

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บ้านถวาย อำเภอหางดง
จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาววนิดา แก้วเนตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	ประธานกรรมการ
ศาสตราจารย์ ดร. มนัส สุวรรณ	กรรมการ
อาจารย์เบญจวรรณ บุญใจเพชร	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทยในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ และ (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก ประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวที่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรม บ้านถวายจังหวัดเชียงใหม่ ตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจในรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านของทางภาคเหนือมากกว่าราคาสินค้า อีกทั้งการศึกษาครั้งนี้พบว่าพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านนั้น ส่วนใหญ่เดินทางเพื่อเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกเนื่องจากเป็นสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและนำไปใช้ส่วนตัวมากกว่านำไปเป็นของฝาก

Independent Study Title	Factors Affecting Decision Making of Thai Tourists in Buying Handicraft Souvenirs: A Case Study of Baan Thawai, Hang Dong District, Chaing Mai Province		
Author	Ms. Wanida Keawmate		
M.A.	Tourism Industry Management		
Examining Committee	Assoc. Prof. Boonlert Jittangwattana	Chairman	
	Prof. Dr. Manat Suwan	Member	
	Lect. Benjawan Boonjaipet	Member	

Abstract

The purposes of this study were (1) to study Marketing Mix Factors in Buying Handicraft Souvenirs of Baan Thawai, Hang Dong District, Chaing Mai Province and (2) to study Purchasing behavior of Thai Tourists in Buying Handicraft Souvenir of Baan Thawai, Hang Dong District, Chaing Mai Province.

A questionnaire survey was conducted among 384 Thai tourists travelling to Baan Thawai, Hang Dong District, Chaing Mai Province. The statistical means of descriptive distribution used for data analysis were frequency distribution, arithmetic means, and standard deviation.

The findings from this study suggest that all Marketing Mix Factors effecting the buying of Handicraft Souvenirs of Baan Thawai, Hang Dong District, Chaing Mai Province, as follow, product factor, place factor, price factor and promotion mix factor. Most Thai tourists are more interested in products, which are in Northern Style more than price. However, the findings of this study suggest that purchasing behavior of Thai tourists are travelling by themselves to buy Handicraft for personal used more than as souvenir.