

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

โดย: นางสาวอรณี บุญมีนิมิตร

ชื่อปริญญา: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจ

ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์:

.....


(ศาสตราจารย์พิเศษยรรยง สิทธิชัย)

..... 30 / 8. ๑. / 2540

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และแนวโน้มทางการตลาดของอุตสาหกรรมสินค้าที่ระลึกของจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นข้อมูลที่รวบรวม โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด(closed-ended questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ.2539 จำนวน 1,813,284 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์(SPSS) ในการคำนวณค่าเฉลี่ย(mean) , การสร้างตารางความถี่ร่วม(crosstab table) และการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติไคสแควร์(chi-square).

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 21-35 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคกลาง มีรายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน เคยเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่แล้วมากกว่า 5 ครั้ง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนท่องเที่ยว ในช่วงฤดูร้อนและฤดูหนาวโดยไม่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่ระลึกร้อยละ 75.75 ประเภทของสินค้าที่ระลึกที่ซื้อได้แก่สินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์จากไม้ และเครื่องเงินและเครื่องประดับเงิน ตามลำดับ โดยให้เงินเพื่อการซื้อสินค้าที่ระลึกระหว่าง 500-1,000 บาท และชำระเป็นเงินสด นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักสินค้าที่ระลึกของจังหวัดเชียงใหม่จากคำบอกเล่าของเพื่อน/ญาติ และจากการเคยได้รับเป็นของฝาก

มีสิ่งจูงใจในการซื้อสินค้าที่ระลึกเนื่องจากเป็นสินค้าพื้นเมือง และมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อเป็นของฝาก โดยทำการซื้อสินค้าจากร้านค้าศูนย์รวมของฝากของจังหวัด

จากการศึกษาพบว่า อายุเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนใหญ่ โดยอาชีพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ในการซื้อและสิ่งจูงใจในการซื้อ รายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนเงินที่ใช้เพื่อการซื้อสินค้าที่ระลึก และวัตถุประสงค์ในการซื้อเพศเป็นปัจจัยที่มีผลต่อประเภทของสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อเท่านั้นและวัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว

แนวโน้มทางการตลาดของสินค้าที่ระลึกของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งจากข้อมูลในอดีตแสดงให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 14.93 ต่อปี จึงทำให้คาดการณ์ได้ว่าสถานการณ์ทางการตลาดของสินค้าที่ระลึกของจังหวัดเชียงใหม่จะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยมีมูลค่าทางการตลาดไม่น้อยกว่า 1.94 ล้านบาทต่อปี

ปัญหาและอุปสรรคที่นักท่องเที่ยวชาวไทยพบในการซื้อสินค้าที่ระลึก ได้แก่ ราคาของสินค้าที่ระลึก ที่มีราคาแพงกว่าที่คาดการณ์ไว้ ขนาดของสินค้าที่มีขนาดใหญ่ทำให้ไม่สะดวกต่อการขนส่งและจำนวนสินค้าที่มีจำหน่ายมีให้เลือกน้อยนอกจากนี้ยังมีอุปสรรคเนื่องจากไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ระลึกที่จะซื้อ และการสื่อสารกับผู้ชายไม่เข้าใจซึ่งเกิดจากการไม่เข้าใจภาษาพื้นเมือง

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าที่ระลึกที่ซื้อหรือที่สนใจแต่ไม่ซื้อพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณลักษณะของสินค้าที่ระลึก ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ความสะดวกในการเลือกซื้อและพนักงานขาย มีความเหมาะสมดีแล้ว โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เลือกสินค้าประเภทผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย เป็นสินค้าที่ระลึกที่เป็นตัวแทนเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่