

การศึกษาศักยภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวาย ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวบริเวณร้านค้าหัตถกรรมหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 322 ตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้รับทำการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติคือ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สรุปผลการศึกษาดังนี้

ด้านข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีสถานภาพสมรส มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคเหนือ และเคยมาเยือนหมู่บ้านถวายมากกว่า 4 ครั้ง

ผลการศึกษาทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวายของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวายทุกหมวดผลิตภัณฑ์ ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวายจากการแนะนำของเพื่อนมากที่สุด

ผลการศึกษาทัศนคติด้านความชอบ ต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของหมู่บ้านถวาย ที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีความพอใจในระดับพอใจมาก ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดมีความพอใจในระดับพอใจ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าหมวดสินค้าผ้า หมวดสินค้าไม้แกะสลัก และหมวดเครื่องจักสานตามลำดับ โดยจะซื้อในมูลค่าครั้งละไม่เกิน 300 บาท และซื้อจากศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวายอีก และคิดว่า จะแนะนำให้ผู้อื่นมาซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหมู่บ้านถวาย

The study of the attitudes of Thai tourist toward the marketing mix strategy of handicraft Products at Baan Tawai, Amphoe Hang Dong, Changwat Chiang Mai is objected to examine the Thai tourists' attitudes toward the marketing mix strategy of handicraft products at Baan Tawai. It was handled by using the 322 questionnaires through the Thai tourist traveling around the handicraft shopping area in Baan Tawai. The over all data was analyzed using descriptive statistic in terms of frequency value, percentage value and arithmetic means. Generally, it can be concluded as follows;

The general information aspects was shown that most of the respondent the questionnaires is female, most of their marital status is married, aged between 20-30 years old. their education is Bachelor Degree, their occupation is the business owner, the average salary is below 10,000 Bath, the resident area is in the northern part of Thailand, and they used to visit Baan Tawai more than 4 times.

The result about the attitude of the understanding in the Baan Tawai handicraft products toward the Thai tourist was shown that the respondent knew all product categories by having the product information through his friend at the highest satisfactory level.

The result of the product preference toward the marketing mix factors was shown that the satisfaction to the product is in the high level while the satisfaction to the price, the place, and the promotion is at the satisfactory level.

The result in the purchasing behavior toward the products was shown that most of the respondent preferred to buy the cloth items, the carving wooden items, and the weaving products, they bought not more than 300 bath and most of them bought the products form Baan Tawai wood carving center. They would like to come back Baan Tawai again and they would rather inform others to visit and buy the handicraft product.