

**หัวข้อวิทยานิพนธ์** พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในจังหวัด  
เชียงใหม่

**โดย** นางสาวชมพูนุช ทิมประเสริฐ

**ชื่อปริญญา (สาขาวิชา)** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** ดร.ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร

**ปีการศึกษา** 2548

ISBN 974-487-133-4

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในเชียงใหม่ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสินค้าท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ ผลการศึกษา สรุปได้ว่าสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวสนใจและเลือกซื้อเป็นอันดับหนึ่งมากที่สุด ได้แก่ เครื่องเงิน เหตุผลที่ซื้อเพราะมีสีสันสวยงาม นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ซื้อสินค้าที่ระลึกในช่วงเวลากลางวัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าจากร้านขายสินค้าที่ระลึกทั่วไป จุดประสงค์ที่นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อเป็นของฝาก ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 25 – 75 เหรียญสหรัฐหรือ 1,000 – 3,000 บาท (อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยเฉลี่ยเดือนธันวาคม 2548 (1 เหรียญสหรัฐ = 40 บาท)) และสาเหตุที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกที่สนใจ ส่วนใหญ่เป็นเพราะสินค้ามีราคาแพง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้และลักษณะการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกในด้านสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวเลือกเป็นอันดับหนึ่ง

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิฐานะ การศึกษา อาชีพ และลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึก ด้านจุดประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิฐานะ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และลักษณะการมา  
ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึก ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึก

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ภูมิฐานะ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้และ  
ลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกในด้านช่วงเวลา  
ที่ซื้อสินค้าที่ระลึก

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ภูมิฐานะ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้  
ลักษณะการมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกด้านสถานที่ซื้อ  
สินค้าที่ระลึก

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และลักษณะการมา  
ท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึก ด้านงบประมาณในการซื้อ  
สินค้าที่ระลึก

ปัจจัยการท่องเที่ยวด้านรูปแบบการท่องเที่ยว การคมนาคม และการรู้จักสินค้าที่ระลึกที่  
แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกในด้านจุดประสงค์ที่เลือกซื้อสินค้าที่  
ระลึก และด้านสถานที่ซื้อสินค้าที่ระลึก

ปัจจัยการท่องเที่ยวด้านรูปแบบการท่องเที่ยว และการคมนาคมที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์  
กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึก ด้านสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวเลือกเป็นอันดับหนึ่ง ด้านสินค้า  
ที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวเลือกเป็นอันดับสาม ด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึก และ  
ด้านช่วงเวลา que เลือกซื้อสินค้าที่ระลึก

**Thesis Title** The buying behavior of foreign tourists on souvenir in Chiang Mai  
**By** Miss Chomphunuch Timprasert  
**Degree Sought (Major)** Master of Business Administration (M.B.A) (International Business Management)  
**Advisor** Dr. Phaichit Viboonanasarn  
**Academic Year** 2005 **ISBN** 974-487-133-4

### ABSTRACT

The objectives of the study "The buying behavior of foreign tourists on the souvenir industry in Chiang Mai" were to study the buying behavior of tourists and to study the relation between personal preferences and buying souvenir and to study the relation between souvenir products and consumer behavior. The sampling results were compiled from 400 foreign tourists who visited Chiang Mai by using questionnaires. Results were analyzed using computer program SPSS/PC and can be summarized as follows:

The items that tourist bought the most were silver items due to their beauty and intrinsic value. They bought the items by themselves mainly as gifts for other people. They shopped mainly in the evening. The foreign tourists spent between \$25 - \$75 per time they shopped. The main reason that tourists did not buy items were due to their expensiveness.

The hypothesis test using chi-square found that age, marital status, educational background, occupation, income level and tourism affected buying behavior.

Nationality, educational background, occupation and tourism affected the objective of buying souvenirs.

Nationality, marital status, educational background and tourism had the greatest influence on a person's buying souvenirs.

A person's age, nationality, marital status, educational background, occupation, income level and tourism affect the person's choice of venue to shop for souvenirs.

A person's age, marital status, educational background, occupation, income and tourism affected the spending behavior.

Type of tourism, communication and knowledge that souvenir in Chiang Mai were correlated to the objective of buying souvenir and place of buying souvenir.

Type of tourism and communication were correlated to the first souvenir bought, third souvenir bought, persons most influencing to their buying decision and time of buying.



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาช่วยเหลือ และให้คำแนะนำอย่างดียิ่งจาก คร.ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ได้ให้ความรู้แนวคิดตลอดจนข้อเสนอแนะต่าง ๆ ทุกด้าน อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและการทำวิจัยด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาท ถ้อยทอดวิชาความรู้ให้ ขอรบขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษา ขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมรุ่น ที่ได้ให้เวลาเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ ขอบคุณเพื่อนร่วมงานทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการทำงานเสมอมา

เหนืออื่นใดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ พ่อ-แม่ ที่ได้สนับสนุนให้ผู้วิจัยได้ศึกษาเล่าเรียน มาจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนเป็นกำลังใจให้เสมอมา ขอบคุณพี่ ๆ และน้อง ๆ ที่คอยให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ แก่ผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษา

นางสาวชมพูนุช ทิมประเสริฐ

มีนาคม 2549