

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลได้จัดโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้น เพื่อให้แต่ละชุมชนนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐบาลพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านเทคโนโลยี ความรู้สมัยใหม่ เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ทีมงานไทยตำบลคอกคอม, 2545: ออนไลน์) นอกจากนี้รัฐบาลยังมีนโยบายรณรงค์ให้ประชาชนซื้อสินค้าไทย ใช้สินค้าไทย และให้หน่วยงานราชการต่าง ๆ สวมใส่ผ้าไทยในชีวิตประจำวัน ซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงเล็งเห็นความสำคัญทั้งด้านการผลิตและการบริโภคผ้าไหม ทรงให้รัฐบาลให้การสนับสนุน โดยการรณรงค์ในหัวข้อคำขวัญที่ว่า “ใส่ชุดไทย เทิดไท้องค์ราชินี” เพื่อให้คนไทยสวมใส่ผ้าไทยเนื่องในโอกาสต่าง ๆ และให้ข้าราชการสวมใส่ ผ้าไทยมาทำงานในวันสุกข์จากนโยบายดังกล่าวทำให้ลูกค้าในระดับจังหวัดส่วนมากเป็นกลุ่มข้าราชการ คนชั้นกลาง และคนต่างถิ่นที่แวะเวียนมาทำธุรกิจ (บัวรัตน์ ศรีนิลและคณะ, 2542) โดยเฉพาะข้าราชการสตรีนิยมสวมใส่ผ้าไทยและใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไทย เพื่อบูรณาการศิลปะผ้าทอที่มีประวัติอันยาวนานให้ดำรงอยู่กับสังคมไทยต่อไป จึงส่งผลให้ตลาดผ้าไทยขยายตัวเพิ่มในวงกว้างขึ้น และเป็นโอกาสสำคัญของผู้ผลิตที่จะทำรายได้เพิ่มขึ้น (สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม, 2546: ออนไลน์) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการผลิตจากผลิตเพื่อใช้เองตามความต้องการของท้องถิ่นเป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย โดยหมู่บ้านที่ทอผ้าทั้งประเทศประมาณ 9,287 หมู่บ้าน เฉพาะในภาคอีสานมีถึง 7,948 หมู่บ้าน (บัวรัตน์ ศรีนิลและคณะ, 2542)

จากการที่รัฐบาลได้ทุ่มงบประมาณในการประชาสัมพันธ์สินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้าของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือโอท็อป (OTOP) ในงานประชุมเอเปค 2003 ที่ผ่านมา สามารถสร้างกระแสสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยให้โด่งดังเป็นที่รู้จักในตลาดโลก แม้กระทั่งชาวไทยที่ได้รับฟังข่าวสาร ก็หันมาให้ความสนใจกับสินค้าของไทยมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2546: ออนไลน์) จะเห็นได้จากการจัดงาน โอท็อปซิตี้ ในวันที่ 21-28 ธันวาคม 2546 ซึ่งเกิดจากการผลักดันของภาครัฐและการส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก โดยสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกสูงถึง 33,000 ล้านบาท อีกทั้งรัฐบาลยังเชื่อว่าศักยภาพของภูมิปัญญาไทย มีโอกาสที่จะส่งออกถึง 100,000 ล้านบาท ในช่วง 2-3 ปี

ข้างหน้า ในงานนี้ได้รับความสนใจจากชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมาก และสินค้าผ้าไหมก็ได้
 ได้รับความนิยมจากผู้เข้าร่วมงานเป็นอย่างสูง จึงสามารถสร้างรายได้ให้ผู้จำหน่ายเป็นจำนวนมาก
 (ประชาชาติธุรกิจ, 2546: ออนไลน์) นับว่าเป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์มากสำหรับผู้ประกอบการ
 ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย ควรที่จะปรับปรุงและพัฒนาทั้งด้านการผลิตและการตลาดอย่าง
 ต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านการออกแบบใหม่ ๆ ทั้งสี ลวดลายและรูปแบบที่ทันสมัย รวมถึงความหลากหลาย
 ของสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภค (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2546: ออนไลน์)

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยเป็นเอกลักษณ์ที่ได้รับการกล่าวขวัญมานานแล้ว ใน
 ด้านความงดงามของสีเส้นและลวดลาย รวมถึงฝีมือการทอผ้าของคนไทยที่ได้รับการถ่ายทอดมาจน
 ถึงปัจจุบัน ซึ่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของไทยนั้น ต่างก็ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย
 ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ไหมไทยเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีขั้นตอนการผลิตที่ใช้แรงงานคน
 เป็นหลัก ซึ่งเหมาะสมกับโครงสร้างของประเทศไทยที่มีแรงงานเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ
 อุตสาหกรรมการผลิตไหม สามารถสร้างงานให้กับชาวบ้าน และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่แรงงาน
 ในชนบทด้วย โดยในช่วงที่ผ่านมาไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทย สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็น
 มูลค่าเฉลี่ย 1,000 ล้านบาทต่อปี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2544: ออนไลน์) ซึ่งอุตสาหกรรมการผลิต
 ไหมนี้ สามารถทำควบคู่ไปกับอาชีพทางการเกษตรอื่น ๆ เช่นการทำไร่ ทำสวน ทำนา เพราะสามารถ
 ใช้เวลาว่างจากงานในภาคเกษตรมาทอผ้าได้ และช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี
 รวมทั้งลดการอพยพและเคลื่อนย้ายแรงงานด้วย

การทอผ้าไหมของไทยส่วนใหญ่ทำกันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต่อมาได้แพร่หลายไป
 ตามจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งชาวอีสานส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ เมื่อมีเวลาว่าง
 จากการทำนา ก็จะจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ไว้ใช้ในครอบครัว หรือใช้ในการประกอบ
 อาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ในการดำรงชีวิตของครอบครัว การทอผ้าเป็นกิจกรรมหนึ่งที่แม่บ้าน
 ชาวอีสานทำในเวลาว่างจากการทำนา ซึ่งในอดีตจะทอผ้าไว้ใช้ในครอบครัว ทอไว้ถวายพระใน
 งานบุญงานกุศล หรือ ทอไว้ขายกับผู้ที่สนใจต้องการจะซื้อ โดยมีได้คิดที่จะทอเพื่อการค้า
 แต่อย่างใด การทอผ้าเป็นหน้าที่ของแม่บ้านที่จะต้องถ่ายทอดให้กับลูกหลานสืบต่อกันมา ซึ่ง
 ภาคอีสานมีชื่อเสียงในเรื่องการทอผ้าพื้นเมืองอย่างมาก เป็นผ้าที่ทอจากไหม นอกจากนี้ยังมีการ
 ทอผ้าจิด ผ้าแพรวา และผ้าพื้น ๆ ทั่วไปอีกมากมาย (มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2543)

ในการผลิตผ้าไหมนั้นจะเริ่มมาตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ซึ่งเกษตรกรที่ประกอบ
 อาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหม มีประมาณ 3 แสนครัวเรือน มากกว่าร้อยละ 90 อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 ทำการเลี้ยงไหมเป็นอาชีพเสริม จำหน่ายผลผลิตในรูปแบบเส้นไหม (เส้นไหมสาวมือ) หรือ
 ผ้าไหม โดยการจ้างแรงงานสตรีในครัวเรือน ส่วนใหญ่จะใช้เวลาว่างหลังจากฤดูกาลเกษตร ซึ่งพันธุ์

ไหมที่นิยมทำการเลี้ยงคือ พันธุ์พื้นเมือง พันธุ์ไทยลูกผสม และพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ โดยพันธุ์ไทยลูกผสม จะให้ผลผลิตรังไหมและความยาวสูงกว่าพันธุ์พื้นเมือง ส่วนพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ จะให้ความยาวของเส้นใยและผลผลิตต่อก่องสูงกว่าพันธุ์ไทยลูกผสม ซึ่งปริมาณเส้นไหมที่ใช้ในการทอและปริมาณการผลิตผ้าไหมไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงาน มีมากน้อยบ้างตามฤดูกาล (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2539) โดยแหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี หนองคาย นครราชสีมา ชัยภูมิ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ สุรินทร์ สกลนคร มหาสารคาม ร้อยเอ็ด เลย โสธร นครพนม มุกดาหาร และกาฬสินธุ์ (บัวรัตน์ ศรีนิล และคณะ, 2542)

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีประชากรมากที่สุดในภาคอีสาน (สำนักงานกลางทะเบียนราษฎร, 2542) และยังมีหน่วยงานราชการให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนมากมาย โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองมีถึง 346 หน่วยงาน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา, 2545) ในแต่ละหน่วยงานประกอบไปด้วยข้าราชการบุรุษ และข้าราชการสตรี ซึ่งข้าราชการเหล่านี้เป็นลูกค้าส่วนใหญ่ของผู้ผลิต และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่ทำการผลิตภายในจังหวัด (บัวรัตน์ ศรีนิลและคณะ, 2542) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทอผ้าไหม ซึ่งสินค้าที่ผลิตมีหลากหลายลวดลาย เช่น ลวดลายรูปทรงของพืช ลวดลายที่มีความเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ และลวดลายอื่น ๆ อีกมากมาย มีสีสันสวยงามซึ่งเกิดจากการย้อมด้วยสีธรรมชาติและสีเคมี มีการพิมพ์ลายการทำผ้าบาติก ซึ่งผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นผ้าผืน เสื้อ กางเกง กระโปรง เนคไท ผ้าเช็ดหน้า กระเป๋าต่างค์ พวงกุญแจ กรอบรูปและอื่น ๆ

จากการสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มแม่บ้านหลุ่งประดู่ ตำบลหลุ่งประดู่ และผู้นำกลุ่มทอผ้าบ้านจิว ตำบลจิว พบว่า ตลาดของข้าราชการสตรีมีการขยายตัวมากขึ้นเนื่องจากนิยมใส่ผ้าไทยตามนโยบายของรัฐบาล โดยเฉพาะผ้าไหมซึ่งมีการผลิตในท้องถิ่น แต่ผู้ผลิตยังไม่สามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ขาดความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และขาดข้อมูลทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าแล้วนำไปฝากขายตามร้านค้าในจังหวัดและกรุงเทพมหานคร โดยผู้ผลิตและผู้จำหน่ายไม่มีการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเท่าที่ควร ทำให้ผู้ผลิตไม่มีข้อมูลด้านการตลาด (ประดิษฐ์ ทองปอ, 2546 และ บุญเลิศ วิริยะจิตร, 2546: สัมภาษณ์)

ดังนั้นในการที่จะผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาดและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเป็นสำคัญ จึงทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยคาดหวังว่าผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มแม่บ้าน และผู้จัดจำหน่ายผ้าไหมนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของ

ตลาด และยังเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
ได้ตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรี ในอำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา
2. เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิต และกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ
ด้านผ้าไหม

1.4 นิยามศัพท์

พฤติกรรมกรซื้อ หมายถึง การเลือกซื้อและการใช้สินค้าผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของ
ข้าราชการสตรี

ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม หมายถึง ผ้าที่ทอด้วยเส้นใยไหมเป็นผ้าผืน ซึ่งนำมาแปรรูปใช้เป็น
เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ของใช้ เช่น ผ้าผืน เสื้อ กระโปรง กางเกง ผ้าพันคอ เข็มกลัดดอกไม้
กระเป๋า พวงกุญแจ กล่องใส่แว่นตา ปกอกหมอน ฯลฯ

ข้าราชการสตรี หมายถึง ผู้หญิงที่ได้รับการบรรจุให้เป็นข้าราชการในหน่วยงานราชการที่
อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา