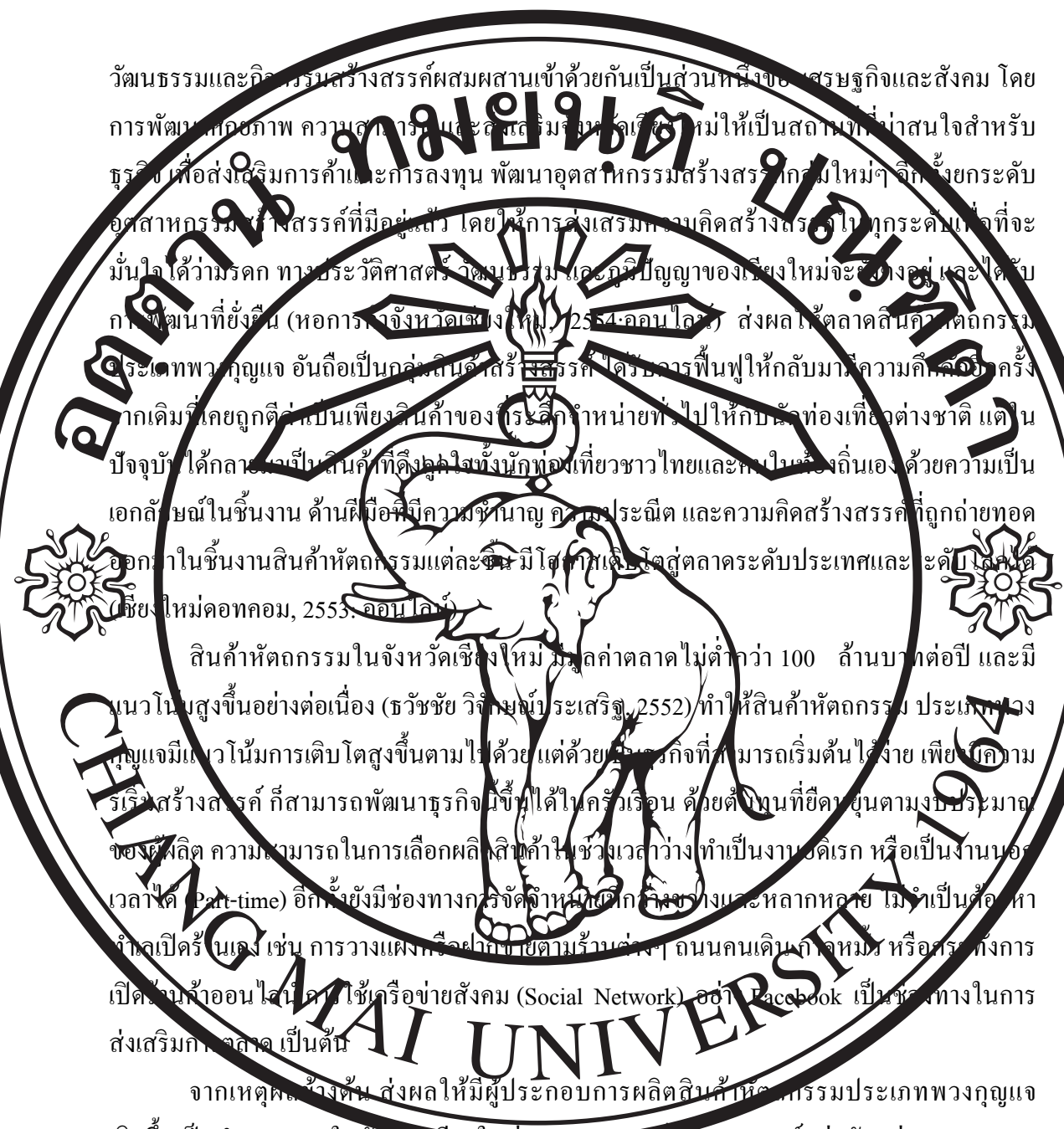


วัฒนธรรมและกิจกรรมสร้างสรรค์ผสมผสานเข้าด้วยกันเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจและสังคม โดยการพัฒนาคุณภาพ ความสามารถ และศักยภาพของบุคลากรใหม่ให้เป็นสถานที่ที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุน พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มใหม่ๆ อีกทั้งยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีอยู่แล้ว โดยให้การส่งเสริมทวงเบ็ดเสร็จสร้างธุรกิจไปทุกระดับเพื่อที่จะมั่นใจได้ว่ามรดกทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของเมืองใหม่จะยังคงอยู่ และได้รับการพัฒนาที่ยั่งยืน (หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่, 2554:ออนไลน์) ส่งผลให้ตลาดสินค้าหัตถกรรมประเภทพวงกุญแจ อันถือเป็นกลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ที่เคยถูกตีค่าเป็นเพียงสินค้าของประดิษฐ์หายากที่ไปให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ในปัจจุบันได้กลายเป็นสินค้าที่ดึงดูดใจทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและคนไทยในท้องถิ่นเอง ด้วยความเป็นเอกลักษณ์ในชิ้นงาน ด้านฝีมือที่มีความชำนาญ ความประณีต และความคิดสร้างสรรค์ที่ถูกถ่ายทอดออกมาในชิ้นงานสินค้าหัตถกรรมแต่ละชิ้น มีสไตล์เดิมโตสู่ตลาดระดับประเทศและระดับโลก (เชียงใหม่ดอทคอม, 2553:ออนไลน์)

สินค้าหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ มีมูลค่าตลาดไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (วิรัชชัย วิจิตรพงษ์ประเสริฐ, 2552) ทำให้สินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจมีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นตามไปด้วย แต่ด้วยผู้ประกอบการที่เริ่มสามารถเริ่มต้นได้ง่าย เพียงมีความรู้เรื่องสร้างสรรค์ ก็สามารถพัฒนาธุรกิจมีขึ้นได้ในครัวเรือน ด้วยต้นทุนที่ยืดหยุ่นตามงบประมาณของผู้ผลิต ความสามารถในการเลือกผลิตสินค้าในช่วงเวลาว่าง ทำเป็นงานอดิเรก หรือเป็นงานนอกเวลาได้ (Part-time) อีกทั้งยังมีช่องทางกรจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นตู้จำหน่ายเปิดร้านเอง เช่น การวางแผงหรือฝากขายตามร้านต่างๆ ถนนคนเดิน ตลาดนัด หรือช่องทางเปิดร้านค้าออนไลน์ การใช้เครือข่ายสังคม (Social Network) อาทิ Facebook เป็นช่องทางในการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

จากเหตุผลข้างต้น ส่งผลให้มีผู้ประกอบการผลิตสินค้าหัตถกรรมประเภทพวงกุญแจเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้ประกอบการในภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงของผู้ประกอบการในปัจจุบัน ทั้งระหว่างผู้ประกอบการดั้งเดิมและผู้ประกอบการหน้าใหม่ เช่น ร้าน Mini Monster ร้าน Saanha ร้าน Yaklek Studio ร้าน Play work และ ร้าน Gi Gi Gang เป็นต้น โดยร้านดังกล่าวเริ่มให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ประสมทางการตลาดมากยิ่งขึ้น เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของกิจการ ในด้านผลิตภัณฑ์ มีการปรับดีไซน์ให้เป็นแนวโมเดิร์นตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงการให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในการออกแบบดีไซน์ รวมถึงแพ็คเกจที่ลูกค้าต้องการเป็นพิเศษซึ่งแต่ละร้านต้องตอบสนองให้ตรงความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และมีความหลากหลายของประเภทพวงกุญแจ อาทิ ตุ๊กตาผ้าแฟนท์ ตุ๊กตาปักกระดุม ตุ๊กตาสากริน



ตุ๊กตาพันเชือก ตุ๊กตาผ้าสักหลาด ตุ๊กตาเรซิน และตุ๊กตาเซรามิก เป็นต้น ส่วนด้านราคา มีการปรับระดับราคาให้มีความหลากหลาย แต่ละชิ้นขึ้นอยู่กับดีไซน์ในแต่ละแบบ ตั้งแต่ชิ้นละ 45 ถึง 280 บาท เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ในหลายระดับ และยังสามารถต่อรองราคาได้ด้วย และส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการนำเว็บไซต์มาเป็นเครื่องมือช่วยในการแนะนำสินค้าและการเข้าถึงสินค้าของลูกค้าได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถชำระเงินออนไลน์ได้อีกด้วย (เกรียงไกร กำแพงแก้ว, 2555: สัมภาษณ์)

ด้วยเหตุนี้เอง ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะได้นำมาเป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาดของธุรกิจสินค้าหัตถกรรมประเภทพวงกุญแจได้อย่างยั่งยืน และมีทิศทางธุรกิจที่ชัดเจน เพื่อความอยู่รอดในภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ของผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

นิยามศัพท์

พฤติกรรม หมายถึง การที่ผู้บริโภคทำการค้นหา ซื้อ และใช้สอยสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ เพื่อสนองตอบความต้องการ

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

สินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ประเภทพวงกุญแจ ที่ต้องใช้ฝีมือในการผลิต และมีความงามด้านศิลปะและวัฒนธรรมแฝงอยู่ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2555)

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลชาวไทยที่มีสัญชาติ และหรือเชื้อชาติไทย ที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังจังหวัดเชียงใหม่ โดยอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจอื่นๆ เป็นต้น (สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ, 2555:ออนไลน์) และซื้อสินค้าหัตถกรรม ตามแหล่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ไนท์บาร์ซาร์ ถนนคนเดินวัวลาย และถนนคนเดินท่าแพ