

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ดอกไม้ประดิษฐ์นับเป็นสินค้าที่มีศักยภาพอย่างหนึ่งของประเทศไทยที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศปีละหลายพันล้านบาท โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2527 - 2532 ที่ดอกไม้ประดิษฐ์ทำรายได้ให้กับประเทศไทยถึง 2,867,300,000 บาท จนกระทั่งในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2544 ที่อุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์เริ่มซบเซาลง (ปีทมา ภัทรสกล, 2544) สาเหตุสำคัญเกิดจากการที่ประเทศไทยเสียเปรียบทางด้านต้นทุนแรงงานให้แก่ประเทศจีน รวมทั้งการที่ประเทศไทยถูกสหรัฐอเมริกาตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) สำหรับดอกไม้ประดิษฐ์ที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ และดอกไม้ประดิษฐ์ที่ทำด้วยมือในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2532 ดังนั้น จึงทำให้ไทยต้องเสียอัตราภาษีนำเข้าตลาดอเมริกาเพิ่มขึ้น ร้อยละ 17 ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะตลาดอเมริกาซึ่งถือเป็นตลาดหลักของไทย (วารสารเศรษฐกิจธนาคารกรุงเทพ, 2535)

ในอดีตดอกไม้ประดิษฐ์ของไทยถือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและราคาถูก ส่งผลให้สภาพการผลิตมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตลอดมา โดยเฉพาะการผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ส่งผลให้ตลาดดอกไม้ประดิษฐ์ส่วนใหญ่เป็นตลาดต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และยุโรป (วันเพ็ญ อารักษ์วณิช, 2542) ปัจจุบัน ถึงแม้สถานการณ์การส่งออกของไทยจะซบเซาลงเป็นอย่างมาก แต่จากงานวิจัย พบว่าแนวโน้มความต้องการดอกไม้ประดิษฐ์ในประเทศไทยกลับมีเพิ่มมากขึ้น โดยจากในช่วง 8 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีการนำเข้าสินค้าประเภทดอกไม้ประดิษฐ์ คิดเป็นมูลค่า 68.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 66.3 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2549 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2551: ระบบออนไลน์) สาเหตุเนื่องมาจากสินค้าจากประเทศจีน ซึ่งถือเป็นคู่แข่งรายสำคัญของไทยในตลาดโลก มีการปรับราคาสูงขึ้น โดยรัฐบาลจีนได้ยกเลิกการสนับสนุนด้านภาษีแก่ผู้ส่งออกของจีน ทำให้ราคาสินค้าจีนในตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้นถึง ร้อยละ 40-50 (จิรบุญ วิทวัสสิงห์, 2551)

ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงงานผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ 35 โรงงาน ซึ่งอยู่ในภาคกลาง 27 โรงงาน ภาคเหนือ 5 โรงงาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 โรงงาน และภาคตะวันออก 1 โรงงาน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2551: ออนไลน์) ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ที่มุ่งเน้นการส่งออก มีแหล่งที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลาง ส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งผู้ผลิตส่วนใหญ่อยู่ตามแหล่งวัตถุดิบในภาคเหนือ โดยเฉพาะจังหวัด

เชียงใหม่ เนื่องจากเชียงใหม่เป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญในการผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ โดยเฉพาะวัตถุดิบประเภทกระดาษสาที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2541: ออนไลน์) ซึ่งแหล่งจำหน่ายดอกไม้ประดิษฐ์ที่สำคัญ คือ บ้านถวาย เชียงใหม่ไนท์บาร์ซาร์ ถนนคนเดินท่าแพ และNorthern Village (ในห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ชั้น 1-2) เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551: ออนไลน์) ส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเข้ามาจับจ่ายใช้สอย โดยจากข้อมูลการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ถึง 589,899 คน คิดเป็นร้อยละ 37.87 โดยเป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรป 581,169 คน คิดเป็นร้อยละ 36.69 เอเชีย 515,882 คน คิดเป็นร้อยละ 32.57 อเมริกา 239,297 คน คิดเป็นร้อยละ 15.11 โอเชียเนีย 87,859 คน คิดเป็นร้อยละ 5.55 แอฟริกา 86,355 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 และตะวันออกกลาง 73,275 คน คิดเป็นร้อยละ 4.63 โดยการซื้อสินค้าและของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งที่ทำรายได้ให้กับจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดถึง 9,504.31 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 25.89 โดยเป็นรายได้จากชาวต่างชาติ 4,294,780 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.14 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551: ออนไลน์)

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมซื้อสินค้าและของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก ซึ่งผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสในการจำหน่ายให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมเข้ามาซื้อสินค้าหัตถกรรมในเชียงใหม่ แต่ในอดีตที่ผ่านมาสินค้าในหมวดของที่ระลึกต่างๆ รวมถึงดอกไม้ประดิษฐ์ ยังมีปัญหาการออกแบบรูปแบบสินค้าไม่ตรงกับความต้องการ และรสนิยมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากจากผู้ผลิตสินค้าเลือกผลิตสินค้าตามความคิดและรสนิยมของตนเองเป็นหลัก โดยไม่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมรูปแบบรสนิยมของนักท่องเที่ยวมากนัก ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว (ศศิ เลิศดวงศ์ประเสริฐ, 2549) ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการซื้อดอกไม้ประดิษฐ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว ทั้งยังเป็นข้อมูลให้แก่หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้สนใจได้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อดอกไม้ประดิษฐ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของไทยให้สามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการศึกษาพฤติกรรมการซื้อดอกไม้ประดิษฐ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการณ์ซื้อดอกไม้ประดิษฐ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับหรับหน่วยงานหรือผู้ที่สนใจทั่วไป สามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้ในการวางแผนงานการตลาดธุรกิจดอกไม้ประดิษฐ์ในจังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของผู้บริโภคในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมิน และการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ (ศุภร เสรีรัตน์, 2540) โดยเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่แสดงออกจากการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทดอกไม้ประดิษฐ์จากแหล่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม และของตกแต่งบ้านที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทดอกไม้ประดิษฐ์ในจังหวัดเชียงใหม่ 4 แห่ง คือ บ้านถวาย เชียงใหม่ไนท์บาร์ซาร์ ถนนคนเดินท่าแพ และ Northern Village (ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน เชียงใหม่ ชั้น 1-2)

ดอกไม้ประดิษฐ์ (Artificial Flowers) หมายถึง สิ่งประดิษฐ์จากวัสดุ มีลักษณะคล้ายรูปร่างดอกไม้ หรือ วัสดุอื่นใดที่ผู้ทำต้องการนำมาประดิษฐ์ให้เกิดความสวยงาม เพื่อนำไปใช้ในการประดับในโอกาสต่าง ๆ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2551: ออนไลน์) โดยสร้างสรรค์ขึ้นมาจากวัสดุที่หลากหลาย เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษ ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าโพลีเอสเตอร์ ดอกไม้ประดิษฐ์จากใยบัว ดอกไม้ประดิษฐ์จากถุงน่อง ดอกไม้ประดิษฐ์จากเกี๊ยวซ่า ดอกไม้ประดิษฐ์จากเปลือกข้าวโพด ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบโสน ดอกไม้ประดิษฐ์จากไม้ ดอกไม้ประดิษฐ์จากโฟม ดอกไม้ประดิษฐ์จากยางพารา ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทย ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น และดอกไม้ประดิษฐ์จากดอกไม้สด (ดอกไม้สดอบแห้ง) เป็นต้น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Foreign Tourists) หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราว ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ (สถาบันศิลปะและวัฒนธรรม, 2551) โดยเป็นผู้ที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทดอกไม้ประดิษฐ์จากแหล่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมและของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้จากยุโรป เอเชีย อเมริกา โอเชียเนีย แอฟริกา และตะวันออกกลาง