

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้กลายเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่รัฐบาลนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ เห็นได้จากมีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ไว้ตั้งแต่ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) จนถึงปัจจุบันแผนพัฒนาการท่องเที่ยวก็ยังคงอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถนำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับ 1 ติดต่อกันมาหลายปีนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รัฐบาลชุดปัจจุบันได้ใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักเพื่อฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำของประเทศ เนื่องด้วยประเทศไทยมีศักยภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูง ไม่ว่าจะเป็นด้านแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ ด้านอาหารที่มีให้เลือกหลายรูปแบบ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกัน การคมนาคมที่สะดวกสบาย เป็นต้น (ปราณี อนันต์บุญเอื้อ, 2545) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เติบโตจะนำไปสู่การขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจและด้านการพัฒนาประเทศ โดยส่งผลโดยตรงต่อการลงทุน การสร้างงานและการกระจายรายได้ต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจที่พักอาศัย ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก ธุรกิจเพื่อการบันเทิง เป็นต้น

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ถือได้ว่าเป็นแหล่งศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ และด้านการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่สุดในภาคเหนือ ในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพราะเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันยาวนาน ผู้คนมีอัธยาศัยไมตรีดี การคมนาคมสะดวก มีที่พักอาศัยและอาหารให้เลือกหลายรูปแบบ ตลอดจนมีผลิตภัณฑ์ที่ระลึกให้เลือกจับจ่ายใช้สอยอย่างหลากหลายโดยผลิตจากช่างฝีมือที่มีคุณภาพ จากสถิติ ปี พ.ศ. 2545 มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3,460,886 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,852,168 คน และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 1,608,718 คน สร้างรายได้ 37,514.12 ล้านบาท เป็นค่าใช้จ่ายในหมวดผลิตภัณฑ์ที่ระลึก 11,374.28 ล้านบาท (ร้อยละ 30.32) เพิ่มขึ้นจากปี 2544 เท่ากับ ร้อยละ 3.95 และเป็นรายได้อันดับหนึ่งที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546) โดยหนึ่งในผลิตภัณฑ์หมวดนี้ ก็คือผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่นักท่องเที่ยวซื้อกลับไป

จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแหล่ง ในที่บารุเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัด นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจและนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สำคัญของจังหวัดที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ที่ประกอบธุรกิจในย่านนี้ได้อย่างมาก ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ณ ในที่บารุประกอบด้วยหมวดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม 7 หมวดได้แก่ (วสันต์ เดชะกัน, 2546)

1. หมวดผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักเช่น พระพุทธรูป สัตว์ป่าหิมพานต์ ตุ๊กตารูปคน-สัตว์ เป็นต้น
2. หมวดผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน เช่น โองไม้ไผ่ ก่องข้าว กระจุง กระจาด หมวก เป็นต้น
3. หมวดผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เช่น โอง คุ่ม แจกัน หม้อน้ำ กระจาง เป็นต้น
4. หมวดผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ เช่น โต๊ะรับแขก เก้าอี้สนาม โต๊ะวางโทรศัพท์ เก้าอี้นั่งเดี่ยว เตียง ตู้ เป็นต้น
5. หมวดผลิตภัณฑ์ผ้า เช่น เสื้อ กางเกง ผ้าปูโต๊ะ ผ้า màn ปลอกหมอน ผ้าปูที่นอน ผ้าซิ่น ผ้าพันคอ เป็นต้น
6. หมวดผลิตภัณฑ์ไม้กลึง เช่น แจกัน หม้อ ผอบ ตลับ ขัน โตก เป็นต้น
7. หมวดผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น เครื่องเงิน เครื่องเงิน งานกระดาษสา งานหินทราย เป็นต้น

จากข้อมูลกองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546) พบว่า ในที่บารุเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับที่ 2 ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ในที่บารุ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มา เสนอเป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ในการวางแผนการดำเนินการด้านการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิผล

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ในที่บารุ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ในที่บารุ จังหวัดเชียงใหม่

### 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ในท่าบazaar จังหวัดเชียงใหม่
2. ทราบถึงการปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ในท่าบazaar จังหวัดเชียงใหม่
3. เป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ ในท่าบazaar จังหวัดเชียงใหม่ ในการวางแผนการดำเนินการด้านการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

### 1.4 นิยามศัพท์

**พฤติกรรมการซื้อขาย** หมายถึง การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตรา การเลือกผู้ขาย เวลาในการซื้อ และปริมาณการซื้อ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในย่านในท่าบazaar จังหวัดเชียงใหม่

**ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม** หมายถึง งานฝีมือประเภทไม้แกะสลัก เครื่องจักรสาน เครื่องปั้นดินเผา เฟอร์นิเจอร์ ผ้า ไม้กลึง เครื่องเงิน และเครื่องเงิน

**นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่บุคคลสัญชาติไทย ซึ่งมีภูมิลำเนาในต่างประเทศ ซึ่งได้เดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ ในท่าบazaar จังหวัดเชียงใหม่

**ในท่าบazaar** หมายถึง บริเวณย่านการค้าบนถนนช้างคลาน จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่สี่แยกถนนท่าแพตัดกับถนนช้างคลานไปจนถึงสี่แยกถนนช้างคลานตัดกับถนนศรีดอนไชย ทำการเปิดขายผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศทุกวัน ในช่วงเวลา 15.00 – 24.00 น.