

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ด้วยจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับ 1 ของภาคเหนือ เป็นเมืองที่มีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากให้มาเยี่ยมชม โดยจากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชียงใหม่ในปี 2546 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2,371,704 คน ในปี 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 2,941,313 คน ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพิ่มขึ้นจากปี 2546 ถึง 24.02 % (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: ระบบออนไลน์) จากข้อมูลดังกล่าวที่มียุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวสนใจมาเที่ยวเชียงใหม่เนื่องจาก เชียงใหม่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม น่าอยู่ มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ค่าครองชีพไม่สูงมาก และอากาศดี อีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่งที่แตกต่างจากภาคอื่น รวมถึงมีแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์พื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์ มีคุณภาพ มีแหล่งจัดจำหน่ายที่รวบรวมผลิตภัณฑ์พื้นเมืองไว้เพื่อสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อ เช่น ในที่บาร์ซา ที่มีชื่อเสียงมายาวนาน และแหล่งรวมผลิตภัณฑ์พื้นเมืองในศูนย์การค้าต่าง ๆ นอกจากนี้มีการจัดกิจกรรมทั้งภาครัฐและเอกชนในด้านส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์พื้นเมืองตลอดทั้งปี ทำให้เพิ่มเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวสร้างเอกลักษณ์ให้กับเชียงใหม่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเป็นจำนวนมาก (นงลักษณ์ อิศระญาณพงศ์:2547)

โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม ปี พ.ศ. 2547 ซึ่งบริหารงานโดย บริษัท เซ็นทรัล กรุ๊ป ได้สังเกตเห็นถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในหลาย ๆ ด้าน โดยทางบริษัท เซ็นทรัล กรุ๊ป ได้ตัดสินใจลงทุน ด้านเป็นแหล่งรวมสินค้าหัตถกรรมฝีมือเยี่ยมที่คัดสรรคุณภาพและดีไซน์ และนำเสนอในสไตล์ล้านนา โดยรวบรวมผลิตภัณฑ์จากแหล่งต่าง ๆ ทั่วจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดใกล้เคียงให้มาอยู่ร่วมกัน ประกอบด้วย ของที่ระลึก ของฝาก สินค้าตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสไตล์ล้านนา รวมทั้งมีอาหารพื้นเมือง มีลานกิจกรรมและจัดกิจกรรมเพื่อความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการ เจเจ มาร์เก็ต วันที่ 31 มีนาคม 2549)

โดยชื่อ เจ เจ นั้นมีที่มาจากอักษรย่อว่า “จริงใจ” ซึ่งหมายถึง ความจริงใจ ตั้งอยู่เลขที่ 45 ถนนอภัยภูธร ตำบลป่าตัน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 3 โซน กล่าวคือ

“เจ เจ ฮอบบี้ มาร์เก็ต” (JJ Hobby Market) เป็นตลาดกลางแจ้ง มีการจัดเป็นสวนร่วมไม้ มีหลังคาครอบคลุมเพื่อลดความร้อนแรงจากแสงแดด มีการออกแบบระบบ “เดินสบาย” ไว้ให้อย่างสมบูรณ์ มีสินค้าที่เกิดจากความถนัดทางศิลปะของคนเมือง(เหนือ) นอกจากนี้ยังมีเวที และลานชมการแสดงใหญ่อยู่ภายใน เพื่อให้เหล่าร้านค้าหรือลูกหลานชาวล้านนา ได้แสดงความสามารถ รวมถึงสามารถจัดการประกวดประชันฝีมือกันได้อย่างเต็มที่ ประกอบด้วย หอเชียงเลอเหนือ สำหรับจัดกิจกรรม เช่น งานศิลป์ งานแสดงละคร นิทรรศการต่าง ๆ ศาลาหลวง สำหรับจัดงานเลี้ยงต้อนรับในงานต่าง ๆ เช่น ทำภาคเช้าของผักเกษตรอินทรีย์ ทุกวัน พุทธและเสาร์ ศาลาจัดรมุข สำหรับไว้ให้เหล่า (ช่าง) เข้ามาจัดสอนศิลปะแขนงต่าง ๆ ลานก้ามปู จัดไว้สำหรับกิจกรรมกลางแจ้ง และภาคคนเมืองต่าง ๆ สุดท้ายคือ ช่วงจริงใจ สำหรับจัดกิจกรรมบนเวที การแสดงต่าง ๆ (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร โครงการ เจเจ มาร์เก็ต วันที่ 31 มีนาคม 2549)

“เจ เจ ดีไซน์เนอร์ มาร์เก็ต” (JJ Designer Market) เป็นส่วนที่เป็นที่ตั้งของร้านดีไซน์เนอร์ ที่จะมีความเป็นเอกลักษณ์เป็นตัวของตัวเอง เช่น ของตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้าจากเส้นใยธรรมชาติ เครื่องประดับล้านนาประยุกต์ เป็นต้น (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร โครงการ เจเจ มาร์เก็ต วันที่ 31 มีนาคม 2549)

“เจ เจ กู๊ดเทสต์ มาร์เก็ต” (JJ Good Taste Market) ซึ่งเปิดโครงการในปลายเดือน มีนาคม 2549 มีร้านค้า 200 กว่าร้าน ประกอบด้วยร้านคุณภาพมากมาย เช่น ร้านของพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ชื่อร้าน “เชียงใหม่แบรนด์” เป็นสินค้าหัตถกรรมและอาหารสำเร็จรูปที่คัดสรรอย่างพิถีพิถันโดยคณะกรรมการอันทรงคุณวุฒิจากหลายสายอาชีพ เพื่อให้เป็นตรารับรองคุณภาพสูงสุดระดับประเทศจากจังหวัดอย่างแท้จริง และที่สำคัญโครงการ เจ เจ กู๊ดเทสต์ มาร์เก็ต เป็นโครงการที่มีโครงการในส่วนพระมหากษัตริย์ รวมอยู่ด้วยกันถึง 2 โครงการ นั่นคือ

1. “ร้านบ้านธรรมชาติ” โครงการส่วนพระองค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวซึ่งเป็นต้นแบบสินค้าจากเกษตรกรรมแปรรูป ปลอดภัย และพอเพียง

2. “โครงการพัฒนาคอตุง” ในสมเด็จพระบรมราชชนนี ฯ ซึ่งเป็นที่รู้จักและนิยมอย่างกว้างขวางฝีมือหัตถกรรมและการออกแบบระดับส่งออก รวมถึงกาแฟรสชาติดี คุณภาพสูงนั้นคือ “ร้านคอตุงคอฟฟี่” (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการ เจเจ มาร์เก็ต วันที่ 31 มีนาคม 2549)

จะเห็นได้ว่าโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ได้เตรียมนำเสนอสินค้าและร้านค้าที่มีคุณภาพมาให้กับชาวเชียงใหม่ และโดยเฉพาะมีแนวคิดในการนำเสนอที่มีความแตกต่างจากโครงการอื่น ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นโครงการที่เพิ่งก่อตั้งในปี 2547 ดังนั้น ผู้บริหารโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จึงมีความสนใจเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาทัศนคติของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ต่อโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ด้านความรู้ ความเข้าใจ ปัจจัยและแนวโน้มพฤติกรรมที่มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งความคิดเห็นข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อที่ผู้บริหารโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จะได้นำมาปรับปรุงและพัฒนา รวมถึงวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการเจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบทัศนคติและปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารโครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่ ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้า บริการ ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ และปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการ รวมถึงแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ และรู้จักและมาใช้บริการที่โครงการ เจ เจ มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่

เจ เจ มาร์เก็ต หมายถึง โครงการ ที่รวบรวมสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและบริการจากจังหวัดทางภาคเหนือมารวมกัน เช่น ของที่ระลึก เฟอ์นิจเจอร์ ของฝาก ร้านอาหาร เป็นต้น โดยเป็นโครงการให้เช่าพื้นที่แก่ผู้ประกอบการ บริหารงานโดย บริษัท เซ็นทรัล กรุ๊ป จำกัด สถานที่ตั้งเลขที่ 45 ถนนอัยยภวธร ตำบลป่าตัน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่