

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

นักการตลาดในปัจจุบันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) คือ พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ประเมินผลการใช้สอย ผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 น.124) ดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคจึงมีผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจนั้น ประสบความสำเร็จถ้ากลยุทธ์นั้นสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ ตามแนวความคิดทางการตลาด (Marketing concept) คือการทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้นการศึกษาดังพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นประโยชน์ในการศึกษาถึงสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ และปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) ปัจจัยทางสังคม (Social factors) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) และปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors) โดยนักการตลาดให้ความสำคัญกับการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล เนื่องจากเป็นปัจจัยภายในที่มีความสลับซับซ้อนภายในตัวบุคคลที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อ และเชื่อว่าการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยม (Value) และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles)

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles) เป็นสิ่งที่ช่วยอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคให้แก่ นักการตลาด ทำให้เข้าใจผู้บริโภคได้มากขึ้นและสามารถนำไปวางแผนทางการตลาดได้เหมาะสมยิ่งขึ้น (ดารา ทีปะปาล, 2542 น.168-178) ส่วนเกณฑ์ในการแบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่นักการตลาดนิยมใช้กันคือ การใช้การวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยาสังคมของผู้บริโภค (Psychographics) ในการวิเคราะห์กิจกรรม (Activity : A) ความสนใจ (Interest : I) ความคิดเห็น (Opinion : O) โดยทำการวิเคราะห์ว่าผู้บริโภคใช้เวลาและทรัพยากรต่าง ๆ ของเขาอย่างไรในแต่ละวัน อะไรในสิ่งแวดล้อมที่เขาสนใจและถือว่ามีความสำคัญ และเขาคิดกับตัวเอง คิดถึงโลกรอบๆ ตัวเขาอย่างไร การวิเคราะห์ดังกล่าวเรียกสั้นๆ ว่า “AIO” ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ AIO สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ผู้บริโภคหรือกลุ่มผู้บริโภค คือผู้ที่ซื้อสินค้าไปจากผู้ผลิตเพื่อการใช้สอยส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือนและในทางกลับกันกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ก็อาจเป็นผู้ที่ขายปัจจัยการผลิตให้กับผู้ผลิตด้วย

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 น.125) ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคของประเทศไทยที่มีจำนวนประชากรในกลุ่มมากที่สุดได้แก่กลุ่มเกษตรกร ถึงแม้เกษตรกรจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อยแต่มีจำนวนประชากรมาก ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วถือว่ามีมูลค่าการบริโภคที่สูง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2546)

ประชากรของประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่ยังคงยึดถืออาชีพเกษตรกร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 61.43 ของผู้ทำงานทั้งประเทศ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2546) ได้ยึดเป็นอาชีพหลักในการหารายได้เพื่อใช้จ่ายในการดำรงชีวิตของตนเองและครอบครัวอีกทั้งเกษตรกรยังเป็นกลุ่มประชากรที่มีความสำคัญในวงจรเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในสถานะการเป็นผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร เป็นตัวนำของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งสินค้าและวัตถุดิบทางเกษตรของประเทศไทยสามารถส่งออกนารายได้เข้าสู่ประเทศ ดังเช่นในปี 2545 มูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรของไทยมีมูลค่าสูงถึง 694,177.38 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2546) และในอีกสถานะหนึ่งของเกษตรกรนั้นคือการเป็นผู้บริโภคทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อประกอบอาชีพการทำเกษตร และเพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน

จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานครเมืองหลวงของประเทศไทย มีระยะทางจากตัวเมืองห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 46 กม. มีพื้นที่ทั้งหมด 1,525,856 ตร.กม. เป็นพื้นที่ทำการเกษตร 631,638 ไร่ ประชากรทั้งหมด 524,251 คน เป็นเกษตรกร 98,462 คน จำนวนครัวเรือน 168,751 ครัวเรือน เป็นครัวเรือนเกษตรกร 24,124 ครัวเรือน รายได้เฉลี่ยของประชากร 100,293 บาท / คน / ปี (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2546) มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญคือ ข้าวซึ่งมีพื้นที่ปลูกอยู่ในทุกอำเภอ รวมพื้นที่จำนวนทั้งสิ้น 357,180 ไร่ ส้มเขียวหวานมีพื้นที่ปลูก 130,805 ไร่ มะม่วงมีพื้นที่ปลูก 38,179 ไร่ พืชผักมีพื้นที่ปลูก 12,297 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี, 2543) จากตัวเลขข้างต้นสามารถคำนวณรายได้เฉลี่ยของประชากรที่เป็นเกษตรกรรวมทั้งจังหวัดต่อปีนั้นมีรายได้รวมโดยประมาณสูงถึงเกือบหนึ่งหมื่นล้านบาท และวงเงินดังกล่าวนี้จะถูกนำมาใช้ในการบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ มากมาย จึงถือได้ว่าเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานีเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญ ซึ่งวงเงินดังกล่าวจะมีอิทธิพลต่อภาคธุรกิจทั้งในสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการในรูปแบบต่างๆ นอกจากนั้นจังหวัดปทุมธานียังได้รับอิทธิพลทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตจากเมืองหลวง จึงทำให้มีการผสมผสานกันระหว่างสังคมชนบทและสังคมเมือง อีกทั้งจังหวัดปทุมธานียังเป็นจังหวัดที่เป็นลักษณะแบบอย่างของจังหวัดที่ได้รับอิทธิพลของความเจริญอย่างรวดเร็วและชัดเจนเนื่องจากการเชื่อมโยงทางการจราจรที่มีความสะดวกมากกว่าจังหวัดอื่นๆ ที่มีในจังหวัดปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานีเพื่อจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็น

ประชากรที่ประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรมในจังหวัดปทุมธานี ให้สามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้ดียิ่งขึ้น สามารถสร้างจุดขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ตรงใจมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายของสินค้านั้นสูงขึ้น ในอีกทางหนึ่งเกษตรกรก็จะได้มีโอกาสในการบริโภคสินค้าที่ตนเองมีความต้องการและตรงใจมากขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อการศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานีเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเกษตรกรโดยนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางด้านการตลาดให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ ลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึงการใช้เวลาของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร (Activities) การให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบตัว (Interest) และความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและสิ่งรอบข้าง (Opinions) ซึ่งตัวแปรเหล่านี้คือ ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) อันประกอบด้วย (Assael, 1986, p.95)

กิจกรรม หมายถึง การแสดงออกอย่างเด่นชัด เช่น การซื้อสินค้า หรือการคุยกับเพื่อนบ้านเกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ

ความสนใจ เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่องซึ่งหมายถึงระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเข้าใจใส่ง่ายต่อเนื้อ

ความคิดเห็น เป็นความคาดหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดี ผลเสียของการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่ง

เกษตรกร หมายถึง ประชาชนที่ประกอบอาชีพในด้านการทำการเกษตรกรรม เป็นหลักในการหารายได้ให้กับตนเอง เช่น การทำนา การทำสวนผลไม้ การปลูกผัก ปลูกพืชไร่ หรือการเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น