

สุภาพร ไชยรัตน์. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต*. ปรินญาณินพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ, ดร.ราชันย์ บุญธิมา.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต ในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านการเปิดรับสื่อ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการซื้อสินค้าที่ระลึก และปัจจัยด้านบุคลิกภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และซื้อหรือเคยซื้อสินค้าที่ระลึกจำนวน 450 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีสัญชาติยุโรป สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีรายได้ต่อปีระหว่าง US\$ 20,000 – 29,999

2. ก่อนการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ เคยเห็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ตจากหนังสือแนะนำ และขณะอยู่ในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีระดับการได้รับทราบข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับสินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ผลิตภัณฑ์จากไม้ และผลิตภัณฑ์จากผ้าหรือที่ทำจากผ้า มากที่สุด โดยมีการชำระเงินค่าสินค้าเป็นเงินสด สถานที่ที่นิยมซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุด คือ ร้านค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึกเป็นเงินประมาณ 23,917 บาท และได้รับส่วนลดจากการซื้อสินค้าที่ระลึกประมาณ 5 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด คือ ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารกับพนักงานขายไม่เข้าใจ ปัญหาสินค้าปลอม และปัญหาสินค้าราคาแพงกว่าที่เคยคาดการณ์ไว้

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อปี สถานภาพสมรส และสัญชาติแตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ตด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของรูปแบบและลวดลาย ความสวยงามของสีสันทันและลวดลาย ความประณีตของสินค้าที่ระลึก การแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย ความทันสมัยของรูปแบบและลวดลาย ประโยชน์ใช้สอย และสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ตมีลักษณะเป็นสินค้าหัตถกรรม ด้านราคา ได้แก่ การมีป้ายบอกราคาสินค้าและการกำหนดราคาสินค้าที่ระลึกมีความยุติธรรม และด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ร้านค้ามีกระจายตามสถานที่ท่องเที่ยวและความร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีความซื่อสัตย์แตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อปี สถานภาพสมรส และสัญชาติแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ต ด้านส่วนลดที่ได้รับจากการซื้อสินค้าที่ระลึกครั้งล่าสุด ด้านคนในครอบครัว เจ้าของร้าน/พนักงานขาย ไกด์ นำเที่ยว ญาติ/เพื่อนฝูง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และมีการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเองแตกต่างกัน

6. ปัจจัยด้านการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต ด้านคนในครอบครัว ไกด์ นำเที่ยว และญาติ/เพื่อนฝูง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

7. ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการซื้อที่เกิดจากอารมณ์ และปัจจัยด้านแรงจูงใจในการซื้อที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ตโดยภาพรวม

8. ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการซื้อที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการซื้อที่เกิดจากอารมณ์ และปัจจัยด้านแรงจูงใจในการซื้อที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ตด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อสินค้าที่ระลึก ด้านส่วนลดที่ได้รับจากการซื้อสินค้าที่ระลึกครั้งล่าสุด ด้านคนในครอบครัว ญาติ/เพื่อนฝูงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง

9. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ตด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของรูปแบบและลวดลาย ความสวยงามของสีสันทันและลวดลาย ความประณีตของสินค้าที่ระลึก การแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย ความทันสมัยของรูปแบบและลวดลาย ประโยชน์ใช้สอยของสินค้าที่ระลึก สินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ตมีลักษณะเป็นสินค้าหัตถกรรม และเป็นสินค้าที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติ

10. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต

11. ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ตด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อสินค้าที่ระลึก และการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกด้วยตัวเอง

Supaporn Chairat. (2004). *Factors Affecting Attitude and Behaviour of Foreign Tourists on Buying Souvenirs in Phuket Province*. Master thesis, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graudated School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee : Dr.Warangkana Adisornprasert, Dr.Rachan Boonthima.

This research is conducted for the purposes of evaluating attitudes and behavior of foreign tourists regarding buying souvenirs in Phuket Province. This research will analyze demographics, media factors, motivation factors in souvenir buying and personality factors. The sample consists of 450 international tourists visiting Phuket who are buying or had bought souvenirs. The research instrument was questionnaires. Data was subjected to analysis by using Percentage, Means, Standard Deviation, t-test, One-Way Analysis of Variance and Pearson Correlation Coefficient.

The results of this research can be summarized as follows :

1. Most foreign tourists were European single males, aged between 25 – 34 years old. Most of them earned a Bachelor degree and had their own business with the average income about US\$ 20,000 – 29,999.

2. Before traveling to Phuket, most foreign tourists had seen advertisement, public relation materials and received tourists information about souvenir in Phuket Province with their traveler's guide book. When they stayed in Phuket, they received very little information.

3. The products that were bought the most were silk cloth and silk products, wooden handicrafts, and cloth products. Goods were mostly paid by cash and the average spending amount was 23,917 baht with the average discount at 5 percent. The shops in the tourist attractions were the most popular places for shopping. The decision making was done by the tourists themselves. The problems in buying souvenirs were the languages used in communication, artificial products and products are more expensive than expected.

4. Foreign tourists who have different demographic characteristics; age, education, occupation, annual income, marital status and nationality have different attitudes toward souvenirs in terms of product such as variety, design, quality, represent Thailand, fashion, uses of products, and handicrafts. In terms of price such as the price were shown clearly and price of souvenirs in Phuket was fair enough. In terms of place such as the distribution of souvenirs shop was good and honesty of shop owners.

5. Foreign tourists who have different demographic characteristics; age, education, occupation, annual income, marital status and nationality have different souvenirs buying behavior in Phuket Province in terms of discount of price, family members, shop owners/sale representative, tourists guides, friends and their own decision making.

6. The influence of media exposure on foreign tourists visiting Phuket Province such as mass media, personalised media and customised media are correlated with the souvenir buying behavior of foreign tourists in Phuket Province in terms of family members, tourists guides, and friends.

7. Motivation factors in terms of emotional and service are correlated with attitudes toward souvenirs in Phuket Province.

8. Motivation factors in terms of product, emotional and service of souvenirs shops are correlated with the souvenir buying behavior of foreign tourists in Phuket Province in terms of amount of money spent on souvenirs, discount of price, family members, friends and their own decision making.

9. The influence of the personalities of foreign tourist's visiting Phuket Province are correlated with attitudes toward souvenirs in terms of product such as variety, design, quality, represent thailand, fashion, uses of products, handicrafts, and it made from natural materials.

10. The influence of the personalities of foreign tourist's visiting Phuket Province are not correlated with the souvenir buying behavior tendencies of foreign tourist in Phuket Province.

11. The attitudes of foreign tourists toward souvenirs in Phuket Province are correlated with the souvenir buying behavior regarding to the amount of money spent on souvenirs and their own decision-making.