

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในธุรกิจการบุกเบิกตลาดใหม่ในปัจจุบันมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนา นวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นตัวอย่างหนึ่งหนึ่งนั้นคือ ประเทศเกาหลีที่บุกตลาดประเทศอื่นด้วยการส่งซีรีส์ ดังเข้ามาตีตลาดเพื่อทำให้เกิดกระแสความนิยมและเกิดความต้องการของการใช้สินค้าตามมา ย้อนหลังไปไม่ถึง 5 ปี ประเทศเกาหลียังไม่เป็นที่รู้จักของคนไทยมากนัก แต่เมื่อมีการส่งซีรีส์ต่างๆ เข้ามาเปิดตลาด สร้างการยอมรับในประเทศเกาหลี ก็พบว่าผู้บริโภคของไทยเปิดใจรับประเทศ เกาหลีมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นซีรีส์ ดารา นักร้อง รวมไปถึงเครื่องสำอางค์หรือแม้กระทั่งสินค้าต่างๆ จนเกิดกระแสเกาหลีฟีเวอร์เมื่อไม่กี่ปีมานี้ และยังทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นทุกขณะ สิ่งที่ยืนยันได้คือ แฟชั่นเสื้อผ้าที่ตอนนี้แฟชั่นเกาหลีมาแรงแซงชาติใด เทรนด์การแต่งหน้าที่สาวไทยหันไปให้ ความสำคัญกับการบำรุงผิวขาวอย่างเทรนสาวเกาหลี หรือแม้กระทั่งอาหารที่เป็นที่ชื่นชอบของนัก ชิมชาวไทยอยู่จนทุกวันนี้

เมื่อกระแสเกาหลีในประเทศไทยกำลังแรง จึงเป็นช่องทางให้สินค้าอื่นๆ ของเกาหลีได้ พบกับช่องทางในการขยายตลาดในเมืองไทย และพร้อมที่จะบุกตลาดเมืองไทยอย่างเต็มที่

ผลิตภัณฑ์จากประเทศเกาหลีกำลังเติบโตและได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคคนไทย เป็นอย่างดีในขณะนี้ อย่างไรก็ตาม สินค้าจากเกาหลีไม่ใช่เพิ่งเป็นที่รู้จักสำหรับตลาดเมืองไทย แต่ เป็นสิ่งที่มีมานานแล้ว เพียงแต่ว่า ในยุคนี้กลับมาเป็นที่เฟื่องฟูอีกครั้ง จนกระทั่งกลายเป็น “เกาหลี ฟีเวอร์” เล็กๆ และลามไปหลายตัวสินค้า ทั้งภาพยนตร์ซีรีส์ รถ เครื่องดื่ม รวมทั้งเครื่องสำอาง เป็น ต้น

นายคิม อิน โยบ ประธานกรรมการ บริษัทแม็กซ์ แอนด์ ไมท์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยต่อ "ผู้จัดการรายวัน" ว่า บริษัทฯลงทุนกว่า 100 ล้านบาท เพื่อเปิดตลาดเครื่องสำอางมีสาขา จากเกาหลี เพราะว่าการแสวงหาวัฒนธรรมของเกาหลีกำลังได้รับความนิยมจากคนไทย อีกทั้งทั้งบริษัทฯ เล็งเห็นช่องว่างทางตลาดเครื่องสำอางไทยยังมีโอกาสเติบโตสูง ส่วนนายปาร์ค ยัง เซิน รอง ผู้อำนวยการองค์กรส่งเสริมการค้าและการลงทุนของประเทศเกาหลีใต้(ประจำประเทศไทย)หรือ KOTRA เปิดเผยกับ "ฐานเศรษฐกิจ"ว่า ระหว่างวันที่ 25-28 กุมภาพันธ์ 2552 ทาง KOTRA ร่วมกับ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.)ของไทยจะร่วมกันจัดงาน "Korean

Products Show 2009, Bangkok" ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเกาหลีใต้ระดับนานาชาติครั้งแรกในประเทศไทย โดยจะจัดขึ้น ณ ไบเทค บางนา ล่าสุดมีบริษัทยักษ์ใหญ่ระดับโลก รวมถึงบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม(เอสเอ็มอี)ของเกาหลีตอบรับเข้าร่วมงานแล้วมากกว่า 60 บริษัทใน 6 กลุ่มสินค้า ได้แก่ ยานยนต์ เครื่องจักรอุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์ พลังงานและสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และความงาม และบันเทิง ซึ่งข้อมูลมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศเกาหลีก็แสดงให้เห็นถึงการเจริญเติบโต ถึงแม้ว่าในปี 2552 จะได้รับผลกระทบจากพิชเศรษฐกิจโลก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 1 แสดงการนำเข้าสินค้าจากเกาหลีใต้ ปี 2548 – 2552 (มกราคม – ธันวาคม)

ปี พ.ศ.	มูลค่า : ล้านบาท	
	อันดับที่	มูลค่า
2548	9	156,357.84
2549	7	196,739.02
2550	8	184,223.43
2551	8	228,215.83
2552	7	186,798.70

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากศุลกากร

นายชนกณ ตั้งณายนันท์ ประธานสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ให้ความเห็นว่าตลาดค้าปลีกในเมืองไทยยังมีช่องว่างให้ต่างชาติเข้ามาทำตลาดได้ แต่จะสามารถทำได้สำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับรูปแบบที่แตกต่างจากที่มีอยู่ นอกจากนี้สินค้านำเข้าจะต้องเป็นสินค้าที่เจาะจงบางเซกเมนต์เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างของสินค้า ซึ่งปัจจุบันมูลค่าตลาดรวมค้าปลีกของไทยมีมูลค่าประมาณ 1.1 ล้านล้านบาท โดยแบ่งเป็นโมเดิลเทรด 40% และเทรดดิซันนัลเทรด 60% ซึ่งปี 49 ที่ผ่านมามีการเติบโต 4-5% แต่คาดว่าปีนี้จะมีเติบโตน้อยกว่าปีที่ผ่านมา สำหรับเซกเมนต์ที่เติบโตมากที่สุดคือ คอนวีนีเอนส์โตร์ เพราะมีจุดขายจากความสะดวก และการชะลอตัวของค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ต้องรอความชัดเจนของกฎหมายค้าปลีก

จากที่สินค้าเกาหลีใต้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดช่องทางการตลาดอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้ว่านอกจากจะมีสินค้าเกาหลีจำหน่ายในช่องทางที่ได้รับสิทธิทางการค้ายังมีสินค้าเกาหลีจำหน่ายในช่องทางที่ไม่ได้รับสิทธิทางการค้าด้วย เห็นได้จากช่องทางการขายในเว็บไซต์ต่างๆ และร้านค้าที่ผู้ขายนำเข้ามาจำหน่ายเอง ทั้งสองช่องทางดังกล่าวเป็นที่นิยมอย่างมาก ในภาวะ

ปัจจุบันภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคเป็นไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้ผลิตหรือเจ้าของกิจการจะต้องตามให้ทัน และต้องเข้าใจถึงสิ่งที่เป็เป้าหมายในใจและเหตุผลเบื้องหลังของการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค และจังหวัดเชียงใหม่ถือได้ว่าเป็นจังหวัดใหญ่ของประเทศไทย มีการเจริญเติบโตทางสังคม และเศรษฐกิจสูง นอกจากนี้ยังถือได้ว่าเป็นจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยว ที่ได้รับความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งส่งผลให้ ประชาชนในเชียงใหม่ติดตามความทันสมัย และบริโภคสิ่งที่เป็นสมัยนิยมได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึง คำถามที่ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความต้องการ สินค้าเกาหลีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ว่าเป็นอย่างไร เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวที่ได้จากการวิจัยเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษา ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจของผู้บริโภคสินค้าเกาหลีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความต้องการ สินค้าเกาหลี ของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบ ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจของผู้บริโภคสินค้าเกาหลีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบ ลักษณะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความต้องการ สินค้าเกาหลีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาคั้งนี้เป็นศึกษาลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคสินค้าเกาหลีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าเกาหลี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ปัจจัย** หมายถึง สิ่งที่มีอิทธิพลทำให้เกิด ความต้องการของผู้บริโภคสินค้าเกาหลี ซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคม และเศรษฐกิจ
2. **ความต้องการ** หมายถึง ความรู้สึกที่นำไปสู่ การกระทำของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าเกาหลี
3. **สินค้าเกาหลี** หมายถึง สินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ สุขภาพ ความงาม และบันเทิง ที่มีการนำเข้าจากประเทศเกาหลีมาจำหน่ายในประเทศไทย
4. **ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้บริโภคสินค้าเกาหลีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่