

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่หมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นายอาณัติ ดีโต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ. ดร. พิชามพ พันธุ์แพ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	พฤษภาคม 2554
จำนวนหน้า	80 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่หมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าหัตถกรรม และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรม ที่หมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาบริเวณร้านค้าหัตถกรรมที่หมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 250 คน ผู้วิจัยทำการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแสดงผลในรูปแบบของตาราง ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน One Way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อาชีพ พนักงานเอกชน ภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ และมาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านถวายเป็นครั้งแรก

การศึกษาทางด้านพฤติกรรมพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการซื้อโดยเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าไม้แกะสลัก มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำสินค้าไปใช้เอง เหตุผลที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าเพราะเป็นสินค้าพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่น และสวยงาม บุคคลที่เดินทางมาด้วยเป็นเพื่อนร่วมงาน ในการตัดสินใจซื้อสินค้าตัวนักท่องเที่ยวเองเป็นคนตัดสินใจซื้อสินค้า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะกลับมาที่หมู่บ้านถวายอีกครั้ง และส่วนใหญ่จะกลับมาอีกครั้งในวันหยุดจากการทำงาน นักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้ข้อมูลข่าวสารของหมู่บ้านถวายจากเพื่อน/ญาติ ส่วนการซื้อสินค้านั้นนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งเป็นจำนวนเงินในการซื้อ 500 – 1,000 บาท ซื้อสินค้าจำนวนน้อยกว่า 5 ชิ้น นำสินค้ากลับไปเอง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะแนะนำให้คนอื่นให้เข้ามาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าหัตถกรรมที่หมู่บ้านถวายต่อไป

การศึกษาทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด คือ ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก คือ ความประณีตของสินค้าและความคิดสร้างสรรค์ของสินค้า สี สัน สวยงาม ประโยชน์ใช้สอย คุณภาพของสินค้า ขนาดของสินค้า ด้านหีบห่อเพื่อการขนส่ง และด้านกล่องบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก คือ ราคาเหมาะสมกับสินค้า ราคาเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย การชำระทั้งเงินสดและบัตรเครดิต และมีป้ายแสดงราคาชัดเจน ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก คือ ควรมีเบอร์โทรศัพท์ให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้ บรรยากาศเข้ากับทางวัฒนธรรมล้านนา มีป้ายบอกทางชัดเจน ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน/หรือที่รถ ระยะเวลาในการ เปิด/ปิดร้าน สถานที่จอดรถ และการจัดสถานที่พักผ่อน/ที่นั่งพักระหว่างทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก คือ การบริการของคนขาย/พนักงาน การจัดเหตุการณ์พิเศษ การโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ การส่งเสริมการขาย และความรู้ผ่านพับ เอกสารเกี่ยวกับสินค้า

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 20,001 – 50,001 บาท ขึ้นไป

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้พบ ด้านผลิตภัณฑ์ รูปแบบสินค้าใกล้เคียงกัน สินค้ามีคุณภาพด้อยลง และไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้า ด้านราคา สินค้าไม่ติดป้ายแสดงราคา ทางด้านการชำระเงิน ค่อนข้างลำบาก บางร้านต้องชำระเป็นเงินสดเท่านั้น ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายคือ สถานที่จอดรถน้อย ห้องน้ำน้อยเกินไป ด้านการส่งเสริมทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารมีน้อยจนเกินไป พนักงานขายในร้านไม่มีความสามารถในการสื่อสารทางด้านบริการการที่ชัดเจน และการจัดกิจกรรมภายในหมู่บ้านถวายเป็นน้อยจนเกินไป