

- ชื่อเรื่อง : การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
Development of Souvenir Markets in the Southern region of Northeastern Thailand
- ผู้วิจัย : เพ็ญศรี เจริญวานิช
บุญเลิศ เล็กสมบูรณ์
พรสวรรค์ ทองสุโขวงศ์
- ที่ทำงาน : คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- แหล่งเงินทุน : เงินอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณสนับสนุนการวิจัย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีงบประมาณ 2547

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก ชนิดและรูปแบบของสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึก และแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง วิธีการวิจัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม(Field Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากข้อมูลทุติยภูมิ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) จากผู้ที่เกี่ยวข้อง ประชากรในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยตามสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วน(Quota Sampling) และตามความมุ่งหมาย(Purposive Sampling)

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว ซื้อประเภทเพื่อการใช้สอยจากร้านค้าภายนอกแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำไปฝากญาติ/เพื่อน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยต่างๆ เรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา กับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับด้านตัวผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับประโยชน์หลักของตัวผลิตภัณฑ์ มากกว่ารูปลักษณ์และชื่อเสียง ได้แก่ ความปลอดภัยจากสารปนเปื้อน ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และความทนทานเก็บรักษาได้นาน รูปแบบสินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวต้องการ ควรสื่อถึงวัฒนธรรมภูมิปัญญาและชุมชน มากกว่า รูปลักษณ์ภายนอก โดยเน้น คุณภาพ และความสอดคล้องกับศิลปวัฒนธรรมประเพณี ประเภทของสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการ คือ ประเภทวัตถุทางศิลปะโดยเป็นชนิดภาพวาด/ภาพถ่าย และ ประเภทเพื่อการใช้สอยโดยเป็นชนิดของใช้ส่วนตัว ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึก เป็นปัญหาและอุปสรรคในระดับมาก ปัญหาที่สำคัญ

ได้แก่ การจัดจำหน่ายที่ไม่กระจายครอบคลุม การส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาล ขาดความมีเอกลักษณ์ รูปแบบไม่สวยงามดึงดูดใจ และ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึก คือ พัฒนาปรับปรุงรูปแบบสินค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเพิ่มชนิดสินค้าให้หลากหลาย ผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ ในการพัฒนาสินค้าใหม่ควรออกแบบสินค้าที่มีคุณค่าทางใจ มากกว่าเพื่อการบริโภค โดยเน้นความปลอดภัย ความหลากหลายของสินค้าให้เลือก ความแปลกใหม่ และ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น กำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ จัดจำหน่ายให้กระจายครอบคลุม พัฒนาบุคลากรและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการขาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกควรร่วมมือกันในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของที่ระลึกให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

Research Title: Development of Souvenir Markets in the Southern Region of
Northeastern Thailand

Researchers: Mrs.Pensri Jaroenwanit
Mr.Boonlert Leksomboon
Mrs.Pornsawan Thongsukhowong

Office: Faculty of Management Science
Khon Kaen University

Financial Support : Khon Kaen University Research Budget
Fiscal Year of 2004

.....
Abstract

The objectives of this research were to investigate the souvenir buying behavior, the factors influencing decisions on buying souvenirs, types and forms that correspond to the needs of tourists, problems and obstacles in buying souvenirs and guidelines for developing souvenir markets in the Southern region of Northeastern Thailand. The field survey research was conducted for this study. The data collection tool was a questionnaire developed from the secondary data and in-depth interviews of the related persons. The population was Thai tourists visiting the Southern region of Northeastern Thailand. Quota and purposive sampling techniques were used in selecting samples for the study.

It was found that the tourists bought the utensil souvenirs from shops exterior the tourist areas; took place during trips; and bought for friends and relatives. The factors influencing souvenir buying decision, the followings which were ranked in declining order of importance -- product, price, distribution channel and promotion. Regarding the product, the core product was more important than its appearance and reputation such as free from hazardous substances, the local uniqueness and the endurance in storing. The form of products that matched the tourists' needs should reflect the culture and the wisdom of the local people, and emphasize on the quality and harmonize of the culture and tradition. The categories of products that corresponded to their need were the arts of the following types -- drawings and the photographs; and the category of utensils of the following types -- items for personal use. The problems and the obstacles in buying souvenirs were ranked at high level of importance with the following issues being the most problematic: distributions that did not cover all of the tourist areas, lack of advertising and government supports, lack of uniqueness, and unattractive products.

The guidelines for developing souvenir markets were improving product forms, increasing product variety, and advertising and public relation. The suggestions regarding the research results: the new products should be designed by emphasizing on value, safety, differentiation and the local uniqueness as well as the reasonable price and distribution channel. Moreover the cooperation between tourism organizations and souvenir distributors to advertise and publish the souvenir products to be renown.