

บทที่ 1

บทนำ

สภาวะการตลาดโลกปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และการเติบโตของเศรษฐกิจไทยได้มีผลทำให้ตลาดสินค้าและบริการในประเทศกลายเป็นตลาดสากล ทำให้ยุทธวิธีการต่อสู้ทางการตลาดต้องเข้มข้นขึ้นกว่าเดิมเป็นอันมาก มีผลต่อผู้บริโภคในรูปแบบต่างกันและในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคก็ได้รับผลกระทบมากที่สุด อิทธิพลของกระแสการเปลี่ยนแปลงและเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้เข้ามามีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ผู้บริโภคสมัยใหม่ในสภาพโลกไร้พรมแดนต่างได้รับข้อมูลข่าวสารมากขึ้นกว่าเดิม มีการรับรู้ข้อมูลมาก ทำให้มีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการมากกว่าเดิม ทำให้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตสินค้าและบริการหันมาให้ความสำคัญเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคกันมากขึ้น โดยเฉพาะรูปแบบในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค เนื่องจากการตลาดในสมัยใหม่มุ่งเน้นที่ผู้บริโภคเป็นสำคัญ (customer – oriented) จึงต้องมีการศึกษาว่า ทำอย่างไรจึงจะเสนอสินค้าและบริการให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้รับความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันผู้ประกอบการและผู้ผลิตก็ได้รับผลกำไรด้วย (พิบูล ทิปะปาล, 2545)

สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น คือ การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยในอดีตมักใช้เกณฑ์การแบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และภูมิศาสตร์เป็นหลักเพราะเป็นวิธีที่ง่าย แต่ในปัจจุบันถือว่าเป็นเกณฑ์ที่ค่อนข้างกว้างเกินไป ไม่สามารถเข้าใจถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดีเท่าที่ควร

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของผู้บริโภค เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค และมีความสำคัญในการวางแผนการตลาด เพราะจะช่วยกำหนดว่าจะทำอะไร อย่างไร เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่แผนการตลาดจะได้ประสบความสำเร็จโดยไม่สิ้นเปลืองงบประมาณเกินจำเป็น ในการสูญเสียไปกับการลงทุนที่ไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (นทีรัช เกรียงชัยพร, 2543) โดยบทบาทของรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นตัวจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (A Basic Motivator) เช่น ความปรารถนาที่จะรักษาและเพิ่มพูนรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ทำให้เกิดกิจกรรมการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้า ความต้องการที่จะตัดสินใจซื้อนี้เกิดมาจากเราคือใคร เราเป็นอะไร และปัญหาและโอกาสที่เราประสบในชีวิต และบทบาทของรูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากผลของการตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้าที่จะก่อให้เกิดข่าวสาร จูงใจและทัศนคติ ข่าวสารนี้จะเปลี่ยนหรือเสริมแรง (Reinforce) กับรูปแบบการดำเนินชีวิต

เช่น การใช้ชีวิตหรือการประเมินผลวันหยุดสัปดาห์อาจนำไปสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตหรือใช้ชีวิตในการท่องเที่ยว (Travel-oriented Lifestyle) ในระดับสูงกว่าเดิม ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตอาจเปลี่ยนแปลงถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคล กลุ่มอ้างอิงครอบครัว เป็นต้น

รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบรูปแบบการดำเนินชีวิตหรือการใช้ชีวิตของผู้บริโภคและเพื่อจำแนกประเภทของผู้บริโภค โดยทั้งตัวบุคคลและครอบครัวมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของครอบครัวส่วนหนึ่งถูกกำหนดโดยรูปแบบการดำเนินชีวิตของสมาชิกครอบครัวแต่ละคน โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ขั้นตอนของวงจรชีวิตของบุคคล ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (อายุ รายได้ ฯลฯ) และชั้นทางสังคม (อิทธิพลของอาชีพ การศึกษา ฯลฯ) มีอิทธิพลต่อการปรับแต่งรูปแบบของการดำเนินชีวิตของครอบครัว ซึ่งในการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค จะเป็นการวัดถึงสิ่งที่ผู้บริโภคแต่ละบุคคลกระทำ หรือเรียกว่า AIO (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2545) วิเคราะห์เกี่ยวกับการทำกิจกรรม (A : Activities) ซึ่งเกี่ยวกับปฏิภริยาที่แสดงออก วิเคราะห์เกี่ยวกับความสนใจ (I : Interest) ซึ่งเป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์และวัตถุ โดยมีระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้นเมื่อตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจกับมัน และวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็น (O : Opinions) เป็นไปในรูปคำพูดหรือเขียน “ตอบ” ที่บุคคลตอบต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่มีการถามคำถาม ความคิดเห็นเราใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเนและการประเมินค่าโดยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จะใช้เป็นหลักในการพัฒนาสินค้าและบริการ ตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการวางกลยุทธ์ต่างๆให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ปัจจุบันประชากรของประเทศไทยประกอบอาชีพทางการเกษตรหรือเป็นเกษตรกรถึงร้อยละ 77 (วิวัฒน์ ชัยปानी, 2546) ซึ่งเกษตรกรเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่ของประเทศโดยเฉพาะเขตภาคเหนือมีพื้นที่ทำการเกษตรเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 23.6 รองจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีพื้นที่ทำการเกษตรร้อยละ 45.6 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมดในประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2546) นอกจากนี้ภาคเหนือยังมีจำนวนเกษตรกรมากถึง 7,745,427 คน หรือร้อยละ 64.44 (ฝ่ายข้อมูล กรมส่งเสริมการเกษตร, 2546) เกษตรกรในภาคเหนือจึงนับเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสำคัญกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบนพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน พะเยา และเชียงราย ที่ทำการเกษตรประเภทเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ และประมงน้ำจืด เป็นต้น ทั้ง 4 จังหวัดมีเขตพื้นที่ติดต่อกันในการทำการเกษตรและการค้าขายผลผลิตทางการเกษตร มีเขตพรมแดนใกล้เคียงกับประเทศเพื่อนบ้านในการทำธุรกิจการค้า อีกทั้งยังเป็นเขตเกษตรเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย (กองเศรษฐกิจการเกษตร, สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตร, 2530) โดยรัฐบาลได้กำหนดเขตเกษตรเศรษฐกิจตามลักษณะกลุ่มจังหวัดที่มี

ลักษณะคล้ายคลึงกัน ปัจจัยที่นำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์แบ่งเขตที่สำคัญ ได้แก่ พืชเศรษฐกิจ ประเภทของฟาร์ม และรายได้หลักของเกษตรกร เป็นต้น จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูนและพะเยา มีแนวโน้มที่จะเป็นภาคการผลิตสินค้าและอุตสาหกรรมการเกษตรที่สำคัญ เป็นศูนย์กลางตลาดสินค้าเกษตรขนาดใหญ่ในอนาคต (บุญชู โรจนเสถียร, 2546) และผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มเกษตรกรจะมีกำลังในการซื้อหรือบริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพกันมากขึ้นอีกด้วยในอนาคต

ดังนั้น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน พะเยา และเชียงราย จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและนักการตลาดในการนำข้อมูลเบื้องต้นมาใช้พิจารณาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการ สร้างผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเกษตรกร รวมทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน พะเยาและเชียงราย

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ได้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน พะเยาและเชียงราย
2. สามารถนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยและพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกร การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ของเกษตรกรที่จะส่งผลต่อภาคการผลิตและการบริโภคของประเทศไทยในอนาคต
3. เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขึ้นมา เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นเกษตรกร

1.4 นิยามศัพท์

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง แบบแผนของการดำรงชีพหรือใช้ชีวิต ตลอดจนแบบแผนของการบริโภคที่นำมาใช้ในสังคมของแต่ละบุคคลในสมาชิกของกลุ่ม ชั้นทางสังคมและวัฒนธรรม

เกษตรกร (Farmers) หมายถึง บุคคลที่มีอาชีพทำการเกษตรประเภทการเพาะปลูกพืชไร่ พืชสวน การเลี้ยงสัตว์ และการทำประมงน้ำจืด ซึ่งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนบนในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน พะเยาและเชียงราย โดยเป็นผู้ผลิตผลผลิตทางการเกษตรเพื่อนำไปขายหรือแปรรูปเป็นสินค้า รวมทั้งเป็นผู้บริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตและการทำการเกษตร

กิจกรรม (Activities) หมายถึง การกระทำหรือปฏิบัติของผู้บริโภคที่แสดงออกจากการทำสิ่งต่าง ๆ เช่น การทำงาน งานอดิเรก การใช้เวลาในวันหยุดพักผ่อน การเข้าเป็นสมาชิกสโมสร ชมรมหรือร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กีฬา เป็นต้น รวมทั้งพฤติกรรมที่ผู้บริโภคได้แสดงออกจากการจับจ่ายของเพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ความสนใจ (Interest) หมายถึง ความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุ โดยมีระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้น เมื่อได้ตั้งใจหรือให้ความเอาใจใส่เป็นพิเศษกับครอบครัว บ้าน งาน สังคม หรือชุมชน การพักผ่อน แฟชั่น อาหาร สื่อต่าง ๆ และความสำเร็จที่ได้รับ

ความคิดเห็น (Opinions) หมายถึง คำพูดหรือการเขียนเพื่อ “ตอบ” ของบุคคลต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่กระตุ้นเร้า ในลักษณะที่มีการถามคำถามแบบความคาดหวัง เพื่อการตีความ และการประเมินผล ในเรื่องของความคิดเห็นของตนเองต่อสังคม การเมือง ธุรกิจ เศรษฐกิจ การศึกษา สินค้าและบริการ อนาคตของตนเองและวัฒนธรรมในสังคมนั้น ๆ