

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	9
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	9
1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย	9
1.5 นิยามศัพท์	10
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
2.1.1 แนวคิดทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)	11
2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	14
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	18
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	19
3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	20
3.4 วิธีการศึกษา	20

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	25
4.1.1	เพศ	25
4.1.2	อายุ	25
4.1.3	สถานภาพสมรส	25
4.1.4	ระดับการศึกษา	26
4.1.5	อาชีพ	26
4.1.6	รายได้โดยเฉลี่ยต่อปี	26
4.1.7	จำนวนและร้อยละของการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและในจังหวัด เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	28
4.1.8	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่จำแนก ตามถิ่นที่อยู่และประเทศ	29
4.1.9	ระยะเวลาที่พักในจังหวัดเชียงใหม่	30
4.1.10	การจัดการการเดินทาง	31
4.1.11	วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	31
4.1.12	ผู้ร่วมการเดินทาง	31
4.2	ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	33
4.2.1	ความต้องการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	33
4.2.2	แหล่งข้อมูลในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว ต่างชาติ	33
4.2.3	สิ่งที่คำนึงมากที่สุดในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ	34
4.2.4	ลักษณะสินค้าของที่ระลึกที่เป็นที่ต้องการ	35
4.2.5	สถานที่ซื้อของที่ระลึก	36
4.2.6	เวลาในการซื้อของที่ระลึก	37
4.2.7	ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	38
4.2.8	ประเภทของของที่ระลึกที่ซื้อ	39
4.2.9	ปริมาณการซื้อของที่ระลึกในแต่ละครั้ง	40
4.2.10	การกลับมาซื้อของที่ระลึกซ้ำหากมีโอกาสมาท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่อีกครั้ง	41

4.2.11	การแนะนำผู้อื่นให้ซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	42
4.2.12	ความรู้สึกหลังการซื้อสินค้า	42
4.2.13	ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	43
4.3	ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	49
4.3.1	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	49
4.3.2	ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	50
4.3.3	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	52
4.3.4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	54
4.4	ข้อมูลด้านปัญหาที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	55
4.4.1	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	55
4.4.2	ปัญหาด้านราคาที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	56
4.4.3	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	58
4.4.4	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	59

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1	สรุปผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
5.2	สรุปผลการศึกษาด้านข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	62
5.3	สรุปผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	62

5.4	สรุปผลการศึกษาด้านปัญหาที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัด เชียงใหม่	64
5.5	ข้อเสนอแนะ	65
5.5.1	ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ขายของที่ระลึก	65
5.5.2	ข้อเสนอแนะสำหรับเทศบาลนครเชียงใหม่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	67
5.5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป	68
	เอกสารอ้างอิง	69
	ภาคผนวก	
	แบบสอบถาม	72
	ประวัติผู้เขียน	80

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ย้อนหลัง (ปีพ.ศ. 2548 - 2552)	4
1.2 ตัวเลขจำนวนรายได้ (หน่วยล้านบาท) จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 – 2552	5
1.3 ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามถิ่นที่อยู่ ในปี พ.ศ. 2547	6
1.4 ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เปรียบเทียบจังหวัดต่างๆ ในปี พ.ศ. 2547	7
1.5 มูลค่าการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในล้านนา ปี พ.ศ. 2545-2547	8
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ	27
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อปี	28
4.3 สถิติการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	29
4.4 สถิติการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามถิ่นที่อยู่	30
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่พักในจังหวัดเชียงใหม่	30
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการจัดการการเดินทาง	31
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	32
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ร่วมการเดินทาง	32
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	33
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	34

4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิ่งทีำำนึ่งมากที่สุดในการซื้อของ ที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	35
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะของที่ระลึกที่เป็นที่ต้องการ	36
4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ซื้อของที่ระลึก	37
4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาในการซื้อของที่ระลึก	38
4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	39
4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของของที่ระลึกที่ซื้อ	40
4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณการซื้อของที่ระลึกใน แต่ละครั้ง (ชิ้น)	41
4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการกลับมาซื้อของที่ระลึกซ้ำ หากมีโอกาสมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง	41
4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อของที่ ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่	42
4.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้สึกหลังการซื้อสินค้า	42
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	43
4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	44
4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	45
4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่กับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก	46
4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปริมาณการซื้อของที่ระลึกในแต่ละครั้ง	46
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปริมาณการซื้อของที่ระลึกในแต่ละครั้ง	47
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับปริมาณการซื้อของที่ระลึกในแต่ละครั้ง	48
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่กับปริมาณการซื้อของที่ระลึกในแต่ละครั้ง	49
4.29 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	51
4.30 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ต่อ ปัจจัยด้านราคา	52

- 4.31 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ต่อ
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 53
- 4.32 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ต่อ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 54
- 4.33 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่
เรียงตามลำดับที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด 55
- 4.34 ข้อมูลด้านปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ 56
- 4.35 ข้อมูลด้านปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่
เรียงตามลำดับที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเป็นปัญหาที่ประสบพบมากที่สุด
สามลำดับ 56
- 4.36 ข้อมูลด้านปัญหาด้านราคาที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ 57
- 4.37 ข้อมูลด้านปัญหาด้านราคาที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่
เรียงตามลำดับที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเป็นปัญหาที่ประสบพบมากที่สุด
สามลำดับ 57
- 4.38 ข้อมูลด้านปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึก
ในจังหวัดเชียงใหม่ 58
- 4.39 ข้อมูลด้านปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึก
ในจังหวัดเชียงใหม่เรียงตามลำดับที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเป็นปัญหา
ที่ประสบพบมากที่สุดสามลำดับ 59
- 4.40 ข้อมูลด้านปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึก
ในจังหวัดเชียงใหม่เรียงตามลำดับที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเป็นปัญหา
ที่ประสบพบมากที่สุดสามลำดับ 59
- 4.41 ข้อมูลด้านปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึก
ในจังหวัดเชียงใหม่ 60
- 4.42 ข้อมูลด้านปัญหาที่ประสบพบในการซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่เรียง
ตามลำดับที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเป็นปัญหาที่ประสบพบมากที่สุด 60

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

3.1 แสดงความสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
ของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

18