

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ในวัฒนธรรมมนุษย์ ไม่ว่าจะ โศกเศร้า หรือ ปิติ ยินดีดอกไม้เป็นส่วนหนึ่งที่มนุษย์ใช้แสดงออกถึงพฤติกรรมเหล่านั้นตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีผลต่อคุณค่าทางจิตใจ เช่น การดักบาตรก็จะมีดอกไม้แนบไปกับอาหารด้วย การนำดอกไม้ไปจัดในงานศพ งานบวช งานแต่งงาน งานวันสำคัญต่างๆ หรือจะซื้อไปฝากคนป่วยหรือคนรักก็ตาม เหตุดังกล่าวจึงเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ดอกไม้ และส่งผลให้มีร้านขายดอกไม้เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการดังกล่าว

สำหรับสถานการณ์ตลาดไม้ดอกไม้ 2552 ประเทศไทยมีการนำเข้าดอกไม้สดรวม ปริมาณ 3,249 ตัน มูลค่าประมาณ 217.2 ล้านบาท มีการส่งออกดอกไม้สดรวม ปริมาณ 25,131 ตัน มูลค่าประมาณ 2,395.7 ล้านบาท โดยมีการส่งออกไม้ดอกไม้เมืองหนาวซึ่งส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้ เบญจมาศ และกุหลาบปริมาณ 24,710 ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 2,370.6 ล้านบาท ประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน อิตาลี อินเดีย สิงคโปร์ และได้หวั่นนอกจากนี้ไทยนำเข้าไม้ดอกไม้เมืองหนาว ได้แก่ คาร์เนชั่น กุหลาบ และกล้วยไม้ มีปริมาณ 1,382 ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 94.9 ล้านบาท ส่วนใหญ่นำเข้าจากจีน มาเลเซียและอินโดนีเซีย การนำเข้าไม้ดอกไม้สดของไทยยังคงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันไม้ดอกไม้เมืองหนาวที่จำหน่ายในร้านจัดดอกไม้และร้านจำหน่ายดอกไม้ กวาร์้อยละ 80 เป็นดอกไม้ที่นำเข้าจากจีน

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคเหนือตอนบน มีประชากร 1,670,317 คน (สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2552) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ประชากรมีความต้องการใช้ดอกไม้ ก่อให้เกิดธุรกิจดอกไม้ เกิดขึ้นตามมา ซึ่งในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีย่านที่จำหน่ายดอกไม้สดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัดคือ ตลาดต้นลำไย หรือชื่อที่เรียกกันของคนท้องถิ่นว่า “กาดดอกไม้” จะมีร้านที่ขายผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดอยู่ตลอดแนวสองฝั่งถนน และมีร้านที่จำหน่ายดอกไม้สดกระจายอยู่ภายในตัวเมือง จากการที่มีร้านขายผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดจัดซื้อที่มีอยู่มาก จึงทำให้ธุรกิจนี้เกิดการแข่งขันกัน ดังนั้นภายใต้สภาพการแข่งขัน ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดจัดซื้อหรือผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจนี้ควรศึกษาข้อมูลและรายละเอียดในการดำเนินงาน ซึ่งปัจจัยหลักที่ควรให้ความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านการตลาดบริการ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดจัดซื้อของ

ลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้ผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดจัดซื้อ คือ ช่อดอกไม้สด กระเช้าดอกไม้สด และพวงหรีดดอกไม้สด โดยผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ ธุรกิจผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดจัดซื้อหรือผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจนี้ ในการทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดจัดซื้อของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดจัดซื้อของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดจัดซื้อของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. นำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ดอกไม้สดจัดซื้อหรือผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจนี้เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อดอกไม้สดจัดซื้อ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เคยซื้อดอกไม้สดจัดซื้อจากร้านดอกไม้ และอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ดอกไม้สดจัดซื้อ หมายถึง ดอกไม้สดที่นำมาจัดเป็นช่อดอกไม้ กระเช้าดอกไม้สด และพวงหรีดดอกไม้สด