

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อของฝากประเภทอาหาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ผู้จัดทำ	: นายกิตติพงษ์ ชัยสุทธีวงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: 23 พฤษภาคม 2546
จำนวนหน้า	: 72 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และพฤติกรรมการเลือกซื้อของฝากประเภทอาหาร รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของฝากประเภทอาหาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งปัญหาการซื้อของฝากประเภทอาหาร โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 คน การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยค่าสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 5 ครั้ง เพื่อพักผ่อน / ท่องเที่ยว พร้อมกับครอบครัว พฤติกรรมการซื้อของฝากประเภทอาหารพบว่า ซื้อของฝากที่ ตลาดวโรรส เพราะมีสินค้าหลากหลาย บุคคลที่แนะนำ คือ เพื่อน โดยมีเหตุผลในการซื้อเพื่อเป็นของขวัญแก่บุคคลอื่น จำนวนเงินในการซื้อครั้งละ 301-600 บาท ราคาที่เหมาะสมไม่เกิน 50 บาท/ชิ้น ของฝากที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ 5 อันดับแรก ได้แก่ แคลบหมู น้ำพริกหนุ่ม ไข่อั่ว แหนม และหมูยอ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้มีของฝากประเภทแกงฮังเล น้ำพริกอ่อน น้ำพริกตาแดง น้ำพริกข่า ไวน์ และอาหารพื้นเมืองต่าง ๆ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของฝากประเภทอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมากที่สุดคือ รสชาติ ระดับมากได้แก่ การระบุวันหมดอายุชัดเจน และระยะเวลาในการเก็บรักษา ด้านราคา ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล และต่อรองราคาได้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลายชนิด ทำเลร้านที่สะดวก และจัดร้านค้าให้เลือกซื้อสินค้าได้ง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และมีสินค้าให้ทดลองชิม

ปัญหาในการซื้อของฝากประเภทอาหาร พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ของฝากไม่ระบุวันผลิต และวันหมดอายุทำให้เลือกซื้อยาก ของฝากมีอายุการเก็บรักษาสั้นเกินไป และคุณภาพของอาหารไม่สม่ำเสมอ ไม่มีมาตรฐานการผลิต ด้านราคา ได้แก่ ของฝากแต่ละร้านขายราคาไม่เท่ากัน แม้ว่าจะเป็นของฝากชนิดเดียวกัน และของฝากมีราคาแพงเกินไป ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ร้านขายของฝากตั้งอยู่ในที่ ๆ มีการสัญจรไปมาไม่สะดวก เช่น จอดรถยาก รถติด สถานที่จำหน่ายของฝากไม่สะอาด และจำนวนร้านที่จำหน่ายของฝากมีน้อยทำให้หาซื้อได้ยาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนยังน้อยเกินไป ผู้ขายแต่งกายไม่สะอาด และไม่มีสุขอนามัยที่ดี ผู้ขายไม่สุภาพ