บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของประเทศไทย สะท้อนถึงความประณีตและแสดงถึงภูมิปัญญาของชาวบ้านที่สร้างสรรค์ผลงานออกมา ในปัจจุบันสินค้าหัตถกรรมมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ สร้างรายได้สร้างงานให้กับคนในชุมชน และประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นทางด้านงานหัตถกรรมและเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ ซึ่งรายได้จากสินค้าหัตถกรรมในแต่ละปีถือได้ว่าสร้างมูลค่าได้ไม่น้อย ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร มูลค่าการส่งออกสินค้าที่ผลิตจากไม้ในช่วงปี 2551 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 104,733.68 ล้านบาท ปี 2552 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 102,188.28ล้านบาท และปี 2553 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 123,497.96 ล้านบาท

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงและรู้จักกันดีในนามของเมืองเก่า เมืองที่เต็มไปด้วยศิลปะวัฒนธรรม งานฝีมือ งานหัตถกรรม แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหมู่บ้านหัตถกรรมสินค้าไม้แกะสลักที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการคัดเลือกหมู่บ้านถวายเป็นหมู่บ้าน โอทอป (OTOP) ต้นแบบ และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ เข้ามาเยี่ยมชมและเลือกซื้อสินค้า สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้จำนวนไม่น้อยต่อทั้งชุมชน จังหวัด หรือแม้แต่ประเทศ โดยลักษณะสินค้าของบ้านถวาย ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง สอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นสามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างทรัพยากรมนุษย์ผลิตภัณฑ์ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมการรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จุดเด่น และจุดขายสินค้า และส่งผลกับสินค้าธุรกิจที่ถ่ายทอดความเป็นอัตลักษณ์ การตลาดรูปแบบนี้จะยังคงก้าวกระโดดต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไม้ที่ได้รับความนิยม จากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้าน การแต่งเส้นเดินลาย และของที่ระลึก ปัจจุบันหมู่บ้านถวายมีหัตถกรรม 2 แห่ง คือ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายและศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลอง มีจำนวนร้านค้าทั้งหมด 430 กิจการ เป็นกลุ่มผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์ไม้ในเชียงใหม่ 29 ราย สร้างรายได้ให้กับชุมชนปีละหลายร้อยล้านบาท แสดงให้เห็นถึงโอกาสและศักยภาพในการขยายตัวของสินค้าและผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ผลิตจากไม้ และข้อมูลจากศูนย์บริการข้อมูลการค้าการลงทุนจังหวัดเชียงใหม่(Trade and Investment Service Center: TISC) สินค้าหัตถกรรมประเภทไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 600-1,000 ล้านบาทของมูลค่าทั้งหมดในประเทศ และแนวโน้มการบริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทไม้ มีแนวโน้มที่ดีขึ้น ประมาณ 5-10% เพราะตลาดที่สำคัญอย่างประเทศจีนเป็นตลาดที่โตมากขึ้นเรื่อยๆ ในปี 2015 จะมีการเปิดสหพันธ์อาเซียน ซึ่งจะทำให้สามารถเชื่อต่อระหว่างประเทศได้โดยปราศจากข้อจำกัดทางการค้า ซึ่งเป็นผลดีต่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ประเภทไม้ยิ่งขึ้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานหัตถกรรมเชียงใหม่ คือ เป็นงานฝีมือ ต้องใช้ช่างผู้มีความชำนาญโดยเฉพาะในด้านการแกะสลักลาย ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่ง "หมู่บ้านถวาย" หมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ต้นแบบของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงด้านงานศิลปหัตถกรรมไม้แกะสลัก กลุ่มลูกค้าของหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้เชียงใหม่มีทั้งตลาดในประเทศผู้ที่มาซื้อไปใช้เพื่อตกแต่งบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มลูกค้าให้ความสนใจคือ เฟอร์นิเจอร์ ของใช้บนโต๊ะอาหาร ของตกแต่งบ้าน โคมไฟ ไม้แกะสลัก ของชำร่วยและของใช้ที่ทาจากไม้ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มลูกค้าจากต่างจังหวัด โดยรูปแบบของการค้าส่ง เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับโรงแรมหรือนักท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นๆ เช่น เชียงราย แม่ฮ่องสอน อำเภอปาย ลำปาง ขอนแก่น โคราช อุดร และจังหวัดทางภาคใต้ โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต ผลิตภัณฑ์ที่ทาจากไม้ประมาณ 80% มาจากแหล่งผลิตจากเชียงใหม่ประมาณ 80% สำหรับตลาดต่างประเทศหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้เชียงใหม่ ร้อยละ 20-40 ของตลาดหัตถกรรมไม้เชียงใหม่ เป็นกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ (Exporters or Traders) และกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งในลักษณะกรุ๊ปทัวร์หรือมาด้วยตนเอง (http://www.tisccm.moc.go.th:8008/tisc/input/ file_upload/ไม้%20บทวิเคราะห์.pdf) กลุ่มลูกค้าตลาดต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มพ่อค้าคนกลาง ซึ่งจะทำาการเข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตด้วยตนเอง กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่นิยม คือ ประเภทของฝากของที่ระลึก และเนื่องจากหมู่บ้านถวายนอกจากจะเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า ยังถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกแหล่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก โดยจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และในปีพ.ศ. 2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยวนับตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกันยายนจำนวน 1,999,951 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนการท่องเที่ยวของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้สร้างรายได้ให้กับจังหวัดเชียงใหม่ได้ไม่น้อยตาม ตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ปีพ.ศ. 2548 - 2552

การจำแนกรายการ/ปีพุทธศักราช	2548	2549	2550	2551	2552
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	3,997,776	5,590,326	5,356,867	5,313,152	4,343,090
นักท่องเที่ยวในประเทศ	2,160,142	3,539,772	3,601,727	3,965,169	3,206,686
นักท่องเที่ยวต่างประเทศ	1,837,634	2,050,554	1,755,140	1,348,183	1,136,404
รายได้การท่องเที่ยว (หมื่นล้านบาท)	31,120.43	39,785.06	38,894.25	38,135.07	31,171
อัตราการเข้าพักโรงแรม	46.83 %	47.88 %	42.02 %	39.13 %	38.92%
จำนวนห้องพักโรงแรม	16,673	18,820	20,816	22,493	22,493
รายได้ธุรกิจโรงแรม (ล้านบาท)	11,038	12,291	13,324	14,014	14,582
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด(ล้านบาท)	101,034	112,221	120,971	128,975	132,098

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

หมายเหตุ: ข้อมูลปี 2553ในไตรมาส 4 ยังไม่มีข้อมูล

ในปี 2553 ตั้งแต่มกราคมถึงกันยายนมีนักท่องเที่ยว 1,999,951 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,194,111 คนและเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 805,840 คน โดยแสดงข้อมูลเป็นรายไตรมาส นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีตัวเลขที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติในไตรมาสที่ 3 มีอัตราที่สูงขึ้นโดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 337,685 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพิ่มขึ้นเท่ากับ 389,373 คน (ตารางที่ 1.2)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 1.2 แสดงสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ปีพ.ศ. 2553 (มค.-กย.)

เชื้อชาติ	2553		
	ไตรมาสที่ 1 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาสที่ 2 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาสที่ 3 (ก.ค.-ก.ย.)
นักท่องเที่ยวชาวไทย	290,026	283,200	620,885
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	368,094	193,029	244,717
รวม	658,120	476,229	865,602

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว

ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเยี่ยมเยือนและเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในกลุ่มสินค้าหัตถกรรมของบ้านถวายเนื่องจากสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายมีศักยภาพในการแข่งขันสูง และมีโอกาสในการเติบโตของตลาดได้อีกมาก ด้วยผลงานที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ประณีตงดงาม อีกทั้งคุณภาพของสินค้ายังเป็นที่ยอดรับของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งนอกจากการมาเยี่ยมชม และการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำไปเป็นของใช้ของที่ระลึกแล้วนั้น ยังมีการสั่งสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายไปยังประเทศต่างๆ ซึ่งหากสินค้ามีรูปแบบและคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ โอกาสในการขยายตลาดของสินค้าในตลาดโลก โอกาสในการเติบโตและขยายตัวในการแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้น สร้างงาน สร้างรายได้ สร้างเศรษฐกิจที่ดีขึ้น รวมไปถึงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมของบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างชาติและปัจจัยที่มีอิทธิผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หัตถกรรมของบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนความพึงพอของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในปรับปรุงสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวบริเวณบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ได้ดียิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในช่วงเดือนสิงหาคม 2554 จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นชาวไทย 300 ตัวอย่าง และชาวต่างชาติ 100 ตัวอย่าง

1.5 นิยามศัพท์

พฤติกรรม หมายถึง ลักษณะการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากจำนวนค่าใช้จ่าย วัตถุประสงค์ และประเภทสินค้าที่ซื้อ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าบริเวณหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

สินค้าหัตถกรรม หมายถึง สินค้าหัตถกรรมไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ไม้ สินค้าประดับตกแต่งและเครื่องเรือนและงานกลึงที่ผลิตจากไม้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved