ชื่อ : นางสาวจันทรา เพื่องฟุ้ง

ชื่อวิทยานิพนธ์ : การศึกษาความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของ

นักท่องเที่ยวทวีปอเมริกาเหนือที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย

สาขาวิชา : ธูรกิจอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธานินทร์ ศิลป์จารุ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ประเสริฐศรี

ปีการศึกษา : 2547

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ของนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกาเหนือที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวประเทศแคนาดา และสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างเดือนสิงหาคมถึงตุลาคม พ.ศ. 2547 จำนวน 383 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ t-test, ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องหนังไทยเพื่อนำไป เป็นของขวัญ/ของฝาก โดยเครื่องหนังที่ต้องการซื้อจะเป็นประเภทส่วนประกอบเครื่องแต่งกาย เหตุผลที่เลือกซื้อเกิดจากรูปแบบของสินค้าถูกใจ โดยจะซื้อเครื่องหนังที่ทำจากหนังโคกระบือที่ เป็นหนังฟอก โทนสีเข้ม มีงบประมาณที่ซื้อประมาณ 200-4,000 บาท ชอบการตั้งราคาแบบ สามารถต่อรองได้ ต้องการซ้ำระเงินด้วยสกุลเงินบาท ส่วนลดโดยเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้งไม่น้อยกว่า 10%-20% ได้รับข้อมูลแหล่งจัดจำหน่ายเครื่องหนังไทยจากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ แหล่งจัดจำหน่าย เครื่องหนังไทยที่นักท่องเที่ยวต้องการเลือกซื้อ คือ ตลาดค้าปลีกทั่วไป เนื่องจากมีสินค้าให้เลือก หลายประเภท นักท่องเที่ยวต้องการให้เครื่องหนังไทยมีการปรับปรุงในด้านความหลากหลายของ สินค้า รูปแบบการส่งเสริมการขายที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือส่วนลด และรูปแบบสื่อที่กระตุ้นให้ เกิดความต้องการซื้อเครื่องหนังไทยคือการใช้พนักงานขายเป็นผู้ชักจูง

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกาเหนือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เครื่องหนังไทยโดยภาพรวม 5 อันดับแรก ได้แก่ ความสม่ำเสมอในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ชื้อ แต่ละครั้ง วัสดุประกอบต่าง ๆ มีคุณภาพดี การตัดเย็บมีความประณีต ประเภทของสินค้ามีความ หลากหลายและความเรียบเนียนของสี

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกาเหนือที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย จำแนกตามสถานภาพทั่วไป พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่ขึ้นอยู่กับเพศ ได้แก่ ประเภทของเครื่องหนังไทย และโทนสีของเครื่องหนัง ความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับอายุ ได้แก่ ชนิดของหนัง ความต้องการให้เครื่องหนังไทยมีการปรับปรุง งบประมาณที่ต้องการชื้อต่อครั้ง ลักษณะการตั้งราคา วิธีการชำระเงิน การได้รับข้อมูลแหล่งจัดจำหน่าย แหล่งจัดจำหน่ายที่ต้องการซื้อ และเหตุผลในการเลือกแหล่งจัดจำหน่าย ความต้องการซื้อต่อครั้ง และแหล่งจัดจำหน่ายที่ต้องการซื้อ ความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับถิ่นที่อยู่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อ งบประมาณที่ต้องการซื้อต่อครั้ง และแหล่งจัดจำหน่ายที่ต้องการซื้อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทาง ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ประเภทของหนังสัตว์ที่ต้องการซื้อ งบประมาณที่ต้องการซื้อต่อครั้ง ลักษณะการตั้งราคา วิธีการชำระเงิน ส่วนลดโดยเฉลี่ย การได้รับข้อมูลแหล่งจัดจำหน่าย เหตุผล ในการเลือกแหล่งจัดจำหน่าย และรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ต้องการ สำหรับการเปรียบเทียบ ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกาเหนือ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป พบว่า ด้านเพศมีความแตกต่างกัน 1 รายการ และด้านลักษณะการเดินทางมีความแตกต่างกัน 13 รายการ ด้านถิ่นที่อยู่ มีความแตกต่างกัน 1 รายการ และด้านลักษณะการเดินทางมีความแตกต่างกัน 11 รายการ การวิจัย ครั้งนี้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิตที่ระดับ .05

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 192 หน้า)

ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Name : Miss Juntra Fuangfoong

Thesis Title : A Study of Northern American Tourists' Needs and Factors Affecting

Decision to Buy Thai Leather Products

Major Field : Industrial Business

King Mongkut's Institute of Technology North Bangkok

Thesis Advisors: Assistant Professor Tanin Silpjaru

Assistant Professor Dr. Wanchai Prasertsri

Academic Year: 2004

Abstract

The purpose of this study was to investigate Northern American Tourists' needs and factors affecting their decision to buy Thai leather products. The subjects of the study were 383 Canadian and American tourists visiting Thailand during August-October 2004. Questionnaires were used to collect the data. Percentages, arithmetic mean, Standard Deviation, Chi-square, t-test, ANOVA, Scheffe analysis were employed to analyze the data via SPSS for Window software.

The study revealed that most responders intended to buy Thai leather products as gifts for someone. They liked to buy those that could accompany their dresses, reasoning that the goods' designs were right to their tastes. They generally bought the products made of cow or buffalo breached leather with darker color tones. Their budget was between 200-4,000 baht. They liked bargaining and preferred to pay with Thai currency. The preferable discount should be around 10-20%. They got the information of the sale distributors from media advertisements. Preferable sale distributors were general retail stores because of more varieties and some other goods on sale too. Sale promotion they liked best was discount. Sale assistants' motivation affected their need to buy.

It was also found that the first five major factors affecting the tourists' decision to buy Thai leather goods were consistency of goods quality, good quality of the products' accessories, deliberately making, varieties of choices, and smooth colors.

With respect to the relationship between the tourists' background and their needs, the investigation revealed that their sex affected the relationship between their need and types of leather products as well as color tones. Tourists' age was found related to their choices of leather types, needs of an improvement of Thai leather products, budget, price set up, method of payment, attainment of information on sale distributors, preferable sale

distributors, and reasons for choosing sale distributors. The tourists' needs affected by country of residence were related to purpose to buy, budget for each buy, and preferable sale distributors. The tourists' needs affected by types of traveling were related to purpose to buy, types of leather, budget for each buy, price set up, method of payment, average discount, attainment of information on distributors, and sale promotion. The comparison between factors affecting the Northern American tourists' decision to buy Thai leather products by their general background unveiled differences in 1 item, by age 13 items, by traveling types 11 items. This study was significant at the level of .05.

(Total 192 pages)

- 1.	ann.
	Chairperson