

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการล่มสลายของสถาบันการเงินในตลาดเงินเชื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชย์ขนาดใหญ่ในสหรัฐฯ ในเดือนกันยายน 2551 ที่ผ่านมา มีสาเหตุหลักมาจากปัญหาซับไพร์มที่เป็นปัญหาเรื้อรังมายาวนาน ไม่เพียงแต่มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของสหรัฐฯ เท่านั้น แต่ยังลุกลามต่อเนื่องไปยังระบบเศรษฐกิจของทั่วโลกจนถึงปัจจุบันในระดับที่แตกต่างกันไป (Positioning magazine, 2551: ออนไลน์) วิกฤติการณ์ดังกล่าวทำให้การส่งออกจะชะลอตัวลง ส่งผลต่อเนื่องมายังสภาพคล่องทางการเงินทั่วทั้งโลก ซึ่งเศรษฐกิจของสหรัฐฯ และในอีกหลายๆ ประเทศต่างตกอยู่ในภาวะชะลอตัวหรือถดถอย ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง

ทั้งนี้ภาวะเศรษฐกิจถดถอยยังคงมีผลต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เมื่อมองภาพรวมเศรษฐกิจของปี 2553 ในช่วงไตรมาส 1 – ไตรมาส 2 ของปี 2553 เกิดวิกฤติการณ์ทางการเงินในประเทศกรีซ ซึ่งขยายวงกว้างไปยังกลุ่มประเทศ PIGGS ได้แก่ สเปน อิตาลี ไอซ์แลนด์ โปรตุเกส และกรีซ ที่ประสบปัญหาการคลังในระดับวิกฤติ ซึ่งประเทศกลุ่มนี้มีมูลค่าการค้ากับไทย 5,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สัดส่วน 2.8% ของมูลค่าการค้าระหว่างไทย กลุ่มสอง ยุโรปตะวันออก เช่น บัลแกเรีย ฮังการี และกลุ่มสามคืออังกฤษ ก็มีปัญหาการคลังเช่นกัน

เบื้องต้นจากการที่ค่าเงินยูโรตั้งแต่ต้นปีลดลงไปแล้ว 10-15% ประกอบกับค่าเงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้นมา ทำให้ราคาสินค้าของไทยที่ส่งออกไปยังภูมิภาคนี้ได้รับผลกระทบโดยตรงเพราะค่าเงินบาทแข็งค่าทุก 1% ส่งผลให้การส่งออกไปตลาดอียูลดลง 1.5% สินค้าสำคัญที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบ เช่น รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารแช่แข็ง สิ่งทอและเสื้อผ้า อุตสาหกรรมเซรามิก สินค้าตกแต่งบ้าน ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของไทย (Post Today, 2553: ออนไลน์)

อุตสาหกรรมเซรามิก เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่ต้องพึ่งพาตลาดส่งออกเป็นหลัก ผู้ประกอบการจึงต้องเผชิญกับปัญหาการส่งออกชะลอตัวหรือลดลง เพราะกำลังซื้อของแต่ละประเทศปรับตัวลดลงเช่นกัน เมื่อกำลังซื้อในตลาดส่งออกในสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ซึ่งเป็น

ตลาดส่งออกหลักของผลิตภัณฑ์เซรามิกไทยชะลอตัวหรือลดลงแล้ว จะส่งผลให้ปริมาณและมูลค่า การส่งออกของผลิตภัณฑ์เซรามิกลดลงตามไปด้วยโดยจะส่งผลกระทบต่อยอดการส่งออก ผลิตภัณฑ์เซรามิกอย่างชัดเจนในช่วงต้นปี 2552 ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

จากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา ผู้ประกอบการผลิตเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร เพื่อการส่งออกจึงได้มีการปรับกลยุทธ์และปรับตัวรับมือกับวิกฤติที่เกิดขึ้น และไม่ยึดติดกับรายได้หลักจากการส่งออกเพียงอย่างเดียว ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนการผลิต การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และอีกหนึ่งในกลยุทธ์หลักคือ การกระตุ้นตลาดในประเทศ เพื่อเป็นการขยายช่องทางการตลาด เพื่อเพิ่มรายได้ในยุคที่เศรษฐกิจถดถอย อีกทั้งเป็นการสร้างเงินหมุนเวียนและการใช้จ่ายภายในประเทศอีกด้วย โดยกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ นอกจากกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในส่วนการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารใช้ภายในบ้าน (Household market) ยังมีอีกหนึ่งกลุ่มลูกค้าคือ โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจ จัดเลี้ยง (Horeca market) ที่ถือเป็นกลุ่มที่มีความต้องการและมีกำลังซื้อมาก ที่ทางผู้ผลิตเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารเพื่อการส่งออกควรให้ความสนใจ โดยเฉพาะเซรามิกประเภทไฟนัโซนาพอร์ทซเลน ซึ่งเป็นเซรามิกในกลุ่มคุณภาพสูงราคาสูง ซึ่งกลุ่มลูกค้าโรงแรมตั้งแต่ 3 ดาวขึ้นไปถือเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเพราะเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารเป็นสิ่งจำเป็นในการบริการในห้องอาหารของโรงแรม ที่แสดงถึงภาพลักษณ์ สะท้อนรสนิยมของแต่ละโรงแรม ดังนั้นเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารที่กิจการโรงแรมระดับกลางถึงสูงจะเลือกใช้จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ต้องมีลักษณะเฉพาะในเรื่องคุณสมบัติความคงทนของผลิตภัณฑ์ มีเอกลักษณ์ ความสวยงาม สามารถตอบสนองการใช้งาน ตลอดจนต้องผ่านการทดสอบมาตรฐานในด้านความปลอดภัยด้วย

จากความสนใจในการศึกษากลุ่มลูกค้าโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป ผู้ศึกษาเลือกพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งถือว่าเป็นหัวเมืองหลักและเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่นำรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวนมหาศาลมาสู่ประเทศ ซึ่งธุรกิจที่พักเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว และมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในภาคเหนือ จำนวนโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์ หรือธุรกิจที่พักในภาคเหนือมีสัดส่วนร้อยละ 21.5 ของธุรกิจที่พักทั้งประเทศ ขณะที่ปริมาณห้องพักมีสัดส่วนร้อยละ 16.0 หรือคิดเป็นอันดับที่ 4 ของห้องพักทั่วประเทศ รองจากกรุงเทพฯ ภาคกลางและภาคใต้ โดยร้อยละ 25 ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจุบันมีการก่อตั้งธุรกิจโรงแรมเกิดขึ้นหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งเป็นแบบเจ้าของกิจการคนไทยเอง การร่วมทุน โรงแรมเครือต่างประเทศ (International Hotel Chain) โดย

จำนวนโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2549 มีทั้งหมด 341 แห่ง ในปี 2550 มีโรงแรมทั้งหมด 418 แห่ง เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 22.58 ในขณะที่จำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ในปี 2549 มีจำนวนห้องพัก 18,820 ห้อง และปี 2550 มีจำนวนห้องพัก 20,816 ห้อง จะเห็นได้ว่าจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 10.61 โดยสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ร้อยละ 19 จากรายได้ทั้งหมด คิดเป็นมูลค่า 230,83 ล้านบาท (ข้อมูลด้านเศรษฐกิจของเทศบาลนครเชียงใหม่, 2553: ออนไลน์) จะเห็นได้ว่าในช่วงระยะเวลาเพียง 2 ปี (2550-2551) มีโรงแรมสร้างขึ้นใหม่อีกจำนวนมาก เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ระดับ 5 ดาวทั้งหมด 7 แห่ง ซึ่งยังไม่รวมโรงแรมระดับ 3 ดาว โรงแรมบูติก ทำให้จำนวนห้องพักของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนทั้งหมดมากกว่า 30,000 ห้อง (กรุงเทพธุรกิจ เนชั่น, 2553: ออนไลน์)

ทั้งนี้รายงานแนวโน้มธุรกิจภาคเหนือของธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เดือนมีนาคม 2553 ระบุว่า การลงทุนธุรกิจโรงแรมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และกอบปรักกับรัฐบาลมีนโยบายที่จะผลักดันให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางการบินของภาคเหนือ มีการส่งเสริมร่างแผนกลยุทธ์เพื่อผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่ เป็น MICE CITY เพื่อรองรับโครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ (Meeting Incentive Convention & Exhibition) ส่งผลให้แนวโน้มความต้องการใช้เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ไม่ใช่แต่การใช้ในห้องอาหาร เพียงอย่างเดียว แต่ทั้งนี้เพื่อรองรับห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมสัมมนาขนาดใหญ่อีกด้วย

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาความต้องการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการผลิตเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารประเภทไฟไนซ์นำพอร์ทซเลน ทราบถึงความต้องการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสามารถวางแผนการตลาดและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด อีกทั้งสามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการขยายธุรกิจ และสามารถดำรงธุรกิจให้อยู่รอดในสภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความต้องการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความต้องการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของการขายสินค้าภายในประเทศของผู้ประกอบการผลิตเครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร

นิยามศัพท์

ความต้องการที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารของโรงแรม หมายถึง ความรู้สึกที่ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญส่งเสริมให้บริการในร้านอาหารของโรงแรมมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงความต้องการและแนวโน้มในการซื้อสินค้าและบริการในอนาคต

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหารของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร หมายถึง เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารชั้นสูง เป็นภาชนะสำหรับใส่อาหารที่ทำมาจากดินเผาชั้นดี มีคุณภาพสูง คงทน ผลิตภัณฑ์ไม่มีการดูดซึมน้ำ สีผลิตภัณฑ์ เป็นสีขาวไข่มุก ผลิตภัณฑ์เผาบิสกิตที่ 900 องศาเซลเซียส เผาเคลือบที่ 1,300 องศาเซลเซียส (Low biscuit - High gloss Firing) บางครั้งเรียกว่า ไฟน์ไชน่าพอร์ซเลน เหมาะสำหรับใช้งานในโรงแรมที่ต้องผ่านเครื่องล้างจานด้วยความร้อน เช่น จาน ชาม ถ้วย ช้อน ชุคคาแพ่ ที่ใส่เกลือพริกไทย ชุคเครื่องปรุง เป็นต้น

โรงแรม หมายถึง กิจการโรงแรมที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสมาชิกจดทะเบียนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และได้รับการจัดระดับการให้บริการห้องพักในระดับ 3 ดาวขึ้นไป