

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยมีศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ ประชากรไทยมากกว่าร้อยละ 95 นับถือศาสนาพุทธและมีความเลื่อมใสในพุทธศาสนาทำให้นึกถึงการทำบุญอยู่เสมอแทบจะเรียกว่าหายใจเข้าออกเป็นบุญแต่ก็มักเข้าใจผิดคิดว่าต้องทำกับพระสงฆ์เท่านั้นจึงจะได้บุญ เช่น การถวายข้าวของแก่พระสงฆ์ แต่การให้ข้าวของแก่คนยากจนถือว่าเป็นการทำทาน (พระชาย วรรณโม และคณะ, 2544: 10)

สังฆภัณฑ์ คือ สิ่งของ เครื่องใช้ต่าง ๆ สำหรับชีวิตสมณะสงฆ์ หรือใช้ในการประกอบกิจกรรมทางศาสนาพุทธ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้ศึกษาเรื่อง ความนิยมซื้อสินค้าสังฆภัณฑ์เพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนาพบว่า แนวโน้มจะมีอยู่อย่างต่อเนื่องเพราะคนไทยมีความเชื่อในเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์และการทำบุญ ตลอดจนมีวันสำคัญทางพุทธศาสนาอยู่ตลอดปีทำให้ผู้ผลิตทั้งรายเล็กรายใหญ่ต่างพยายามแข่งขันกันผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยสะท้อนให้เห็นในรูปของสินค้าสังฆภัณฑ์หลายชนิด เช่น รูป ซึ่งปัจจุบันมีการออกแบบให้มีความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ซื้อหาไปกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพนับถือ (ตลาดสังฆภัณฑ์เปลี่ยนช่องทางจัดจำหน่าย, 2545: 1)

เดิมช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งเคยเป็นช่องทางหลัก คือ ร้านค้าปลีกจำหน่ายสังฆภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ในบริเวณท่าเลใกล้วัดหรือตลาด แต่ในปัจจุบันความต้องการของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยนิยมเลือกซื้อสินค้าสังฆภัณฑ์ไปถวายพระสงฆ์จากกลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ดิสคานต์ สโตร์ และห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มากกว่าเพราะความสะดวกและราคาที่ถูกลง ส่งผลให้ต่อยอดขายของธุรกิจร้านค้าปลีกจำหน่ายสินค้าสังฆภัณฑ์ดั้งเดิมลดลง บริษัท สยามจัสโก้ จำกัด พบว่า สินค้าสังฆภัณฑ์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาเติบโตขึ้น 10-15% ทุกปี ในปี 2545 สินค้าสังฆภัณฑ์ของจัสโก้ซูเปอร์มาร์เก็ตมียอดขาย 1 ล้านบาทและในปี 2546 คาดว่าจะมียอดขายถึง 2 ล้านบาท (ตลาดสังฆภัณฑ์เปลี่ยนช่องทางจัดจำหน่าย, 2545: 16) ในขณะที่ร้านค้าปลีกจำหน่ายสังฆภัณฑ์ เช่น ร้านเจริญชัยการช่าง ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายสังฆภัณฑ์ที่เปิดมากกว่า 50 ปี ตั้งอยู่ในย่านเสาชิงช้าที่ถือได้ว่าเป็นศูนย์รวมร้านสังฆภัณฑ์ที่มากที่สุด กล่าวว่ายอดขายของสินค้าสังฆภัณฑ์ในช่วงเข้าพรรษาในปี 2545 นี้ตกลงถึง 20-30% จากปี 2544 (สมฤกษ์ จิวรุ่งเรือง, 2545: สัมภาษณ์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดใหญ่และเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจการค้าของภาคเหนือตอนบนที่มีศักยภาพทางด้านการค้า การลงทุน การศึกษา การท่องเที่ยวและตลอดจนมีวัดเป็นจำนวนมากมาย เฉพาะเขตอำเภอเมืองมีวัดตั้งอยู่ถึง 110 แห่ง (รายชื่อวัดในจังหวัดเชียงใหม่, 2537: 1-4) และมีประชากรมากที่สุดของจังหวัด ซึ่งมีประชากรจำนวน 256,405 คน รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี 56,287 บาท และมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือน 8,600 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค 82.5%ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด เท่ากับ 7,095 บาทต่อเดือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สำนักงานสถิติเชียงใหม่, 2546: 6) ทำให้กลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศหลายกลุ่มสนใจเข้ามาลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ คาร์ฟูร์ ไฮเปอร์มาร์ท, เทสโก้ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ส่งผลต่อยอดขายที่ลดลงของธุรกิจค้าปลีกรายย่อยต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมที่ก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบ (นนทิชา เสียงหาญ, 2546: สัมภาษณ์) ดังนั้นเพื่อให้ร้านค้าปลีกสินค้าดั้งเดิมสามารถยืนหยัดอยู่รอดในสภาวะการแข่งขันที่สูงเช่นนี้

ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสิ่งมีชีวิตของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการค้าปลีกสินค้าดั้งเดิมนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไปเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการดำเนินอยู่ของกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสิ่งมีชีวิตของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสิ่งมีชีวิตของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งมีชีวิต รวมถึงผู้สนใจที่จะดำเนินธุรกิจนี้ได้ใช้พัฒนาและปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

นิยามศัพท์

สังฆภัณฑ์ หมายถึง สิ่งของ เครื่องใช้ต่าง ๆ สำหรับชีวิตสมณะสงฆ์ หรือใช้ในการประกอบกิจกรรมทางศาสนาพุทธ เช่น ผ้าไตรจีวร เทียนพรรษา รูปและถั่งสังฆทาน เป็นต้น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสังฆภัณฑ์

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลอายุ 15 ปีขึ้นไปที่เคยซื้อสังฆภัณฑ์และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสังฆภัณฑ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved