

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า
หัตถกรรมบ้านถวายเป็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ
ต่างชาติ

ผู้เขียน

นางสาวคณิน อธิวิน

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤกษ์ชัย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.วัชรีย์ พงษ์กานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า
หัตถกรรมบ้านถวายเป็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และ 3) เพื่อศึกษาความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็น

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง
โดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ซื้อสินค้า
หัตถกรรมบ้านถวายเป็นจำนวน 400 ราย ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา
(Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ
วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และถิ่นที่อยู่ของกลุ่มตัวอย่าง ทดสอบความเป็น
อิสระ (Chi-Square test for independent) เพื่อหาความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรม
บ้านถวายเป็น รวมทั้งจัดลำดับความสำคัญโดยอาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิด
ของลิเคิร์ต (Likert Scale)

จากผลการศึกษาลักษณะทั่วไปพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 34-45
ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจหรือค้าขาย รายได้โดยเฉลี่ยชาว

ไทย 10,000-20,000 บาทต่อเดือน ชาวต่างชาติ USD 20,001-30,000 ต่อปี ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อใช้เอง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทราบแหล่งข้อมูลจากหนังสือแนะนำเที่ยวและอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวชาวไทยทราบจากเพื่อนและบุคคลอื่น โดยสินค้าที่ซื้อส่วนมากเป็นไม้แกะสลักและสินค้าประเภทสินค้าประดับตกแต่ง โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมส่วนมากประมาณ 1,000- 3,000 บาท และใช้จ่ายเป็นเงินสด จากผลการทดสอบแบบ Chi-Square Test ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า เพศ, อายุ และรายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย และจากผลการทดสอบแบบ Chi-Square Test ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า มีเพียงอายุเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณภาพและรูปแบบสินค้า รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา โดยที่ราคาสินค้าต้องเหมาะสมกับคุณภาพและสามารถต่อรองราคาได้ จึงจะตัดสินใจซื้อ ต่อมาคือปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และราคามากที่สุด โดยพบว่าสินค้ามีคุณภาพและราคาสินค้ามีความเหมาะสม แต่ในด้านการส่งเสริมการขายยังคงมีน้อย อีกทั้งการสื่อสารของพนักงาน โดยเฉพาะกับชาวต่างชาติยังคงไม่ดีเท่าที่ควรจึงต้องมีการปรับปรุงแก้ไข

Independent Study Title	Factors Affecting the Thai and Foreign Tourists' Behavior of Buying Handicraft at Baan Tawai	
Author	Ms. Khanuengnit Inwin	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Asst. Prof. Dr. Venus Rauechai	Advisor
	Asst. Prof. Watcharee Prugsiganon	Co-advisor

ABSTRACT

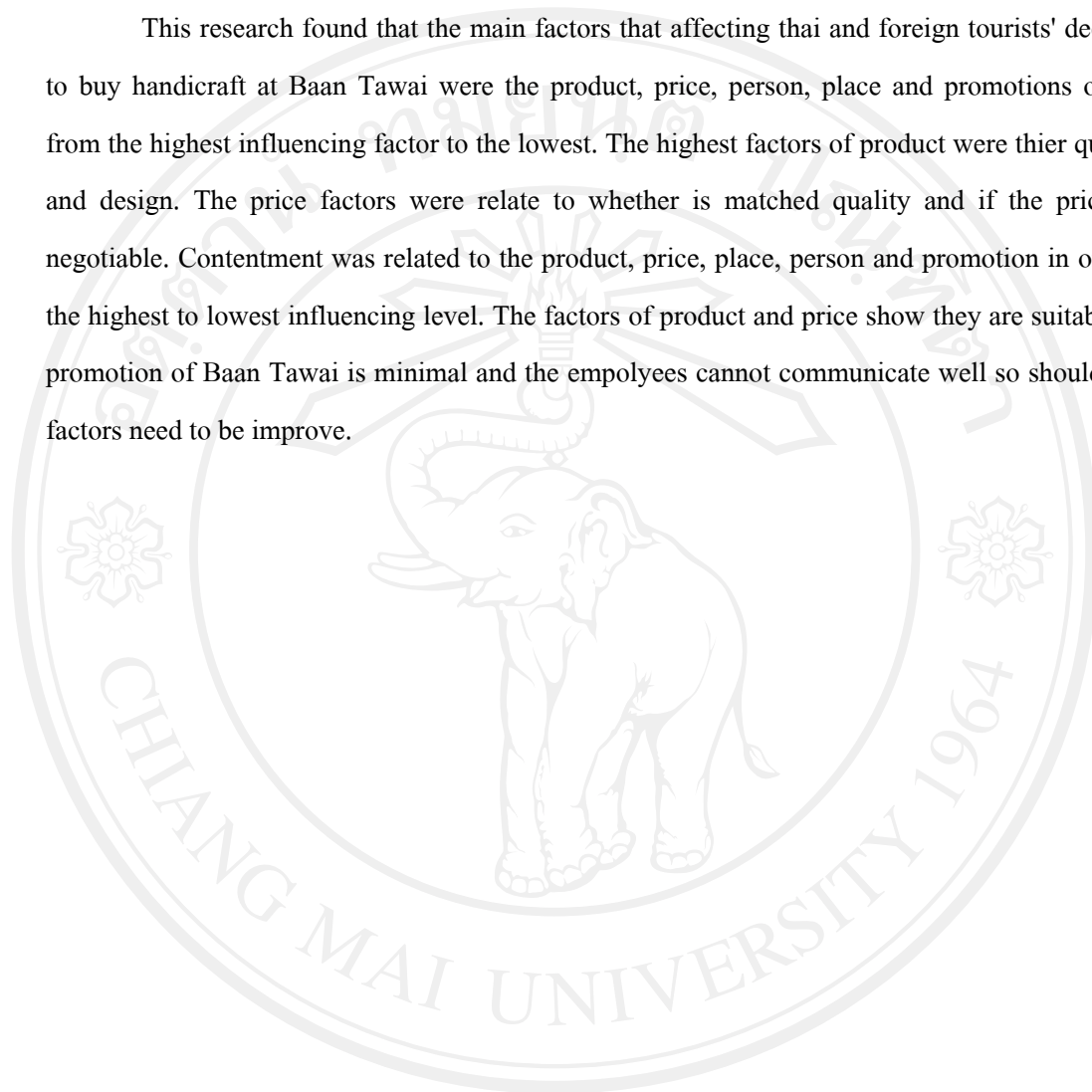
This study concentrated on the factors affecting Thai and Foreign tourists' behavior when buying handicraft at Baan Tawai. The objective of this research was to study the behaviors, contentment and factors affecting their handicraft buying behavior.

The primary data were obtained from 400 respondents, of both Thai and foreign tourists. A questionnaire was used, which was based on providing descriptive statistics, including frequency, percentages, and mean as well as factors that could not be controlled such as were personal factors like gender, age and place of origin. Chi-Square test for associations was used to analyze the data and the recommendations.

The results found that the majority of respondents were female, 34-45 years old, educated to a bachelor degree level, owned a business or commerce, had an average annual income of 10,000-20,000 baht per month (for Thai tourists) and 20,000-30,000 USD per year (for foreign tourists). The study of respondents' behavior showed that most of the tourists bought handicrafts to use, knew the locations for buying handicraft at Baan Tawai from a friend or other person (for Thai tourists), guidebooks and the internet (for foreign tourists), and they spent 1,000-3,000 baht and payment for. The Chi-Square Test found that the relationship between Thai tourists' personal information and their behavior showing that gender, age and income were significantly related to the

costs of buying handicraft , and the relationship between foreign tourists' personal information and their behavior showing that age was significantly related to the costs of buying handicraft.

This research found that the main factors that affecting thai and foreign tourists' decisions to buy handicraft at Baan Tawai were the product, price, person, place and promotions ordered from the highest influencing factor to the lowest. The highest factors of product were thier qualities and design. The price factors were relate to whether is matched quality and if the price was negotiable. Contentment was related to the product, price, place, person and promotion in order of the highest to lowest influencing level. The factors of product and price show they are suitable, but promotion of Baan Tawai is minimal and the empolyees cannot communicate well so should these factors need to be improve.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved