บทกัดย่อ

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึก

ของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา จังหวัดลพบุรี

ชื่อผู้เขียน

นางสาวปทิตตา เจริญธรรม

ชื่อปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา

2549

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ คร. ใกร โพธิ์งาม

ประชานกรรมการ

2. รองศาสตราจารย์เอกสิทธิ์ เตชะ ใกศิยวณิช

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่แสดง ภาพลักษณ์ความเป็นไทย (2) เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้าของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มาท่องเที่ยว ในจังหวัดลพบุรีต้องการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทของรับประทานใน 6 พื้นที่ได้แก่ ร้านขายของที่ระลึก บริเวณศาลพระกาพ บริเวณพระนารายณ์ราชนิเวศ ร้านนำไทย อำเภอเมือง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองจังหวัดลพบุรี ร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองริม ถนนพหลโยธิน บ้านนายาว อำเภอเมือง และภายในศูนย์สงครามพิเศษ ใช้จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ เชิงพรรณนาประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสินค้าที่ระลึกเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศ ชาย อายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน และมีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาท ลงมามากที่สุด ส่วนใหญ่เคยรู้จักสินค้าที่ ระลึกของจังหวัดลพบุรี สถานที่ซื้อสินค้าได้แก่ ร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองริมถนน พหลโยธินมากที่สุด สินค้าประเภทไข่เค็มดินสอพองมีผู้ซื้อมากที่สุด รองลงมาเป็น วุ้นน้ำมะพร้าว ด้านบรรจุภัณฑ์พบว่า ทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก ได้แก่ เอกลักษณ์ความเป็นไทย ข้อความ สัญลักษณ์ รูปทรง สี และวัสคุ โดยเฉพาะวัสคุที่ให้ ความปลอดภัยและรักษาสิ่งแวคล้อม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมาก ที่สุด ยกเว้นขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรี

ABSTRACT

Thematic Paper's Title Packaging that Influences the Tourist's Decision

to Purchase Souvenirs: A Case Study of

Lop Buri Province

Student's Name

Miss Patitta Charoentham

Degree Sought

Master of Economics

Academic Year

2006

Advisory Committee

1. Assoc. Prof. Dr. Grai Phongam

Chairperson

2. Assoc. Prof. Ekasit Techakaisiyavanit

The objectives of this research were to study (1) the package design that reflects the Thai identity, and (2) packaging that influences the consumers' decision to purchase the product.

The sample group used for the study consisted of 400 tourists who came to visit Lop Buri and wanted to purchase food souvenirs in any of the six areas including Sarn Prakarn, Pranarai Ratchanives, Namthai shop in Amphoe Mueang, the Lop Buri local products center, local products shop on Phaholyothin Road in Ban Na Yao in Amphoe Mueang, or within the special warfare center. The tool used for the research was in the form of a questionnaire. The data thus collected was analyzed using descriptive

statistics and presented in the form of frequencies, percentages, means, and standard deviation.

The results indicate that the tourists who bought souvenirs consist of more females than males, are at least 21 years of age, have a Bachelor's degree level of education, are employees of private companies, and earn a monthly income of less than 20,000 Baht. Most of them knew about souvenirs from Lop Buri. The places from which they bought souvenirs were mostly the local products shop on Phaholyothin Road. The products that the tourists bought most were salty eggs covered with soft clay, and coconut-juice jelly, respectively. With regard to the package, every factor influences the purchasing decision to a high degree, including the Thai identity of the product, the wording, symbol, the shape, the color, and the material. When making a purchasing decision, tourists pay most attention to the materials, especially to those that are safe and conserve the environment. However, the size of the package does not influence the tourists' decision to purchase such souvenirs.