

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ตลาดปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทุกบริษัทมุ่งปรับปรุงประสิทธิภาพทางการตลาดให้ดียิ่งขึ้นเรื่อยๆ จนประมาณสำหรับการตลาดเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนอาจจะกล่าวได้ว่าค่าใช้จ่ายสำหรับการตลาดมากกว่าต้นทุนของสินค้าเสียอีก (อคุลย์ จาตุรงค์กุล, 2545) โดยที่เป้าหมายหลักของกลยุทธ์ทางการตลาดก็คือมุ่งที่ผู้บริโภค (Consumer Orientation) เป็นสำคัญ นักการตลาดจึงมุ่งที่จะค้นคว้าและวิจัยความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะจัดหาสิ่งๆ ที่ตรงกับความต้องการมาตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการตัดสินใจ การเสาะแสวงหาข่าวสาร ฯลฯ ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นจำเป็นต้องทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่ประกอบด้วยการวิเคราะห์ กิจกรรม (Activity : A) ความสนใจ (Interest : I) และ ความคิดเห็น (Opinion : O) การวิเคราะห์ดังกล่าวเรียกสั้นๆ ว่า "AIO" ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ AIO จะสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ได้ดีขึ้น (คารา ทีปะปาล, 2542)

รูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของผู้บริโภค นับเป็นข้อมูลพื้นฐานทางการตลาดในการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตมีพื้นฐานอยู่ที่ว่า กลไกทางจิตวิทยาในตัวของผู้มนุษย์ ซึ่งถูกกำหนดจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ สภาพการเมือง เศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รอบๆ ตัวมนุษย์ จะเป็นตัวผลักดันให้มนุษย์เกิดความต้องการและแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมาเพื่อให้ได้ผลตามความต้องการนั้น กล่าวคือ มนุษย์เราจะมีชีวิตอยู่ด้วยความเชื่อ ความฝัน และมีระบบการให้คุณค่าต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว ซึ่งจะก่อให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับตนเองว่า ตนเองต้องการจะเป็นอย่างไร และตนเองต้องการให้สังคมมองคุณเป็นอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) หลังจากนั้นกระบวนการทางจิตวิทยาจะผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันที่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ดังนั้น พฤติกรรมต่างๆ ที่เราแสดงออกมาในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมต่างๆ ที่เราทำ เรื่องต่างๆ ที่เราสนใจ และการแสดงความคิดเห็นของเราในเรื่องต่างๆ ล้วนแล้วแต่เป็นผลผลิตที่มาจากความต้องการภายในจิตใจที่เกิดจากแนวคิดเกี่ยวกับตนเองทั้งสิ้น

แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง จะทำให้บุคคลแสวงหาปัจจัยต่างๆ ในการดำเนินชีวิต เพื่อตอบสนองความต้องการหรือเพื่อให้แนวคิดเกี่ยวกับตนเองนี้เป็นความจริงขึ้นมา ซึ่งในการที่จะได้มาซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านั้นจำเป็นต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 2 ประการด้วยกัน คือ เงิน และเวลา

ในสังคมสมัยใหม่ที่มีความเป็นบริโภคนิยมสูงเช่นปัจจุบันนี้ เป็นที่ยอมรับกันว่า เงิน และเวลา เป็นของมีค่า และเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิตยุคใหม่ มนุษย์มีอิสระเสรีภาพอย่างเต็มที่ในการใช้เงิน และเวลา ไปกับการเลือกซื้อสินค้า หรือการใช้บริการต่างๆ ดังนั้นในการที่บุคคลใช้จ่ายเงิน และเวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างสม่ำเสมอ จนกลายเป็นพฤติกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันนั้น สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการ และความจำเป็นอย่างแท้จริงของสิ่งนั้นต่อบุคคลได้เป็นอย่างดี โดยในการเลือกใช้จ่ายเงิน และ เวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยต่างๆ ในการดำเนินชีวิตประจำวัน บุคคลจะทำการเชื่อมโยง สินค้า และบริการต่างๆ เข้ากับแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง และแสดงเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา จนกลายเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลในที่สุด และด้วยเหตุนี้ เราจึงสามารถบ่งบอกรูปแบบการดำเนินชีวิต ผ่านทางแบบแผนการใช้จ่ายเงิน และเวลาต่อสินค้า บริการต่างๆ

ภาคเหนือเป็นภาคที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่ถึง 1 ใน 3 ของพื้นที่ประเทศและมีประชากรถึงร้อยละ 20 ของประชากรทั่วประเทศและมีผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาค (Gross Regional Product : GRP) ประมาณร้อยละ 13 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ซึ่งการพัฒนาที่ผ่านมาทำให้สถานภาพทางเศรษฐกิจของภาคเหนือในปัจจุบันมีโครงสร้างการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากสาขาภาคเกษตรกรรมที่เดิมเป็นสาขาหลักมีสัดส่วนถึงร้อยละ 30 ของผลผลิตรวมในภาคเหนือในปี 2532 เหลือร้อยละ 21.3 ในปี 2537 มีการผลิตที่กระจายไปสู่สาขาภาคอุตสาหกรรมและบริการเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ (รายได้ประชาชาติแห่งประเทศไทย, 2539) ซึ่งในปัจจุบันนี้ นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ถือเป็นฐานทางด้านอุตสาหกรรมหลักของภาคเหนือตอนบน มีโรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมด 65 โรงงาน มีการจ้างงานสูงถึง 29,496 คน (สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน, 2545) ถ้าสำหรับสถานะของการทำงานนั้นร้อยละ 69.5 เป็นพนักงานรายวัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 4,000-6,000 บาท และร้อยละ 30.5 เป็นพนักงานรายเดือน (ณัฐยา โชติคอาภา, 2542) เนื่องจากว่ามีการจ้างงานที่สูง รายได้เฉลี่ยต่อบุคคลสูงขึ้น และยังมีสวัสดิการแก่พนักงาน ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ขึ้นมาตอบสนองความต้องการใช้จ่ายของพนักงานเหล่านั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับพฤติกรรมค่าใช้จ่ายและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้จ่าย และรูปแบบการดำเนินชีวิตก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้สนใจที่จะศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกันและยังถือเป็น

กลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญเนื่องจากว่าเป็นกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่และมีอำนาจซื้อพอสมควร การทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมายในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น จะเป็นประโยชน์สำหรับนักการตลาดที่จะใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพิจารณาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าดังกล่าว ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของคนงานในนิคมอุตสาหกรรม ภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนงานในโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการที่จะได้เลือกนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการที่สอดคล้องกับผู้บริโภคกลุ่มนี้
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการที่จะนำเสนอ เช่น กลยุทธ์ในการโฆษณา ส่งเสริมการขายได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

1.4 นิยามศัพท์

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง กิจกรรมที่ทำในแต่ละวัน ความสนใจต่อสิ่งรอบข้างตลอดจนความคิดเห็นที่เกี่ยวกับตัวเองและสิ่งรอบตัว หรือรูปแบบที่บุคคลดำรงชีพที่รวมถึงวิธีการ ใช้จ่ายเงินและใช้เวลา ซึ่งวัดด้วยกิจกรรมที่กระทำ ความสนใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

กิจกรรม (Activities) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคใช้เวลาและเงินในการทำสิ่งต่างๆ เช่น การซื้อสินค้า หรือการคุยกับเพื่อนบ้านเกี่ยวกับการบริการใหม่ๆ โดยครอบคลุมถึงงาน งานอดิเรก กิจกรรมเพื่อสังคม การพักผ่อน บันทึกลง งามชิกริส โมสร กิจกรรมในชุมชน การซื้อสินค้าและกีฬา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

ความสนใจ (Interests) คือ ความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึงระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง โดยครอบคลุมถึงความสนใจต่อครอบครัว บ้าน ชุมชน สันทนาการ แฟชั่น อาหาร ความสำเร็จและตนเอง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

ความคิดเห็น (Opinion) คือ “คำตอบ” ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “คำถาม” ในลักษณะของการตีความ ความคาดหวัง และการประเมินผล เช่นความคาดหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีผลเสียของการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยครอบคลุมถึงความคิดเห็นต่อสังคม การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา การซื้อสินค้าและบริการ อนาคตและวัฒนธรรม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

คนงาน หมายถึง พนักงานระดับปฏิบัติการหรือพนักงานรายวัน และพนักงานระดับปฏิบัติการรายเดือน ในสายงานการผลิตซึ่งทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรงภายในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved