

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของการศึกษา

Schiffli Embroidery คือ การปักกลุลวดลายบนผ้าลูกไม้ คำสำคัญ คือ การปักกลลุ ซึ่งการปักกลลุจะแตกต่างจากการทอ ผ้าลูกไม้ปักและผ้าลูกไม้ทอนั้นแตกต่างกันทั้งวิธีการ เทคนิค และเครื่องจักรที่ใช้ โดยสามารถทำการปักกลลุได้บนผ้าทุกชนิด ตัวอย่างเช่น ผ้า TC ผ้าชีฟอง ผ้าฝ้าย ผ้าโพลีเอสเตอร์ 100% เป็นต้น

กำลังการผลิตที่ใหญ่ที่สุดของโลก คือ ตุรกี สินค้าหลักที่ผลิต คือ ผ้า màn ส่วนประเทศ อินโดนีเซียจะเน้นไปทางผ้า See through ผ้า net แต่ประเทศที่ผลิตด้านชุดชั้นใน และผ้าลูกไม้ แปลก ๆ ที่ผลิตสำหรับวงการแฟชั่นของโลก อุตสาหกรรมลูกไม้ปักมีการผลิตได้คุณภาพดีที่สุดในประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ โดยผ้าลูกไม้ที่ผลิตเกือบทั้งหมดเป็นสินค้าที่มีการผลิตอยู่ในเอเชียมากที่สุดทั้งที่ จีน อินเดีย ปากีสถาน ไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม เกาหลี (โรชนา โฉมยยานน, (บรรณาธิการ), 2544 : 41)

ผ้าลูกไม้ปักของประเทศไทยมีกำลังการผลิตอยู่ในอันดับต้น ๆ ของโลก โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของทุก ๆ บริษัท คือ การส่งออกไปยังต่างประเทศ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม เทียบสัดส่วนแล้ว ตลาดเป้าหมายในประเทศนั้นน้อยมากอยู่ที่ 20 % สัดส่วนตลาดต่างประเทศอยู่ที่ 80% ตลาดส่งออกส่วนใหญ่ คือ แอฟริกาซึ่งมีสัดส่วนอยู่ราว 60 % ของทุกตลาด นอกจากนั้นจะกระจายกันไปทั้งแถบอเมริกาใต้ ยุโรป และแถบชายแดนไทย ในประเทศไทยอุตสาหกรรมนี้มีโรงงานอยู่ประมาณ 30 โรงงาน ใช้ผ้า และวัตถุดิบที่ผลิตในประเทศราว 70 – 80 % ซึ่งถือเป็นตัวผลักดันอุตสาหกรรมในประเทศเหมือนกันในปัจจุบันได้นำระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการผลิตผ้าลูกไม้ขั้นสูงมาใช้ทำให้สามารถออกแบบลวดลายปักได้หลากหลายแบบตามความต้องการของลูกค้า ตลอดเวลาที่ผ่านมามีความหวังดีส่งออกได้น้อยลงในทางตรงกันข้าม อุตสาหกรรมผ้าลูกไม้ปักนำรายได้เข้าประเทศมากขึ้นเมื่อเทียบกับสิ่งทอประเภทอื่น ๆ เพราะผู้ผลิตไทยมีการพัฒนาคุณภาพ พัฒนาดีไซน์ขึ้นไปเรื่อย ๆ ทำการตลาดได้ดีขึ้น มีการไปออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ผสมกับการที่ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีซึ่งเมื่อก่อนเป็นผู้ผลิตรายใหญ่แต่ ปัจจุบันนี้ต้นทุนต่าง ๆ ของเขาเพิ่มขึ้นจนเริ่มแข่งขันไม่ได้ จึงต้องลดกำลังการผลิตหรือบ้างก็เลิกกิจการไป (โรชนา โฉมยยานน, (บรรณาธิการ), 2544 : 41)

ปี 2546 รัฐบาลตั้งระงับการออก Visa On Arrival ให้คนแอฟริกาที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ซึ่งแอฟริกาเป็นตลาดใหญ่มากสำหรับผ้าลูกไม้และสิ่งทอไทย เมื่อลูกค้ากลุ่มนี้เดินทาง

มาถึงคอนเมืองแต่ไม่ได้รับอนุญาตให้เข้าประเทศ ด้วยเหตุผลทางธุรกิจที่หยุดนิ่งไม่ได้ พวกเขาจึงบินไปซื้อผ้าลูกไม้ปีกจากแหล่งอื่น ๆ เช่น ประเทศจีนซึ่งปัจจุบันมีการสนับสนุนจากรัฐบาลจีนในการส่งออกเป็นอย่างมาก ซึ่งถือว่าไม่เพียงแต่เป็นการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจไปเท่านั้น แต่ยังเป็น การสร้างโอกาสให้กับคู่แข่งด้วย ปัญหาดังกล่าวส่งผลต่อการส่งออกสินค้าที่ลดลงของโรงงานที่ อยู่ในประเทศไทยเป็นอย่างมาก

คุณเทพฤทธิ์ ศักดิ์นฤหัตถ์ นายกสมาคมอุตสาหกรรมผ้าลูกไม้ไทย ได้กล่าวไว้ในนิตยสาร cut & sew (โรซานา โฆนิยานน, (บรรณาธิการ), 2544 : 41) ว่าการสั่งระงับการออก Visa On Arrival นับว่า เป็นการเสียโอกาสทางการค้าให้กับประเทศจีน ซึ่งเริ่มแข่งขันกับประเทศไทยได้มากขึ้นประมาณต้นปี 2547 ซึ่งก่อนหน้านี้ลูกค้ากลุ่มนี้มั่นใจคุณภาพทางด้านการบริการของประเทศไทยว่าดีกว่าคู่แข่ง แต่เมื่อ ลูกค้าเดินทางมาแล้วเข้าประเทศไม่ได้ จุดเด่นตรงนี้ก็กลายเป็น ไม่มีประโยชน์ ผลกระทบที่เกิดขึ้น ไม่ได้ส่งกระทบต่อบริษัทเท่านั้นแต่ยังส่งผลกระทบต่อคนงานทั้ง 2 หมื่นครอบครัวอีกด้วย

ตารางที่ 1.1 สถิติการส่งออกสิ่งทอของไทยปี 2546 และ 2547 (เดือนมกราคม – กันยายน)

มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ

รายการ	2547	2546
	(ม.ค. - ก.ย.)	(ม.ค. - ก.ย.)
สิ่งทอ (รหัส 301000000)	4,734.8	4,023.5
1. เครื่องนุ่งห่ม	2,515.4	2,256.0
1.1 เสื้อผ้าสำเร็จรูป	2,290.6	2,063.4
1.1.1 เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากผ้า	1,031.7	904.3
1.1.2 เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากเส้นใยประดิษฐ์	572.0	535.8
1.1.3 เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากไหม	13.5	10.3
1.1.4 เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากขนสัตว์	74.1	58.4
1.1.5 เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากวัตถุทออื่นๆ	408.9	343.7
1.1.6 เสื้อผ้าเด็กอ่อน	190.5	210.8

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2547, 31 ธันวาคม). สถิติการส่งออกสิ่งทอของไทย.

สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2548.

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ

รายการ	2547	2546
	(ม.ค. - ก.ย.)	(ม.ค. - ก.ย.)
1.2 เครื่องขกทรง รัศทรง และส่วนประกอบ	168.3	140.3
1.3 ถุงเท้าและถุงน่อง	47.8	43.6
1.4 ถุงมือผ้า	8.6	8.8
2. ผ้าผืนและด้าย	1,274.6	1,019.1
2.1 ผ้าผืน	762.8	633.3
2.1.1 ผ้าผืนทำจากฝ้าย	281.5	225.9
2.1.2 ผ้าผืนทำจากเส้นใยประดิษฐ์	418.2	354.8
2.1.3 ผ้าผืนทำจากไหม	10.6	9.3
2.1.4 ผ้าผืนทำจากวัตถุทออื่นๆ	52.6	43.4
2.2 ด้ายและเส้นใยประดิษฐ์	511.8	385.8
2.2.1 ด้ายฝ้าย	102.1	85.5
2.2.2 ด้ายเส้นใยประดิษฐ์	409.7	300.4
3. เคหะสิ่งทอ	164.9	135.8
4. เส้นใยประดิษฐ์	311.8	205.1
5. ผ้าปักและผ้าลูกไม้	72.3	79.2
6. ดาข่ายจับปลา	42.2	39.3
7. ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ	6.7	6.2
8. ผ้าแบบสำหรับตัดเสื้อและผ้าที่จัดทำแล้ว	32.4	25.5
9. สิ่งทออื่นๆ	314.5	257.3

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2547, 31 ธันวาคม). สถิติการส่งออกสิ่งทอของไทย. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2548.

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าสถิติการส่งออกสิ่งทอของไทยปี 2547 ในประเภทผ้าปักและผ้าลูกไม้มีแนวโน้มการส่งออกที่ลดลงโดยในปี 2546 เดือนมกราคม - กันยายน มียอดการส่งออกมูลค่า

79.2 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และในปี 2547 เดือนมกราคม - กันยายน มียอดการส่งออกมูลค่า 72.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งมีการส่งออกที่ลดลงมาถึง 6.9 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งถือว่าส่งผลกระทบต่อธุรกิจกลุ่มนี้ให้ขาดสภาพคล่องได้มากพอสมควร ซึ่งถ้าหากการส่งออกยังมีแนวโน้มที่ไม่ดีเช่นนี้ย่อมส่งผลต่อการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการที่ขาดทุนได้

รวมทั้งกรณีที่ประเทศไนจีเรียมีคำสั่งห้ามนำเข้าสินค้าผ้าลูกไม้จากทุกประเทศ ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2547 ส่งผลให้บางบริษัทต้องลดกำลังการผลิตลงไป 15 % และอาจจะส่งผลให้ลดกำลังการผลิตไปถึง 50 % ได้หากปัญหายังไม่ได้รับการแก้ไขต่อไป (โรชนา โนมิยานน, (บรรณาธิการ), 2544 : 41)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศที่ประสบปัญหา ยังต้องการแก้ปัญหาต่อไป แต่ในขณะนี้ทางหนึ่งที่จะสามารถช่วยแก้ปัญหารายได้ที่ลดลงได้ คือ การพัฒนาตลาดผ้าลูกไม้ปักภายในประเทศ ซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบการผ้าลูกไม้ปักมีรายได้จากการจำหน่ายภายในประเทศมากขึ้นมาทดแทนรายได้จากการส่งออกที่ลดลง เพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้ต่อไปและลดผลกระทบจากปัญหาที่เกิดขึ้น

ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ผ้าลูกไม้ปักในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการใช้สินค้าผ้าลูกไม้ปักภายในประเทศให้มากขึ้น จากที่ผ่านมา มีสัดส่วนการใช้ในประเทศเพียง 20 % ของการผลิตทั้งหมด เป็นการเพิ่มการจำหน่ายอีกทางหนึ่งให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าลูกไม้ปัก โดยใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพิจารณาว่าตลาดสินค้าประเภทผ้าลูกไม้ปักว่า มีแนวโน้มความสนใจและในประเด็นต่าง ๆ มากน้อย โดยใช้ปัจจัยส่วนบุคคลและรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นตัวกำหนดให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน และใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) เป็นตัวกำหนดประเด็นในการศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางตั้งแต่การผลิตสินค้าตลอดจนถึงกระบวนการนำสินค้าสู่ผู้บริโภคได้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค และส่งเสริมอุตสาหกรรมผ้าลูกไม้ปักให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยให้ความสนใจทำการตลาดในประเทศมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสินค้าผ้าลูกไม้ปักจากผู้บริโภคที่มีลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ที่แตกต่างกัน

1.2.2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดผ้าลูกไม้ปักจากลักษณะผู้บริโภคที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แตกต่างกัน

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

การวิจัยมีสมมุติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

1.3.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผ้าลูกไม้ปักของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.2 ปัจจัยทางรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผ้าลูกไม้ปักของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยมีขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคหญิงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาประเด็นหลักของการวิจัยครั้งนี้ คือ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ใน 3 ด้าน ได้แก่ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) ความคิดเห็น (Opinion) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่าสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นผ้าลูกไม้ปักของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการวิจัยเริ่ม ตั้งแต่เดือนกันยายน 2548 – เดือนกันยายน 2549

1.4.4 ขอบเขตด้านสถานที่

การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกทำการศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากเป็นเมืองหลวงซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญของประเทศ เป็นศูนย์รวมแหล่งธุรกิจที่สำคัญ อีกทั้ง

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีความหลากหลายทั้งในลักษณะอาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

1.4.5 ขอบเขตด้านตัวแปร

ศึกษาวิจัยเฉพาะตัวแปรที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1.4.5.1 ตัวแปรอิสระ ในที่นี้ประกอบด้วย

- 1) ตัวแปรที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่
 - สถานภาพ
 - อายุ
 - อาชีพ
 - รายได้ / เดือน
 - การศึกษา
- 2) ตัวแปรที่เกี่ยวกับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่
 - กิจกรรม
 - ความสนใจ
 - ความคิดเห็น

1.4.5.2 ตัวแปรตาม ในที่นี้ประกอบด้วย

- 1) ตัวแปรที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่
 - ผลิตภัณฑ์
 - ราคา
 - การจัดจำหน่าย
 - การส่งเสริมการตลาด

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ คาดว่าจะนำไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1.5.1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผ้าลูกไม้ปักให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

1.5.2 เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในด้าน ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้มียอดขายเพิ่มขึ้น

1.5.3 เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษาของผู้ที่ต้องการหรือสนใจเกี่ยวกับผ้าลูกไม้ปัก

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ผ้าลูกไม้ปัก ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ผ้าที่มีการปักลวดลายต่างๆ ลงบนผ้า โดยสามารถใช้ผ้าที่ปักได้หลายอย่าง ตัวอย่างเช่น ผ้า TC ผ้าชีฟอง โดยใช้เครื่องจักร เทคนิค และวิธีการเฉพาะของการผลิตผ้าลูกไม้ปัก

1.6.2 รูปแบบการดำเนินชีวิต ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ ประกอบด้วย ตัวแปรด้านกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น

1.6.3 ส่วนประสมการตลาด ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ส่วนประกอบของกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย สินค้า ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

1.6.4 ผู้บริโภค ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ประชากรเพศหญิง ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป