

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมไหมเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก นับตั้งแต่พระบาทสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงสนพระทัยในกิจการทอผ้าพื้นเมือง และทรงให้การสนับสนุนส่งเสริมให้มีการทอผ้าพื้นเมือง และผลิตภัณฑ์ไหมก็เป็นสินค้าใหม่ที่มีโอกาสทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกิดจากอุตสาหกรรมไหม โดยมีมูลค่าการส่งออกไปยังต่างประเทศในปี พ.ศ.2553 กว่า 683 ล้านบาท ตลาดหลักคือสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในโลก (คลินิกภาษี, 2560) รัฐบาลโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไหม ศักยภาพของผ้าไหมไทยตลอดจนโอกาสในการสร้างองค์ความรู้รูปแบบใหม่ที่ทันสมัยและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะประโยชน์เพื่อต่อยอดด้านพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าไหมให้เติบโตและมีศักยภาพในเชิงพาณิชย์

หนึ่งในแนวทางในการดำเนินงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมก็คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผ้าไหมไทยด้วยอัตลักษณ์ที่โดดเด่นผ่านการวิจัยอัตลักษณ์ผ้าไหมไทย สร้างความเข้าใจ การรับรู้ และการยอมรับในคุณสมบัติของผ้าไหมไทยแก่นักออกแบบชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อสร้างแนวทางในการประชาสัมพันธ์ จุดขายทางการตลาดสู่เป้าหมายการสร้างค่านิยมในผ้าไหมไทยแก่กลุ่มผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างประเทศ (ผู้จัดการออนไลน์, 2560) จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน เพื่อเปรียบเทียบกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือจริง เพื่อจะได้แนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคเพื่อสร้างแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าตามแนวทางที่ รัฐบาลโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมได้วางเอาไว้

การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นเป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลขั้นพื้นฐาน (Ellis & Johnson, 2009) ซึ่งขั้นตอนแรกของการออกแบบสิ่งต่างๆ (Jordan, 1997) วิธีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของนักวิชาการในอดีตที่ผ่านมามีดังนี้ มีวิธีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นมีมากมาย วิธีที่ใช้บ่อยที่สุดคือ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ เป็นต้น (Hutchinson & Waters, 1996) อย่างไรก็ตามแบบสอบถามก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ได้รับการนิยมนในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นเหมือนกันเพราะประหยัด (Yalden, 1995) แบบสอบถามก็มีข้อดี เช่น สามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ได้ ไม่มีการระบุชื่อผู้ใช้ข้อมูลซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถให้ข้อมูลได้โดยไม่ต้องกลัวอะไร และมีการแจกแบบสอบถามในเวลาที่เหมาะสมจึงทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องไม่บิดเบือน โดยปกติแล้วแบบสอบถามมี 2 ประเภทคือคือ คำปลายปิด (Close-ended question) และ คำถามปลายเปิด (Open-ended question) คำถามปลายปิดนั้นเกี่ยวกับข้อมูลเชิงปริมาณที่สามารถนำไปวิเคราะห์ได้ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป (Computer statistics

package) ส่วนแบบสอบถามปลายเปิดนั้นเกี่ยวกับข้อมูลเชิงลึกที่มีประโยชน์แต่ก็วิเคราะห์ยาก (Jordan, 1997)

ในส่วนของจังหวัดบุรีรัมย์ได้มีการศึกษาวิจัยความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ พฤติกรรมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ การยอมรับผ้าไหมทอมือ การออกแบบลวดลายผ้าไหมทอมือ (สมบัติ ประจัญสานต์, 2556) การยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ (สมบัติ ประจัญสานต์, 2557). หากแต่ยังขาดการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ และความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในหลากหลายด้าน อาทิ ได้ทราบเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน ได้ทราบความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ได้แนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ ผู้ประกอบการผ้าไหม ผู้ที่สนใจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการถักทองานวิจัยท้องถิ่นให้ก้าวสู่สากลโดยการผลิตสื่อที่สามารถเข้าถึงลูกค้าในระดับสากลได้ ผู้ที่สนใจและนักวิจัยตลอดจนนักวิชาการสามารถนำผลของการวิจัยไปประยุกต์ใช้หรือต่อยอดในงานวิจัยที่มีลักษณะคล้ายกันนี้ได้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายในการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีบรรจุภัณฑ์และเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนทั้งเนื้อหาในสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น สื่อดิจิทัลได้ในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน
- 2.2 เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ
- 2.3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ในการศึกษาความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ กลุ่มตัวอย่างคือ ชาวไทยจำนวน 400 คน และชาวต่างชาติจำนวน 400 คน โดยเลือกจากการสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะผู้ที่สนใจชม

นิทรรศการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่จัดขึ้นที่ท่าอากาศยานจังหวัดบุรีรัมย์ และงานแสดงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือต่างๆ ที่จัดขึ้นในจังหวัดบุรีรัมย์

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบันเป็นการศึกษาจากสื่อโฆษณาในนิตยสาร เวป เฟซบุ๊ก บรรจุกฎบัตร แผ่นพับ ป้ายโฆษณา เช่น จิมทอมส์สัน จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยเลือกจากการสุ่มแบบเจาะจง

3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2562

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

4.1 ความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหา หมายถึง ความต้องการเกี่ยวกับเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อโฆษณาในนิตยสาร เวป เฟซบุ๊ก บรรจุกฎบัตร แผ่นพับ และ ป้ายโฆษณา เป็นต้น ของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

4.2 ลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ หมายถึง ลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ และเข้ามานิทรรศการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่จัดขึ้นที่ท่าอากาศยานจังหวัดบุรีรัมย์ และงานแสดงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือต่างๆ ที่จัดขึ้นในจังหวัดบุรีรัมย์

4.3 ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมที่ใช้กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมคือทอด้วยแรงงานคนโดยไม่ใช้เครื่องจักร

4.4 เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ หมายถึง เนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่ปรากฏในสื่อโฆษณาในนิตยสาร เวป เฟซบุ๊ก บรรจุกฎบัตร แผ่นพับ และ ป้ายโฆษณา เป็นต้น

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ได้ทราบเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน

5.2 ได้ทราบความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

5.3 ได้แนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ

5.4 ผู้ประกอบการผ้าไหม ผู้ที่สนใจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้

5.5 ผู้ที่สนใจและนักวิจัยตลอดจนนักวิชาการสามารถนำผลของการวิจัยไปประยุกต์ใช้หรือต่อยอดในงานวิจัยที่มีลักษณะคล้ายกันนี้ได้

5.6 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายในการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีบรรจุกฎบัตรและเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนทั้งเนื้อหาในสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น สื่อดิจิทัลได้