

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ข้าว เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่สร้างรายได้ให้กับชาวนาไทย ดังจะเห็นได้จากการที่ประเทศไทยมีพื้นที่ในการปลูกข้าวมากที่สุดเป็นอันดับที่ห้าของโลก และเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับต้นๆ ของโลก ข้าวจึงเปรียบเสมือนปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดลักษณะทางเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนี้ข้าวถือว่าเป็นพืชอาหารหลักที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนไทยมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ดังคำกล่าว “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” ซึ่งเป็นคำกล่าวที่อยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน ดังจะเห็นได้จากวิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรมของคนไทยที่ผูกพันกับข้าวนับตั้งแต่กระบวนการปลูกข้าวจนได้เมล็ดข้าวที่เป็นเมล็ดสมบูรณ์ สำหรับคนไทยนั้น ข้าวจัดเป็นอาหารหลักในการบริโภค รวมถึงการนำข้าวมาแปรรูป เพื่อใช้ในการประกอบอาหารหลากหลายประเภท สำหรับการบริโภคในครัวเรือน ตลอดจนสามารถนำข้าว หรือผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปไปใช้ในการประกอบธุรกิจทางด้านอาหาร

จากความสำคัญของข้าว ซึ่งถือว่าเป็นรากฐานของอาหารไทย จึงเป็นจุดเริ่มต้นของโครงการโรงสีข้าว โดยจัดตั้งตามนโยบายของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริโรจน์ ผลพันธิน อธิการบดีสถาบันราชภัฏสวนดุสิต ในขณะนั้น (พ.ศ. 2542) ได้มอบหมายให้ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิทักษ์ จันทร์เจริญ ศึกษากระบวนการผลิตข้าวสารที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ ดำเนินการคัดเลือกข้าวเปลือกที่มีคุณภาพเข้าสู่กระบวนการสีข้าว เพื่อให้ได้ข้าวที่ดีมีคุณภาพ ภายใต้ชื่อ “ข้าวสวนดุสิต” โดยวัตถุประสงค์เริ่มแรกในการจัดตั้งโรงสีข้าว เพื่อผลิตข้าวมาใช้ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านอาหารของมหาวิทยาลัย รวมถึงการจำหน่ายข้าวให้กับบุคลากรและผู้เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย และจากผลการดำเนินการที่ผ่านมาโครงการโรงสีข้าวสามารถผลิตข้าวเพื่อตอบสนองให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านอาหารได้เป็นอย่างดี แต่ในขณะเดียวกันการจำหน่ายข้าวให้กับบุคลากรและผู้เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยนั้นไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งผู้รับผิดชอบได้มีพัฒนาปรับปรุงในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่ได้รับการตอบรับจากบุคลากรและผู้เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยเท่าที่ควร และจากปัญหาที่พบดังกล่าวคณะผู้วิจัย จึงได้ทำการสำรวจเบื้องต้นจากบุคลากรและผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนสาธิตละอออุทิศบางส่วน พบว่า บุคลากรและผู้ปกครองที่ไม่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตนั้น เนื่องจากมีความภักดีต่อตราสินค้าข้าวที่บริโภคอยู่ ไม่ทราบว่ามีผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตจำหน่าย มีความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์มีราคาสูง ไม่ทราบถึงสถานที่จำหน่าย ตลอดจนไม่ทราบถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญ และมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต โดยศึกษาถึงพฤติกรรม การซื้อข้าว และการรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตของบุคลากรและผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนสาธิตละอออุทิศ เพื่อทำให้ทราบถึงพฤติกรรม การซื้อข้าว และการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขาย และการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อจัดทำแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย จำนวน 1,429 คน (กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ,มิถุนายน 2556) และผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนสาธิตละอออุทิศ จำนวน 1,170 คน (ฝ่ายวิชาการโรงเรียนสาธิตละอออุทิศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, มิถุนายน 2556)

กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (ในมหาวิทยาลัย) จำนวน 313 คน และผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนสาธิตละอออุทิศ จำนวน 298 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ มี 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านพฤติกรรมการซื้อขาย ด้านการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต

ตัวแปรตาม ได้แก่ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1 ตุลาคม 2556 ถึง 30 กันยายน 2557

สมมติฐานการวิจัย

1. เพศแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตแตกต่างกัน
2. อายุแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตแตกต่างกัน
3. สถานะแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตแตกต่างกัน
4. ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตแตกต่างกัน
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตแตกต่างกัน
6. จำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิตแตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

พฤติกรรมการซื้อขายข้าว หมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวกับการที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาวิเคราะห์ ตัดสินใจเลือกซื้อข้าวรวมทั้งการกระทำหรือกริยาอาการที่แสดงออกและเกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การเลือกซื้อ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

การรับรู้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตและผู้ปกครองโรงเรียนสาธิตละอออุทิศที่มีต่อผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพที่เกิดขึ้นมานั้นเกิดจากการได้รับรู้ ได้ฟัง ได้เห็น ทำให้บุคคลสามารถจดจำและพัฒนาเป็นภาพได้อย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา ซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ

บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต หมายถึง บุคลากรที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร ทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้สารสนเทศที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต
2. ได้สารสนเทศที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ข้าว
3. เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้สนใจที่ต้องการศึกษาค้นคว้าผลิตภัณฑ์ข้าวต่อไป