

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญแผนภูมิ	ณ
อัตราแลกเปลี่ยน	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาเชิงทฤษฎี และเชิงประยุกต์	6
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	7
1.6 กรอบแนวคิดของการศึกษา	8
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัย	9
2.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	9
2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค	11
2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	12
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	32
3.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	32
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
3.3 การทดสอบแบบสอบถาม	37
3.4 วิธีการรวบรวมข้อมูล	37
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	37
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	39
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	39
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.3 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	53
4.4 ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	144
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	147
5.1 สรุปผลการศึกษา	147
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	152
5.3 ข้อเสนอแนะ	154
5.4 ข้อจำกัดในการศึกษา	155
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	155
บรรณานุกรม	156
ภาคผนวก	159
แบบสอบถาม	160
ประวัติผู้เขียน	174

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 อันดับนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเทศปี พ.ศ. 2545 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2544	3
1.2 ประเภทของค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว	4
2.1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	13
3.1 รายการผลิตภัณฑ์ใน 6 กลุ่มสินค้า	33
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำแนกตามเพศ	39
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำแนกตามอายุ	40
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำแนกตามอาชีพ	41
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	42
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำแนกตามสถานภาพสมรส	42
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในด้านประเภทของการซื้อสินค้า	43
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการใช้จ่ายเงินต่อครั้ง	44
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนการซื้อต่อครั้ง	44
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อสินค้า	45
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของความพึงพอใจในสินค้า	46
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการวางแผนซื้อสินค้า	46
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการเตรียมเงินสำหรับซื้อสินค้า	47
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทสินค้าที่น่าซื้อมากที่สุด	48
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการตัดสินใจซื้อ	49
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละ ของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	49
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการแนะนำให้บุคคลอื่นซื้อสินค้า	50
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละ ของเหตุผลในการแนะนำให้บุคคลอื่นซื้อสินค้า	50
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้ม ทางการตลาดของสินค้าที่ระลึกจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับรูปแบบตัวสินค้า	54
4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับรูปแบบตัวสินค้า	55
4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับรูปแบบตัวสินค้า	56
4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับรูปแบบตัวสินค้า	57
4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้	57
4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับ คำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้	58
4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับ คำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้	59
4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับ คำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้	60
4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้	61
4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ	62
4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ	63
4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ	64
4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับคำฟังก์ชัน การใช้งานตรงตามความต้องการ	65
4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ	66
4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า	67
4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า	67
4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า	68
4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า	69
4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับความหลากหลายของฟังก์ชันการใช้งาน	70
4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับความหลากหลายของฟังก์ชันการใช้งาน	71
4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับความหลากหลายของฟังก์ชันการใช้งาน	71
4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับความหลากหลายของฟังก์ชันการใช้งาน	72
4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับความหลากหลายของฟังก์ชันการใช้งาน	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพกับความหลากหลายของฟังก์ชัน ของการใช้งาน	74
4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการตั้งราคามีความเหมาะสม	74
4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการตั้งราคามีความเหมาะสม	75
4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการตั้งราคามีความเหมาะสม	76
4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการตั้งราคามีความเหมาะสม	77
4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการตั้งราคาที่มีความเหมาะสม	78
4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ	79
4.50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ	80
4.51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ	81
4.52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ	82
4.53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับสถานที่วางขายสินค้ามี ความสะดวกในการซื้อ	83
4.54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการจัด Display สินค้า	84
4.55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการจัด Display สินค้า	85
4.56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการจัด Display สินค้า	86
4.57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการจัด Display สินค้า	87
4.58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการจัด Display สินค้า	88
4.59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับบรรยากาศภายในร้าน	89
4.60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับบรรยากาศภายในร้าน	90
4.61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับบรรยากาศภายในร้าน	91
4.62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับบรรยากาศภายในร้าน	92
4.63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับบรรยากาศภายในร้าน	93
4.64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า	94
4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า	94
4.66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า	96
4.68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า	97
4.69 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการได้รับส่วนลดในการซื้อ	98
4.70 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการได้รับส่วนลดในการซื้อ	99
4.71 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการได้รับส่วนลดในการซื้อ	100
4.72 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการได้รับส่วนลดในการซื้อ	101
4.73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการได้รับส่วนลดในการซื้อ	102
4.74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการได้รับของแถม	103
4.75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการได้รับของแถม	104
4.76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการได้รับของแถม	105
4.77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการได้รับของแถม	106
4.78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการได้รับของแถม	107
4.79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ	108
4.80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ	109
4.81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ	110
4.82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ	111
4.83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ	112
4.84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับอธิบายสินค้าได้อย่างดี	113
4.85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับอธิบายสินค้าได้อย่างดี	114
4.86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับอธิบายสินค้าได้อย่างดี	115
4.87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับอธิบายสินค้าได้อย่างดี	116
4.88 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการอธิบายสินค้าได้อย่างดี	117
4.89 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	117
4.90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	118
4.91 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	119
4.92 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	120

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.93 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	121
4.94 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ	121
4.95 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ	122
4.96 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ	123
4.97 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ	124
4.98 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่นๆ	125
4.99 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเสนอการบรรจุหีบห่อ	126
4.100 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเสนอการบรรจุหีบห่อ	127
4.101 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการเสนอการบรรจุหีบห่อ	128
4.102 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเสนอการบรรจุหีบห่อ	129
4.103 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการเสนอการบรรจุหีบห่อ	130
4.104 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับภาษาที่ใช้สื่อสาร	131
4.105 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับภาษาที่ใช้สื่อสาร	131
4.106 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับภาษาที่ใช้สื่อสาร	132
4.107 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับภาษาที่ใช้สื่อสาร	133
4.108 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับภาษาที่ใช้สื่อสาร	134
4.109 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับมารยาทในการให้บริการ	135
4.110 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับมารยาทในการให้บริการ	136
4.111 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับมารยาทในการให้บริการ	137
4.112 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับมารยาทในการให้บริการ	138
4.113 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับมารยาทในการให้บริการ	139
4.114 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม	140
4.115 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม	141
4.116 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม	142
4.117 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม	143

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.118 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม	144
4.119 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าของที่ระลึก ในโครงการ OTOP นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	145
4.120 แสดงจำนวนและร้อยละ ของอุปสรรคที่พบจากการซื้อสินค้าของที่ระลึก ในโครงการ OTOP นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	146
5.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่	150

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา	8
2.1 การอธิบายพฤติกรรมการณ์ที่เกี่ยวกับวิธีการของ Arild Steen	10
2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Buyer Behavior)	16

อัตราแลกเปลี่ยน

สกุลเงินเยนญี่ปุ่น 1 บาท = 0.37755 เยน
(ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ข้อมูล ณ. วันที่ 7 กันยายน 2548)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved