

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

น้ำผลไม้เป็นอุตสาหกรรมการเกษตรแปรรูปประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ผลผลิตผลไม้สดมีปริมาณมากเกินความต้องการของตลาด ซึ่งทำให้ระดับราคาคต่ำ และเกิดความสูญเสียจากการเน่าเสียได้ง่าย ดังนั้นการนำผลไม้สดดังกล่าวมาแปรรูปเป็นน้ำผลไม้จะทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรให้สูงขึ้น และลดความเสียหายที่เกิดจากข้อจำกัดของอายุการเก็บรักษาลง

ปัจจุบันตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มในประเทศมีแนวโน้มแข่งขันรุนแรงมากขึ้น โดยผู้ประกอบการรายใหญ่มีการปรับกลยุทธ์ทั้งการทุ่มงบโฆษณากระตุ้นยอดขาย เปิดตัวสินค้าใหม่เป็นน้ำผลไม้ที่เจาะกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น การปรับตำแหน่งทางการตลาดใหม่ จากที่เจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใหญ่มาสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญน้ำผลไม้พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ธุรกิจเครื่องดื่มประเภทอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจน้ำอัดลมหันมาขยายธุรกิจผลิตน้ำผลไม้ และเครื่องดื่มผสมน้ำผลไม้พร้อมดื่ม โดยอาศัยความแข็งแกร่งด้านเครือข่าย การกระจายตลาด ช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดจากผู้ประกอบการรายเดิมในตลาด ซึ่งการเข้ามาทำตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่จะเร่งให้ตลาดตื่นตัวและผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการรายเดิมในตลาดก็เริ่มปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเองไว้ทั้งนี้เพื่อรับมือกับผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด แต่ทว่าปัญหาเศรษฐกิจที่ซบเซาในปี 2553 ส่งผลให้ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มมีการเติบโตในอัตราที่ชะลอตัวลง ทำให้ผู้ประกอบการมีความระมัดระวังในการวางแผนการตลาดอย่างรัดกุมเพื่อรับมือกับสภาพเศรษฐกิจ และพฤติกรรมผู้บริโภค น้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นในปัจจุบัน ตลาดน้ำผลไม้เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากมีผู้ขายจำนวนมากราย และสินค้าแต่ละชนิดจะมีความแตกต่างกันน้อยมากการแข่งขันจึงต้องพยายามสร้างความแตกต่างในด้านอื่น ๆ เช่น บรรจุภัณฑ์ หรือความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้ Switching Cost ในการเปลี่ยนตราสินค้าทำให้ผู้บริโภคสามารถทดลองเปลี่ยนสินค้าได้ง่าย อุตสาหกรรมนี้ จึงมีการแข่งขันสูง

ในปี 2554 นี้ คาดว่า ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มในประเทศมีมูลค่าประมาณ 7,500 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตที่ชะลอตัวเหลือเพียงตัวเลขหลักเดียว หรือมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 3-5

จากที่เคยเติบโตในอัตราร้อยละ 10-20 ทั้งนี้เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่กดดันผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่าย และประหยัดมากขึ้น ในขณะที่ปัจจัยหนุนที่ยังคงทำให้ธุรกิจน้ำผลไม้พร้อมดื่มสามารถเติบโตได้นั้นเป็นเพราะกระแสการใส่ใจดูแลและรักษาสุขภาพของผู้บริโภคยังมีความสำคัญอย่างต่อเนื่อง

มูลค่าของตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มในปี 2554 นี้ คาดว่าตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่มีมูลค่าตลาดสูงสุด ได้แก่ ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100% หรือตลาดระดับบน มีมูลค่าประมาณ 2,400 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 25% หรือตลาดระดับล่าง มีมูลค่าประมาณ 1,100 ล้านบาท ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 40% หรือตลาดระดับกลาง มีมูลค่าประมาณ 560 ล้านบาท และตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มอื่น ๆ มีมูลค่าประมาณ 3,440 ล้านบาท

จังหวัดระยองเป็นเมืองอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย มีท่าเรือน้ำลึกมาบตาพุด มีวัตถุดิบที่สำคัญคือ ก๊าซธรรมชาติจากอ่าวไทย โดยวางท่อจากอ่าวไทยมาขึ้นฝั่งที่ตำบลมาบตาพุด ก่อให้เกิดโรงแยกก๊าซและกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขึ้นต้นและต่อเนื่อง อีกทั้งก๊าซธรรมชาติสามารถนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับ โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น โรงไฟฟ้า อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมปุ๋ย อุตสาหกรรมเคมี เป็นผลให้เกิดอุตสาหกรรมขึ้นต่อเนื่องจำนวนมาก นอกจากนี้ จังหวัดระยองยังถือเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพของการลงทุนด้านอุตสาหกรรมสูงมาก แม้ว่าจะถูกปรับให้อยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนเขต 2 ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2543 เป็นต้นไป ซึ่งมีความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน อยู่ใกล้ท่าเรือแหลมฉบัง และมีการคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ที่สะดวก อยู่ห่างกรุงเทพฯ ประมาณ 179 กิโลเมตร จึงส่งผลให้จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้มีการอพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำมาหากินกันมากขึ้นในจังหวัดระยอง ส่งผลให้มีจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น การขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจก็มากขึ้นตามไปด้วย

นอกจากนี้จังหวัดระยองยังได้ชื่อว่าเป็นเมืองที่หลากหลายไปด้วยผลไม้มีนานาชนิด อาทิ เช่น ทุเรียน เงาะ สับปะรด มังคุด มะม่วง กุ้ง ลองกอง และบางชนิดได้ชื่อว่ามีรสชาติหรืออร่อยที่สุดในโลก ซึ่งได้แก่ ทุเรียน สับปะรด การขายผลไม้สดเพียงอย่างเดียวไม่เป็นที่เพียงพอ เพราะผลไม้จะเน่าเสียก่อนที่จะขายหมด ทำให้ต้องนำผลไม้สดเหล่านี้ไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บไว้ทานได้นาน ๆ เช่น ผลไม้กวน ผลไม้ทอดกรอบ ไวน์ผลไม้ และในชุมชนที่ผู้วิจัยอาศัยอยู่ก็มีการผลิตผลิตภัณฑ์โอท็อปที่เกี่ยวกับผลไม้เช่นกัน แต่เนื่องจากต้องการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกสู่ตลาด คือ น้ำผลไม้พร้อมดื่ม

จากเหตุผลข้างต้น ธุรกิจผลไม้พร้อมดื่มเจริญเติบโตอย่างมากในปัจจุบันมีผู้ประกอบการมาราย ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงในธุรกิจ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค

ต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

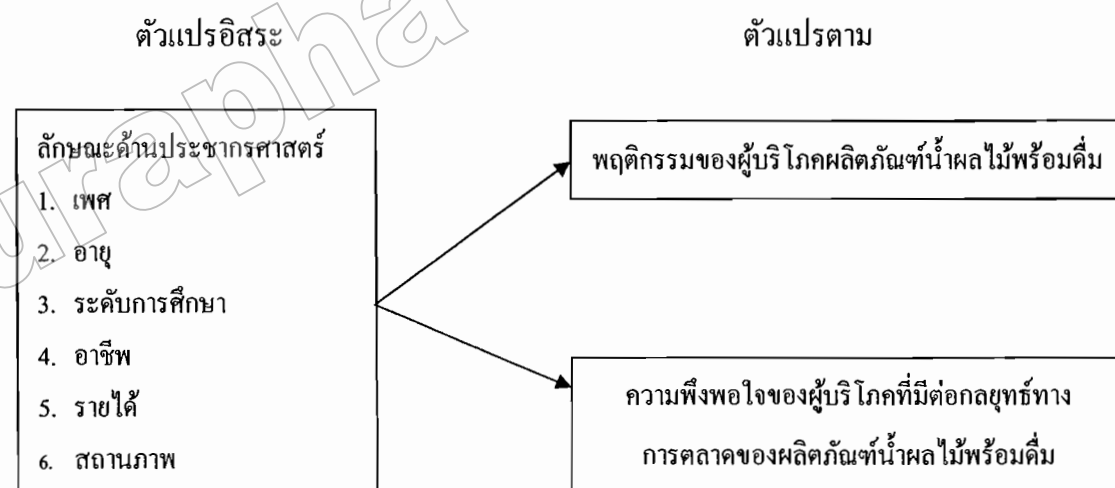
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง
2. สำหรับผู้ประกอบการและผู้สนใจในธุรกิจ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการประกอบธุรกิจหรือนำไปพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกัน
3. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกัน
4. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกัน
5. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกัน
6. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก
กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในธุรกิจที่ทำให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการนั้น ๆ โดยได้รับความพอใจ ขณะเดียวกันกับบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่สามารถนำเสนอขายให้แก่ตลาดเพื่อให้เกิดความพอใจความต้องการเป็นของเจ้าของ เรียกให้มีการซื้อ การใช้ หรือการบริโภค ซึ่งเป็นสิ่งที่ (อาจจะ) ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของผู้ซื้อให้ได้รับความพอใจ

น้ำผลไม้พร้อมดื่ม หมายถึง น้ำผลไม้ที่อยู่ในลักษณะพร้อมที่จะใช้บริโภคได้โดยตรง ทำจากผลไม้ที่สด สะอาด สุก โดยกรรมวิธีเชิงกล น้ำผลไม้นี้อาจทำจากน้ำผลไม้ที่ทำให้เข้มข้นผ่านกรรมวิธีระเหยน้ำออกจนเข้มข้น แล้วนำมาเจือจางภายหลังด้วยประสคจจะรักษารสชาติประกอบสำคัญไว้ น้ำผลไม้ที่อยู่ในภาชนะต้องผ่านกรรมวิธีการถนอมอาหาร