

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การปรับตัวของกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มถนนสายไม้
อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายชานนท์ เหล่าขวัญสถิต

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตรการเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมไม้แกะสลักในถนนสายไม้อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง รวมถึงการปรับตัวตามหลักส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมไม้แกะสลักในถนนสายไม้อำเภอสันป่าตองจังหวัดเชียงใหม่จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมบนถนนสายไม้อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 86 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและการให้น้ำหนักของผลกระทบโดยใช้ลิเคิร์ตสเกล

ผลศึกษาพบว่า ผลกระทบด้านเศรษฐกิจมีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจหัตถกรรมไม้แกะสลักอยู่ในระดับมาก เช่น รายได้ที่ได้รับน้อยลงกว่าเดิม การใช้จ่ายในชีวิตประจำวันที่น้อยลง ภาวะหนี้สินที่เพิ่มพูน ส่วนผลกระทบด้านสังคมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ซึ่งได้แก่ การก่อให้เกิดความเครียดที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพกาย และสุขภาพจิต

ในด้านการปรับตัวพบว่ากลุ่มตัวอย่าง 86 ราย มีจำนวน 48 ราย ที่มีการปรับตัวตามหลักส่วนประสมทางการตลาดคิดเป็นร้อยละ 56 และไม่มีการปรับตัวอยู่ 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 44 การปรับตัวที่ผู้ประกอบการเลือกใช้เป็นอันดับ 1 คือ เรื่องราคาผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวน 48 ราย อันดับ 2 คือ เรื่องผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 79.2 จำนวน 38 ราย เรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 เรื่องการส่งเสริมทางการตลาด 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.9 ตามลำดับ

Independent Study Title Adjustment of Wood Carving Entrepreneur Groups in San Pathong District, Chiang Mai Province

Author Mr. Chanon Loakwansathit

Degree Master of Arts (Political Economy)

Advisory Committee

Assoc. Prof. Seksin Srivatananukulkit

Advisor

Assoc. Prof. Pornthip Thiantheerwit

Co-advisor

ABSTRACT

This study has the objectives to examine the economic and social impact of carving entrepreneur groups in San Pathong District, Chiang Mai Province from economic and social crises. It also includes adjustment of entrepreneur groups in Marketing Mix from these crises. This study was collected data by interview entrepreneur group's 86 representative sample members. The analysis was performed upon the results of descriptive statistics and using Likert Scale to evaluate economic and social impact level.

The investigation found carving entrepreneur groups got high impact from economic impact such as lower income, lower expenses in daily life, higher debt. On the other hand social impact was also high such as high stress that bad for both physical and mental health.

In investigation adjustment part, 86 representative sample members, there were 48 members (56% of the all) who adjust their business in Marketing Mix and 38 members (44%) who didn't adjust their business. The factor in Marketing Mix that adjusted entrepreneur groups choosing first is Price, all 48 members (100%). Second is Product, 38 members (79.2%). Third is Place, 18 members (37.5%) Fourth is Promotion, 11 members (22.9%)