

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญต่อโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะมีปริมาณเงินตราเข้าประเทศปีละหลายแสนล้านบาท หรือคิดเป็นประมาณ 7 เปอร์เซ็นต์ของจีดีพี ในแต่ละปี และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 3 ล้านคน ทั้งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเองและอุตสาหกรรมต่อเนื่องกับการท่องเที่ยว (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552: ออนไลน์) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริม เผยแพร่ และดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย โดยมีวิสัยทัศน์ในการเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศทางการท่องเที่ยว และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ได้จัดทำนโยบายและแผนการตลาด พ.ศ. 2550 – 2554 มีรายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ดังนี้ เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาท ในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่ และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และการสร้างสรรค์ประโยชน์ ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคม ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุล ระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยวอยู่เสมอ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เป็นแหล่งที่มีประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่เจริญรุ่งเรืองมาอย่างยาวนาน มีขนบธรรมเนียมประเพณีที่อ่อนช้อยงดงาม และถูกรักษาไว้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากโบราณสถานหรือโบราณวัตถุรวมถึงประเพณีต่างๆ

มีสภาพอากาศที่เย็นสบายเกือบตลอดทั้งปี เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เนื่องจากธรรมชาติที่สวยงามด้วยสภาพภูมิประเทศที่เป็นป่าไม้ ภูเขา และน้ำตก เป็นศูนย์กลางการเดินทางในภาคเหนือตอนบน ผู้คนมีอัธยาศัยที่ดีต่อนักท่องเที่ยวและแขกต่างเมือง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักเป็นอย่างดีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยในปีพ.ศ. 2552 จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการโหวตให้ติดอันดับที่ 5 เมืองที่น่าเดินทางท่องเที่ยวที่สุดในโลก และเป็นอันดับที่ 3 ประเภทเมืองท่องเที่ยวในกลุ่มเอเชีย จากการสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกของนิตยสาร Travel Leisure ซึ่งเป็นนิตยสารด้านการท่องเที่ยวชั้นนำ (ทีมงานเดสทินี ทราเวล เซอร์วิส, 2552: ออนไลน์) และในปี พ.ศ. 2553 หนังสือคู่มือนักเดินทางที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก Lonely Planet ได้จัดอันดับให้เชียงใหม่เป็นเมืองน่าเที่ยว อยู่ในอันดับที่ 10 ของเมืองที่น่าท่องเที่ยวที่สุดในโลก ในการจัดอันดับ World's top 10 cities for 2010 ทั้งนี้เพราะมีประวัติศาสตร์อันยาวนานในฐานะเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนาในอดีต ที่ยังมีอิทธิพลทางวัฒนธรรม ส่งทอดมาจนถึงปัจจุบัน แม้จะเป็นเมืองที่เก่าแก่ แต่ก็มีสไตล์ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการหลีกเลี่ยงความจอแจของกรุงเทพมหานครมาสัมผัสกับบรรยากาศของการผสมผสานระหว่างศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีอย่างกลมกลืน เชียงใหม่ยังเป็นสถานที่ที่มีบรรยากาศของความเป็นมิตร รื่นรมย์และปลอดภัย วิวทิวทัศน์จำนวนมากยังได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี ขณะที่การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยกำลังขยายตัว เป็นทางเลือกให้ผู้รักกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ล่องแพ จีซัง เดินป่า และปั่นจักรยาน เป็นต้น (Lonely Planet's top 10 cities for 2010,2553: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 1 ของภาคเหนือ และเป็นอันดับที่ 4 รองจาก กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และชลบุรี โดยมีจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ในปีพ.ศ. 2550 จำนวน 5,356,867 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 3,601,727 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ นำรายได้เข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ถึง 38,894.25 ล้านบาท และ ปีพ.ศ. 2551 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 5,313,352 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 3,646,006 คน คิดเป็นร้อยละ 69 ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ (เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานภาคเหนือ เขต 1, 2552: สัมภาษณ์) นำรายได้เข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ 41,736.86 ล้านบาท (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2552: ออนไลน์) และในปีพ.ศ. 2552 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 4,343,090 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 58.8 (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552 :ออนไลน์) มีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 32,605.79 ล้านบาท (สมบัติ คุรุพันธ์, 2553 : ออนไลน์)

จะเห็นได้ว่าผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ซึ่งนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน มีพฤติกรรมชอบไปแหล่งท่องเที่ยวซื้อสินค้าและของที่

ระลึกสูงถึงร้อยละ 28.57 (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551:ออนไลน์) โดยรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในปีพ.ศ. 2552 พบว่า นักท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า ของที่ระลึก ร้อยละ 26.10 (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552 :ออนไลน์) เพื่อซื้อของฝากนำกลับไปฝากญาติมิตร บุคคลที่รู้จักหรือให้ความเคารพนับถือ คิดเป็นร้อยละ 71.11 (หทัยรัตน์ ปาลีเรียม, 2545) เชียงใหม่มีสินค้าของฝากมากมาย เช่น สินค้าตกแต่งบ้านแบบพื้นเมือง สินค้าประเภทงานหัตถกรรมต่างๆ ได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา รมบ่อสร้าง ไม้แกะสลัก และ ผ้าทอชนิดต่างๆ สินค้าหลายประเภทยังมีสวยงามและมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ นอกจากสินค้าประเภทดังกล่าวแล้วยังมีสินค้าประเภทอาหารพื้นเมือง เช่น น้ำพริกหนุ่ม ใส้อั่ว แคนหมู ผักและผลไม้เมืองหนาว อาหารแปรรูปต่างๆ เช่น ผักคอง ผลไม้แช่อิ่ม ขนม ผลไม้อบแห้ง ซึ่งชนิดของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ ได้แก่ ท้อคอง และกระเทียมคอง (หทัยรัตน์ ปาลีเรียม, 2545)

แหล่งซื้อหาสินค้าในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีให้เลือกหลายแห่ง เช่น ย่านถนนนิมมานเหมินท์ ในท่าบাজার ตลาดวโรรส ตลาดต้นพะยอม ถนนคนเดินประตูท่าแพ เป็นต้น (ข้อมูลแหล่งช้อปปิ้ง จังหวัดเชียงใหม่, 2553: ออนไลน์) โดยร้านจำหน่ายของฝากประเภทอาหารและผักผลไม้แปรรูป เช่น ท้อคอง กระเทียมคอง สตรอเบอร์รี่อบแห้ง ลำไยอบแห้ง ลูกท้ออบน้ำผึ้ง สาลี่เชื่อม ลูกบ๊วยหวาน ลูกชิดแห้งส่วนมากกระจายตามตลาดสด เช่น ตลาดวโรรส และตลาดต้นลำไย ซึ่งเป็นตลาดเก่าแก่ ของจังหวัดเชียงใหม่ที่ตั้งควบคู่กันมานานมีระยะห่างกันแค่เพียงถนนกัน มีชื่อเสียงทางด้านการผลิตและจำหน่ายอาหารพื้นเมืองต่างๆและของฝากมากมายหลายรายการ เช่น กาละแม ท้อคอง ดอกคำฝอย รวมทั้งผลผลิตจากชาวไทยภูเขา ในท่าบাজার ยังเป็นอีกแหล่งช้อปปิ้งกลางคืนที่ใหญ่ที่สุดของเชียงใหม่และภาคเหนือ ที่สามารถหาซื้อของฝากได้เกือบทุกประเภท ตั้งแต่เสื้อผ้าพื้นเมือง รวมไปถึงผักผลไม้แปรรูป (ในท่าบাজার, 2553: ออนไลน์) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถหาซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป ได้จากร้านที่เป็นร้านขายของฝาก โดยเฉพาะ ซึ่งแต่เดิมมีเพียงร้านท้อแสงทอง ผลไม้แสงทอง และร้านวันสนั่นที่เท่านั้น ซึ่งธุรกิจประเภทผักผลไม้แปรรูปมีอัตราการเติบโตร้อยละ 17.13 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2550: ออนไลน์) จึงทำให้มีผู้สนใจประกอบธุรกิจร้านขายของฝาก หรือทำธุรกิจเกี่ยวกับผักผลไม้แปรรูป โดยมีสถานที่จำหน่ายของฝากเพิ่มขึ้น เช่น ตลาดสดทั่วไป ร้านค้าทั่วไปตามสถานีขนส่ง ในสนามบิน และยังมีร้านจำหน่ายของฝากโดยเฉพาะเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งร้าน คือ เวียงป็นนา ซึ่งตั้งอยู่บนถนนเชียงใหม่-สันกำแพง ร้านนี้เป็นการรวบรวมร้านค้าที่มีชื่อเสียงต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่มาจำหน่ายสินค้าในสถานที่เดียวกันนอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า “เวียงป็นนา” ซึ่งเป็นการนำผลิตภัณฑ์โอท็อป อาทิ กาละแม, ผลไม้คอง, ผลไม้แห้งแปรรูป มาพัฒนาออกแบบ

ดิไซน์บรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม เหมาะกับการเป็นของฝากเพื่อจำหน่าย ให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย (เวียงป็นนา, 2553:ออนไลน์) และลักษณะการซื้อของฝากนี้ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะได้รับคำบอกเล่าจากผู้ที่เคยซื้อมาแล้ว ดังนั้นหากร้านขายของฝากร้านใดที่มีบริการดี มีสินค้าให้เลือกครบก็จะได้รับความนิยมเป็นพิเศษ

จะเห็นได้ว่า สินค้าของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป ไม่มีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัดส่งผลให้มีการแข่งขันระหว่างร้านค้าค่อนข้างรุนแรง รวมทั้งลักษณะตลาดจะผันแปรตามฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งถ้าสถานการณ์การท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลง ก็จะทำให้ภาวะตลาดผลไม้อบแห้งและแช่แข็ง ตามร้านขายของฝากตามแหล่งท่องเที่ยวก็หดตัวตามไปด้วย (ผลไม้อบแห้งและแช่แข็ง, 2553:ออนไลน์)

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อที่จะนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุง รูปแบบผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ ช่องทางการจัดจำหน่าย การบริการ และการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อรักษาลูกค้ารายเก่า สร้างลูกค้ารายใหม่ สร้างความพึงพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่

2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปได้อย่างเหมาะสม

#### 1.4 นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ

**นักท่องเที่ยวชาวไทย** หมายถึง บุคคลสัญชาติไทย ที่มีที่พักแรมอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีเช็คอินที่อยู่ประจำ โดยหมายความรวมถึง นักท่องเที่ยวที่ไปพักค้างคืน และ นักท่องเที่ยวที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน

**ของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป** หมายถึง สินค้าที่ได้จากผักและผลไม้ต่าง ๆ นำไปผ่านกระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะ ได้แก่ การหมักดอง เชื่อม แช่อิ่ม อบแห้ง โดยเรียกชื่อผลิตภัณฑ์ตามกรรมวิธีที่ผลิต เป็นของฝากซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมซื้อยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นั้น เพื่อนำไปมอบให้แก่บุคคลอื่นที่ไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย และยังเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่นั้น ๆ