

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

น้ำปลา เป็นอาหารหมักชนิดหนึ่งใช้สำหรับปรุงแต่งรสอาหาร มีความสำคัญทั้งต่อคนไทยและประชาชนในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น เวียดนาม ลาว กัมพูชา ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ในแต่ละประเทศนั้นๆ จะเรียกชื่อน้ำปลาหรือของเหลว ที่ผลิตโดยวิธีการที่คล้ายคลึงกับน้ำปลาแตกต่างกันคือ เวียดนาม เรียกว่า nuoc-mam ลาวเรียกว่า nam-pa ฟิลิปปินส์ เรียกว่า Patis ภาษาอังกฤษเรียกว่า Fishsauce

“น้ำปลา” เป็นเครื่องปรุงรสประจำชาติไทย มีใช้กันเกือบทุกครัวเรือน ทุกระดับชั้นสามารถกล่าวได้ว่า “คนไทยบริโภคน้ำปลามากที่สุดในโลก” หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “การบริโภคน้ำปลาเป็นวัฒนธรรมในการบริโภคอันหนึ่งของไทย และเป็นเครื่องปรุงรสชนิดเดียวที่ใช้เป็นชื่อภาษาไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน” ปัจจุบันธุรกิจน้ำปลา เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำประเภทหนึ่งที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้

การผลิตน้ำปลามีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน แต่ใช้ระยะเวลาอันคือน้ำปลาที่ได้มาล้างเอาเศษดินหรือสิ่งปนเปื้อนออก แล้วนำไปคลุกเคล้าได้ทั่วถึงและสม่ำเสมอ และสัดส่วนการผสมปลากับเกลือจะขึ้นอยู่กับความชำนาญของผู้ผลิตแต่ละราย แต่โดยทั่วไปมักจะเป็นปลา 1-2 ส่วนต่อเกลือ 1 ส่วน เมื่อคลุกเคล้าปลากับเกลือเข้ากันดีแล้ว จึงจะนำไปใส่ถังหมัก ซึ่งในปัจจุบันโรงงานผลิตน้ำปลาจะใช้ถังหมักที่ทำด้วยคอนกรีตรูปสี่เหลี่ยมขนาด 2x2x2 ลบ.ม. หมักไว้ในบ่อนานประมาณ 12 เดือน และในระหว่างนี้จะเกิดกระบวนการหมัก (Fermentation) โดยธรรมชาติได้เป็นของเหลวสีน้ำตาล รสเค็มกลมกล่อม กลิ่นหอมชวนรับประทานนำไปกรองให้ใสจะได้เป็นน้ำปลาแท้ และนำไปบรรจุขวดจำหน่าย

จากการที่น้ำปลามีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน เพียงแต่นำวัตถุดิบคือ ปลาและเกลือมาคลุกเคล้าแล้วหมักตามธรรมชาติประกอปกันแต่เดิมนั้น ปรุงรสยังไม่หลากหลายเช่นปัจจุบันเกือบทุกครอบครัว จึงจำเป็นต้องใช้น้ำปลาปรุงรสอาหารทำให้เกิดการผลิตและขายน้ำปลาอย่างกว้างขวาง ส่วนมากมักอยู่ในรูปอุตสาหกรรมภายในครอบครัว จากการสำรวจในปี พ.ศ.

2510 พบว่ามีโรงงานผลิตน้ำปลาเป็นจำนวนมาก เฉพาะที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายมีกว่า 400 โรงงาน ทั้งหมดนั้นบริหารงานแบบครอบครัว จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2516 ได้เกิดวิกฤติการณ์น้ำมันทั่วโลก ประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างมาก ราคาสินค้าได้เพิ่มสูงขึ้น จนเป็นที่เดือดร้อนของประชาชนทั่วไป การผลิตขายน้ำปลาได้รับผลกระทบโดยตรงจากราคาวัตถุดิบ คือราคาปลาได้เพิ่มสูงขึ้น 3-4 เท่าตัว และผลกระทบจากราคาน้ำมันดีเซลที่จำเป็นต้องใช้ในการขนส่งสินค้าได้เพิ่มขึ้นกว่า 7 เท่าตัว แต่รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์กลับพิจารณาว่า น้ำปลาเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต จึงควบคุมราคาขายและราคาน้ำปลาชั้นดีในขณะนั้น ราคาขวดละ 10 บาท ได้ปรับราคาเป็น 12 บาท หรือเพิ่มขึ้น 20 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น (ประเสริฐ สายสิทธิ์, 2535 : 2)

ในขณะเดียวกันกระทรวงสาธารณสุขก็พิจารณาว่า น้ำปลาเป็นสินค้าที่จำเป็น เมื่อกระทรวงพาณิชย์ควบคุมราคาขาย ในขณะที่ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นมากก็เกรงว่าอาจจะมีผู้ผลิตบางรายที่อาจลดคุณภาพน้ำปลาลง หรือคิดค้นหาวิธีการผลิตแบบอื่น นอกจากการหมักปลาแบบธรรมชาติ จนอาจเกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้ จึงประกาศควบคุมคุณภาพน้ำปลาเป็นครั้งแรกตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 16 (พ.ศ. 2516) เรื่อง “กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานและฉลากสำหรับน้ำปลา” เมื่อเป็นเช่นนี้ผลกำไรต่อหน่วยที่เคยได้รับก็ลดลงอย่างฉับพลัน จนไม่คุ้มการลงทุนทำให้ธุรกิจนี้เริ่มมีการพัฒนา ต้องเพิ่มยอดขายและลดต้นทุนทุกอย่างเท่าที่ทำได้ เพื่อรักษากิจการให้อยู่รอด วิธีการบริหารและการตลาดแบบใหม่ เริ่มนำมาใช้เสริมและผู้บริหารยุคก่อตั้งหรือดั้งเดิมของแต่ละโรงงาน มักจะปรับตัวไม่ค่อยทัน จำเป็นต้องเปิดทางให้กับผู้บริหารรุ่นต่อไป ซึ่งอาจเป็นลูกหรือหลาน ซึ่งที่ปรับตัวไม่ทันและทุนภาวะขาดทุนไม่ได้ต้องปิดกิจการหรือเปลี่ยนอาชีพไป ลักษณะการขายเปลี่ยนจากเดิมที่ต่างคนต่างขาย เพื่อรักษาผลตอบแทนให้กิจการดำรงอยู่ และจากการสำรวจในปี พ.ศ. 2530 พบว่า มีโรงงานน้ำปลาเหลืออยู่เพียง 96 โรงงาน หรือประมาณ 25 เปอร์เซ็นต์ ส่วนอีก 75 เปอร์เซ็นต์ ต้องเลิกกิจการหรือเปลี่ยนอาชีพไป

ในปัจจุบันเมื่อพิจารณาในแง่ของการตลาด ถ้าแต่ละคนบริโภคน้ำปลาทั้งทางตรงและทางอ้อมเพียงคนละ 20 ซีซี ต่อวันในแต่ละวันจะมีการบริโภคน้ำปลาถึง 1,600,000 ขวด ต่อประชากร 60 ล้านคน หรือ 540 ล้านขวด ต่อปี คิดเป็นมูลค่าตลาดหลายพันล้านบาทต่อปี น้ำปลาแท้ที่วางขายในท้องตลาดมีราคาขายทั่วไป ระหว่าง 15 – 30 บาทต่อขวด ตราที่นิยมและพบเห็นบ่อยๆ คือ ตราทิพรส ตราปลาหมึก และตราหอยหลอด (กระทรวงสาธารณสุข, 2535 : 24)

แต่ในสภาวะปัจจุบัน ผู้ดำเนินธุรกิจน้ำปลา นอกจากต้องต่อสู้ทางการตลาดกับผู้ร่วมธุรกิจเดียวกันแล้ว ยังต้องหาจุดแข็งและพยายามลดจุดด้อยของตนเอง เพื่อต่อสู้กับเครื่องปรุงรสประเภทอื่นที่ทดแทนได้แก่ ซอสปรุงรส ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

ประเภทอื่นที่ทดแทน ได้แก่ ขอสรุปสรุป ดังนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริโภค น้ำปลาแท้ของผู้บริโภคในเขตภาคใต้ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคน้ำปลาแท้ เพื่อหาวิธี การชี้แนะต่อธุรกิจประเภทนี้ ผู้ผลิตจะสามารถนำไปเป็นแนวทางวางแผนการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในกรณีของการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม และในกรณีที่จะผลิตน้ำปลาแท้ใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

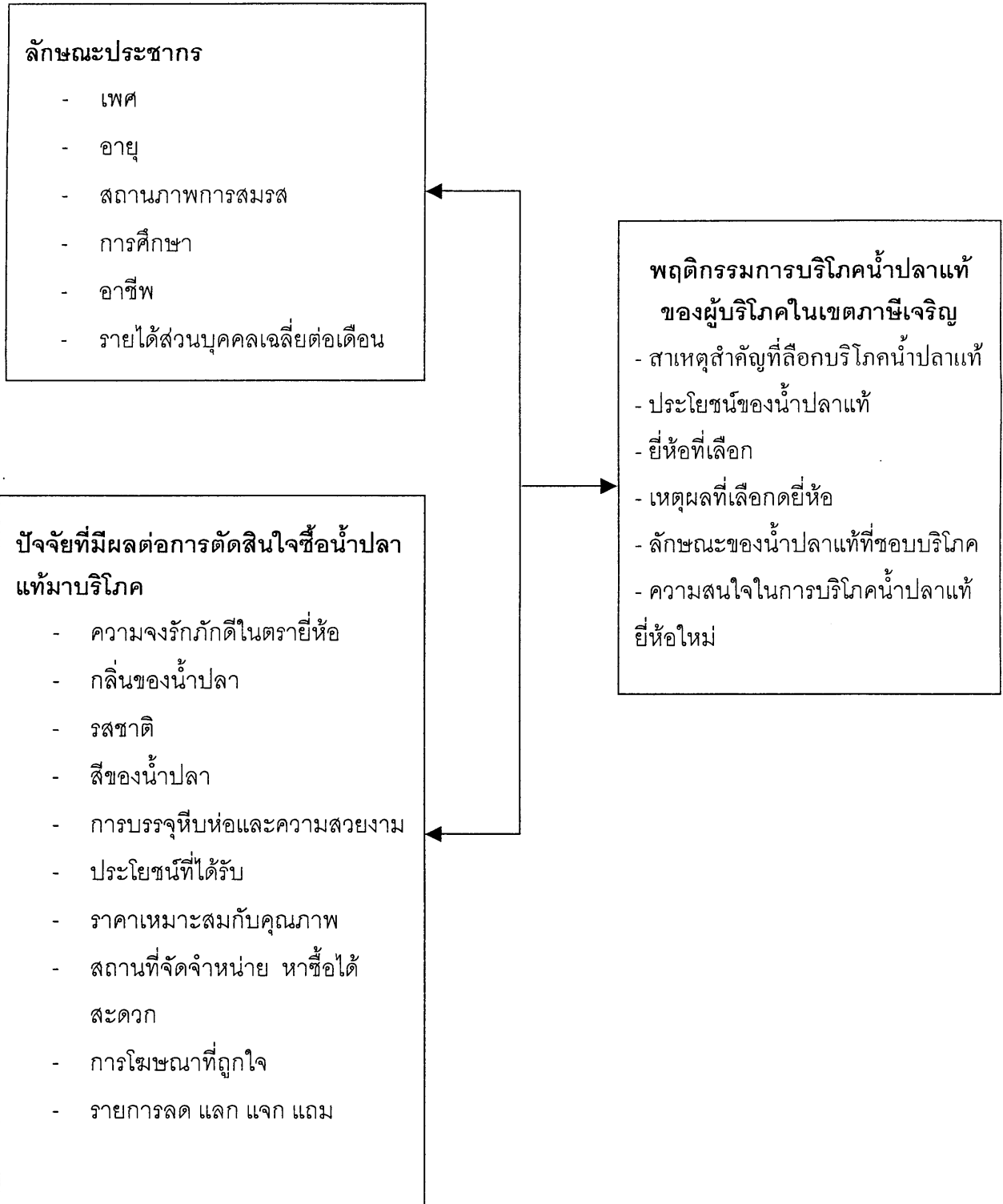
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำปลาแท้ของผู้บริโภคในเขตภาคใต้
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ของผู้บริโภค
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อตามลักษณะประชากรของผู้บริโภคในเขตภาคใต้

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษานี้ จะทำการศึกษาเฉพาะประชาชนและกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อและบริโภคน้ำปลาแท้เท่านั้น และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคใต้ ซึ่งมีอยู่ทั้งหมด 7 แขวง คือ

1. แขวงบางหว้า
2. แขวงบางด้วน
3. แขวงบางจาก
4. แขวงบางแวก
5. แขวงคลองขวาง
6. แขวงปากคลองภาษีเจริญ
7. แขวงคูหาสวรรค์

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ใช้ และผู้เลือกซื้อน้ำปลาแท้ในการปรุงรสอาหาร

น้ำปลาแท้ หมายถึง น้ำปลาที่มีฉลากระบุว่า เป็นน้ำปลาแท้และมีเครื่องหมาย อย.

ราคาประมาณตั้งแต่ 15 - 30 บาทขึ้นไป

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำที่แสดงออกมาหลังจากได้มีการรับรู้ในด้านความพอใจ หรือความไม่พอใจ ได้แก่ การเลือกซื้อยี่ห้อน้ำปลาแท้ต่างๆ รวมไปถึงราคาของน้ำปลาแท้ ความบ่อยในการซื้อ ซื้อครั้งละกี่ขวด การซื้อแต่ละครั้งเอาไปใช้ในครอบครัวของตน

ปัจจัย หมายถึง ยี่ห้อ กลิ่น รสชาติ สี ราคา การบรรจุภัณฑ์ หาซื้อได้สะดวก ประโยชน์ การโฆษณาที่ถูกต้อง รายการลดแลก แจก แถม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรุงน้ำปลาแท้ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภค
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจน้ำปลาในการปรับปรุงแผนการตลาด และเป็นแนวทางวางแผนการผลิตในกรณีที่จะผลิตน้ำปลาแท้ตราใหม่ แล้วนำออกสู่ตลาดในอนาคต
3. ทำให้ทราบถึงแนวโน้มของตลาดน้ำปลาแท้ เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการที่คิดจะลงทุนในธุรกิจประเภทนี้