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 ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคม ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุล ระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยวอยู่เสมอ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เป็นแหล่งที่มีประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่เจริญรุ่งเรืองมาอย่างยาวนาน มีขนบธรรมเนียมประเพณีที่อ่อนช้อยงดงามและถูกรักษาไว้เป็นอย่างดี 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 เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการหลีกหนีความจอแจของกรุงเทพมหานครมาสัมผัสกับบรรยากาศของการผสมผสานระหว่างศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีอย่างกลมกลืน เชียงใหม่ยังเป็นสถานที่ที่มีบรรยากาศของความเป็นมิตร รื่นรมย์และปลอดภัย วัดวาอารามจำนวนมากยังได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี ขณะที่การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยกำลังขยายตัว เป็นทางเลือกให้ผู้รักกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ล่องแพ ขี่ช้าง เดินป่า และปั่นจักรยาน เป็นต้น (Lonely Planet's top 10 cities for 2010,2553: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 1 ของภาคเหนือ และเป็นอันดับที่ 4 รองจาก กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และชลบุรี โดยมีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ในปีพ.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 เครื่องเขิน เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา ร่มบ่อสร้าง ไม้แกะสลัก และ ผ้าทอชนิดต่างๆ สินค้าหลายประเภทนั้นสวยงามและมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ นอกจากสินค้าประเภทดังกล่าวแล้ว ยังมีสินค้าประเภทอาหารพื้นเมือง เช่น น้ำพริกหนุ่ม ไส้อั่ว แคบหมู ผักและผลไม้เมืองหนาว อาหารแปรรูปต่างๆ เช่น ผักดอง ผลไม้แช่อิ่ม ขนม ผลไม้อบแห้ง ซึ่งชนิดของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ ได้แก่ ท้อดอง และกระเทียมดอง (หทัยรัตน์ ปาลีเรียม, 2545)

แหล่งซื้อหาสินค้าในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีให้เลือกหลายแห่ง เช่น ย่านถนนนิมมานเหมินทร์ ไนท์บาซาร์ ตลาดวโรรส ตลาดต้นพะยอม ถนนคนเดินประตูท่าแพ เป็นต้น (ข้อมูลแหล่งช้อปปิ้ง จังหวัดเชียงใหม่, 2553: ออนไลน์) โดยร้านจำหน่ายของฝากประเภทอาหารและผักผลไม้แปรรูป เช่น ท้อดอง กระเทียมดอง สตรอเบอร์รี่อบแห้ง ลำไยอบแห้ง ลูกท้ออบน้ำผึ้ง สาลี่เชื่อม ลูกบ๊วยหวาน ลูกชิดแห้งส่วนมากกระจายตามตลาดสด เช่น ตลาดวโรรส และตลาดต้นลำไย ซึ่งเป็นตลาดเก่าแก่ ของจังหวัดเชียงใหม่ที่ตั้งควบคู่กันมานานมีระยะห่างกันแค่เพียงถนนกั้น มี ชื่อเสียงทางด้านการผลิตและจำหน่ายอาหารพื้นเมืองต่างๆและของฝากมากมายหลายรายการ เช่น กาละแม ท้อดอง ดอกคำฝอย รวมทั้งผลผลิตจากชาวไทยภูเขา ไนท์บาซาร์ ยังเป็นอีกแหล่งช้อปปิ้งกลางคืนที่ใหญ่ที่สุดของเชียงใหม่และภาคเหนือ ที่สามารถหาซื้อของฝากได้เกือบทุกประเภท ตั้งแต่เสื้อผ้าพื้นเมือง รวมไปถึงผักผลไม้แปรรูป (ไนท์บาซาร์, 2553: ออนไลน์) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถหาซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป ได้จากร้านที่เป็นร้านขายของฝากโดยเฉพาะ ซึ่งแต่เดิมมีเพียงร้านท้อแสงทอง ผลไม้แสงทอง และร้านวนัสนันท์ เท่านั้น ซึ่งธุรกิจประเภทผักผลไม้แปรรูปมีอัตราการเติบโตร้อยละ 17.13 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2550: ออนไลน์) จึงทำให้มีผู้สนใจประกอบธุรกิจร้านขายของฝาก หรือทำธุรกิจเกี่ยวกับผักผลไม้แปรรูป โดยมีสถานที่จำหน่ายของฝากเพิ่มขึ้น เช่น ตลาดสดทั่วไป ร้านค้าทั่วไปตามสถานีขนส่ง ในสนามบิน และยังมีร้านจำหน่ายของฝากโดยเฉพาะเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งร้าน คือ เวียงปันนา ซึ่งตั้งอยู่บนถนนเชียงใหม่-สันกำแพง ร้านนี้เป็นการรวบรวมร้านค้าที่มีชื่อเสียงต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่มาจำหน่ายสินค้าในสถานที่เดียวกันนอกจากนี้มีผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า “เวียงปันนา” ซึ่งเป็นการนำผลิตภัณฑ์โอท็อป อาทิ กะละแม, ผลไม้ดอง, ผลไม้แห้งแปรรูป มาพัฒนาออกแบบ

ดีไซน์บรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม เหมาะกับการเป็นของฝากเพื่อจำหน่าย ให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย (เวียงปันนา, 2553:ออนไลน์) และลักษณะการซื้อของฝากนี้ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะได้รับคำบอกเล่าจากผู้ที่เคยซื้อมาแล้ว ดังนั้นหากร้านขายของฝากร้านใดที่มีบริการดี มีสินค้าให้เลือกครบก็จะได้รับความนิยมเป็นพิเศษ

จะเห็นได้ว่า สินค้าของฝากประเภทผัก ผลไม้แปรรูป ไม่มีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัดส่งผลให้มีการแข่งขันระหว่างร้านค้าค่อนข้างรุนแรง รวมทั้งลักษณะตลาดจะผันแปรตามฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งถ้าสถานการณ์การท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลง ก็จะทำให้ภาวะตลาดผลไม้อบแห้งและแช่อิ่ม ตามร้านขายของฝากตามแหล่งท่องเที่ยวก็หดตัวตามไปด้วย (ผลไม้อบแห้งและแช่อิ่ม, 2553:ออนไลน์)

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อที่จะนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุง รูปแบบผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ ช่องทางการจัดจำหน่าย การบริการ และ การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อรักษาลูกค้ารายเก่า สร้างลูกค้ารายใหม่ สร้างความพึงพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่

2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูปได้อย่างเหมาะสม

1.4 นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลสัญชาติไทย ที่มีที่พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมิใช่ถิ่นที่อยู่ประจำ โดยหมายความรวมถึง นักท่องเที่ยวที่ไปพักค้างคืน และ นักท่องเที่ยวที่มิได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน

ของฝากประเภทผักผลไม้แปรรูป หมายถึง สินค้าที่ได้จากผักและผลไม้ต่าง ๆ นำไปผ่านกระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะ ได้แก่ การหมักดอง เชื่อม แช่อิ่ม อบแห้ง โดยเรียกชื่อผลิตภัณฑ์ตามกรรมวิธีที่ผลิต เป็นของฝากซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมซื้อยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เพื่อนำไปมอบให้แก่บุคคลอื่นที่ไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย และยังเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ