

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการซื้อของฝากประเภทอาหารของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวหทัยรัตน์ ปาลีรัมย์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ. ดร.อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์ ประธานกรรมการ  
ศ. ดร. มนัส สุวรรณ กรรมการ  
รศ. บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา กรรมการ

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการซื้อของฝากประเภทอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ ศึกษาพฤติกรรมการซื้อของฝากประเภทอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของฝากประเภทอาหารของนักท่องเที่ยว ศึกษาความพึงพอใจในการซื้อของฝากประเภทอาหารของนักท่องเที่ยวและเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนารูปแบบการตลาดของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติคือ ตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อของฝากประเภทอาหารส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุระหว่าง 25 - 34 ปี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 - 30,000 บาท การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

ในส่วนพฤติกรรมการซื้อขายของฝากประเภทอาหารกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อของฝากในประเภทของของแห้งมากที่สุดและอาหารที่นิยมซื้อมากที่สุดคือแคบหมู วัตถุประสงค์ในการซื้อคือเพื่อเป็นของฝากและซื้อของฝากทุกครั้งที่มาเชียงใหม่ แหล่งที่นิยมซื้อของฝากมากที่สุดคือ ตลาดวโรรสเนื่องจากมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด ส่วนการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับของฝากประเภทอาหารนั้นส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลมาจากเพื่อนและค่าใช้จ่ายในการซื้อของฝากแต่ละครั้งอยู่ในระหว่าง 501 – 1,500 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของฝากประเภทอาหารผลการศึกษพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของฝากประเภทอาหารในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลในระดับปานกลางเช่นเดียวกับปัจจัยด้านสังคม

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อของฝากประเภทอาหารในระดับมาก ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

Independent Study Title	Thai Tourists Buying Behavior for Edible Goods in Chiang Mai Municipality	
Author	Ms. Hatairat Paleeriam	
M.A.	Tourism Industry Management	
Examining Committee	Assoc. Prof. Dr. Anurak Panyanuwat	Chairman
	Prof. Dr. Manat Suwan	Member
	Assoc. Prof. Boonlert Jittangwattana	Member

### ABSTRACT

There were 4 objectives of this independent study namely, Thai Tourists Buying Behavior for Edible Goods in Chiang Mai Municipality. Those were to study the Thai tourist buying behaviors for packing edible goods, the factors which influencing the Thai tourists in choosing edible goods, to find out the Thai tourists' level of satisfaction of such goods, and to find out suggestions for the development of the marketing strategy. Used a set of questionnaires to collect data from 370 Thai tourist samples in Chiang Mai Municipality area. The data, then, was analysed by using the SPSS/PC program, computing for frequency distribution, percentage, means, and standardization.

The results of the study were as follows. Most samples were females aging between 25 –34, working in a private sector, earning between 10,000 - 30,000 baht per month, and holding bachelor degrees.

The study results showed that most of the samples had bought dry edible crispy pork skin goods, as the gifts for their friends and relatives. The

edible goods were frequently purchased, in fact, up on every visit to Chiang Mai. The purchase was mostly made at Warorot market, because of the variety of edible goods. The majority of the samples received their information about edible goods from friends, and their average expenditure for buying was between 501-1,500 baht for each time .

The factors, which influenced them most were product, price, and place. Whereas the promotion and social factors influenced them only at a moderate level.

The study also showed that the samples felt satisfactory with price and promotion at a moderate level, while at the high level for product and place .