ได้มาตรฐาน และการแบ่งเกรดของผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้งตามคุณภาพ เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีข้อกำหนดคุณลักษณะ วัตถุประสงค์ ภาชนะบรรจุ ปริมาณ เครื่องหมายและฉลาก เพื่อทำมาตรฐานสำหรับน้ำผึ้งที่มีจำหน่าย เพื่อให้ มั่นใจว่าน้ำผึ้งที่ซื้อมารับประทานเป็นของแท้ และพัฒนาคุณภาพน้ำผึ้งและผลิตภัณฑ์ผึ้งให้ได้ มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องสุขอนามัยและการสร้างความ ปลอดภัยให้กับผู้บริโภค (สิริวัฒน์ วงษ์ศิริ, 2528) นอกจากนี้ ยังจัดทำฐานข้อมูลการผลิต โดยขึ้น ทะเบียนเกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้งทั่วประเทศ ซึ่งทำให้การวางแผนการผลิตและการตลาดมีความชัดเจน มากขึ้น ในจังหวัดเชียงใหม่ มีผู้สนใจเลี้ยงผึ้งเป็นอาชีพมากขึ้น ทำให้หน่วยงานรัฐได้ให้การส่งเสริม และสนับสนุนการเลี้ยงผึ้ง โดยมีการจัดตั้งหน่วยงานต่างๆ เพื่อส่งเสริมการเลี้ยงผึ้งและถ่ายทอด ความรู้และเทคโนโลยีต่างๆ แก่เกษตรกรและผู้สนใจ เช่น บริษัทสุภาพาร์มผึ้ง อำเภอแมริม จังหวัด เชียงใหม่ ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และมีการทำ ผลิตภัณฑ์จากผึ้งต่างๆ เช่น น้ำผึ้ง ไขผึ้ง เป็นต้น และ บริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด เข้าร่วม โครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย เพื่อให้ได้น้ำผึ้งมีมาตรฐานและ คุณภาพ และบริษัทยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ ประกอบด้วย นมผึ้ง เกสรผึ้ง ไขผึ้ง และ รังผึ้งเทียม ที่ ส่งออกไปยังต่างประเทศ (สวทช. เครือข่ายภาคเหนือ, 2551: ออนไลน์) เชียงใหม่ยังมีแหล่งอาหาร ที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการเลี้ยงผึ้ง ซึ่งได้แก่ เกสรดอกกล้วยซึ่งมีจำนวนมาก และน้ำผึ้งจากเกสรลำไยยัง

เป็นที่ต้องการของ ตลาดโดยเฉพาะประเทศจีน (เศรษฐกิจการค้า ฟาร์มผึ้งทั่วโลก หนูนู้ใช้ GMP รุกเจาะตลาดนอก, 2550: ออนไลน์)

บรรจุภัณฑ์น้ำผึ้งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ น้ำผึ้งบรรจุขวดแก้ว และน้ำผึ้งบรรจุหลอด ตรายลีนค้าที่เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ น้ำผึ้งสวนจิตรลดา น้ำผึ้งไทยลานนาฟาร์มผึ้ง น้ำผึ้งเวซพงค์ น้ำผึ้งเอราวัน น้ำผึ้งเดือนห้า น้ำผึ้งดอยคำ น้ำผึ้ง Squeezy Honey Capilano Healthy Mate เป็นต้น จากความต้องการของผู้บริโภคจึงทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่ทันสมัย และปลอดภัย มีมาตรฐานรองรับผลิตภัณฑ์ เช่น มาตรฐาน อ.ย. มาตรฐานฮาลาล เป็นต้น (เนชั่นสุดล้ำ, 2550: ออนไลน์) แต่อย่างไรก็ตามผู้เลี้ยงผึ้งยังคงประสบปัญหาในด้านต่างๆ เช่น ราคา น้ำผึ้งที่สูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการเลี้ยงผึ้งมากขึ้น ปัญหาด้านสภาพของน้ำผึ้ง ทำให้ผู้บริโภคไม่เชื่อมั่นในความบริสุทธิ์ของน้ำผึ้ง ปัญหามาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2550: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่นอกจากเป็นแหล่งผลิตน้ำผึ้งที่ใหญ่ของประเทศไทยแล้ว ยังเป็นจังหวัดที่มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศและมีประชากรมากเป็นอันดับ 2 รองจากกรุงเทพฯ ดังนั้นเชียงใหม่จึงเป็นตลาดที่สำคัญของน้ำผึ้งเช่นกัน ในปี 2549 ได้มีผู้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผึ้งของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ (ดรรชนี พงษ์ภมร, 2549) ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ได้แก่ น้ำผึ้ง สบู่ผึ้ง นมผึ้ง เกสรผึ้ง นมผสมน้ำผึ้ง และชาเขียวผสมน้ำผึ้ง ซึ่งงานวิจัยนี้ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อบ่อยที่สุด คือ น้ำผึ้ง คิดเป็นร้อยละ 67.5 เนื่องจากผู้บริโภคนิยมรับประทานน้ำผึ้ง ซึ่งสามารถรับประทานได้ทันที หรือนำไปผสมกับอาหารหรือเครื่องดื่มเพื่อทดแทนน้ำตาล และตรายลีนค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำผึ้ง เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก แต่ในงานวิจัยนี้ยังไม่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำผึ้งของผู้บริโภค

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำผึ้งของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำผึ้ง ทั้งนี้ยังเป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการและผู้สนใจในธุรกิจการเลี้ยงผึ้งในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้สามารถผลิตน้ำผึ้งที่ตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้สูงสุด

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายน้ำผึ้งของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำผึ้งของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตและการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจและผู้สนใจในธุรกิจการเลี้ยงผึ้ง

นิยามศัพท์

พฤติกรรมกรเลือกซื้อ หมายถึง พฤติกรรมกรแสดงออกของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผึ้งในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ซื้อน้ำผึ้ง โดยการซื้อเพื่อบริโภคเองหรือนำไปเป็นของฝากแก่ผู้อื่น ไม่รวมกรซื้อเพื่อนำไปแปรรูปต่อเป็นผลิตภัณฑ์อย่างอื่น

น้ำผึ้ง หมายถึง น้ำหวานที่ได้จากรวงผึ้ง ซึ่งผลิตจากฟาร์มผึ้ง หรือน้ำผึ้งที่เก็บรวบรวมจากน้ำผึ้งป่า น้ำผึ้งถูกบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆเพื่อจำหน่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved