PROCEEDING

การประชุมวิชาการ ด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ระดับชาติ ครั้งที่ 4

วันที่ 7 พฤษภาคม 2564

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University

สารจากอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับการจัดให้เป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏอันดับ 1 และอันดับที่ 15 ที่มีคุณภาพทางวิชาการดีที่สุด จากการจัดอันดับของ Webometrics Ranking of World Universities หรือ Ranking Web of World Universities เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จึงดำเนินการผลักดันเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพงานวิจัย นักศึกษา และนักวิจัย ให้มีศักยภาพ และสร้างบรรยากาศการวิจัยให้เกิดขึ้นทั้งมหาวิทยาลัย เพื่อการก้าวไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำของโลก และการที่ผลงานวิจัยของนักศึกษาจะได้รับการยอมรับในระดับชาติได้นั้น นักศึกษาจะต้องมีเวทีในการเผยแพร่องค์ความรู้ของตน ให้ได้มีโอกาสในแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์และนักศึกษาจากต่างสถาบัน นับเป็นโอกาสอันดีที่วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้จัดการประชุมวิชาการด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ระดับชาติ ครั้งที่ 4 "The 4th Conference on Logistics and Supply Chain 2021:CLS2021" เป็นกิจกรรมทางวิชาการที่มีความสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและงานวิจัย ตลอดจนพัฒนาองค์ความรู้จากการวิจัยที่มีคุณภาพไปสู่การพัฒนาและประยุกต์ใช้เพื่อเป็นประโยชน์ทั้งต่อองค์กร สังคมและประเทศชาติ และได้เปิดโอกาสให้นักศึกษา ได้นำเสนอผลงานวิจัยต่อที่ประชุม เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณะชน เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างนักวิจัยในสาขาวิชาที่หลากหลาย ทั้งสถาบันการศึกษาเดียวกัน และ ต่างสถาบันการศึกษา อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพงานวิจัยต่อไป

ดิฉันหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นอีกก้าวหนึ่งที่เปิดโอกาสให้กับอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจได้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายการสร้างสรรค์งานวิจัย และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จาก งานวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล อย่างแท้จริงกับสังคมและประเทศชาติต่อไปในอนาคต

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุติกาญจน์ ศรีวิบูลย์
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สารจากคณบดีวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
ดร.ฉัตรรัตน์ โหตระไวศยะ

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีความยินดีเป็นอย่างยิ่งในการต้อนรับทุกท่านสู่จัดการประชุมวิชาการด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ระดับชาติ ครั้งที่ 4 "The 4th Conference on Logistics and Supply Chain 2021:CLS2021"เพื่อเป็นเวทีให้กับนักศึกษาได้เผยแพร่และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านโลจิสติกส์ ซัพพลายเชน และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ระหว่างนักศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และนักวิชาการ เพื่อสร้างเสริมประสบการณ์และพัฒนาทักษะการนำเสนอผลงานวิจัยของนักศึกษา การจัดงานในครั้งนี้วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับความร่วมมือจากวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่หลากหลาย ทั้งสถาบันการศึกษาเดียวกัน และ ต่างสถาบันการศึกษา ทั้งระดับชาติและนานาชาติ ในการอ่านประเมินผลงานในลักษณะของ Peer Review ดังนั้นผลงานที่ตีพิมพ์ในเอกสารการประชุมนี้จึงเป็นงานวิจัยผ่านการประเมินคุณภาพในขั้นต้นแล้ว

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการจัดประชุมวิชาการในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ที่สนใจทุกท่าน ในการนำไปพัฒนางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและประเทศชาติ และขอขอบพระคุณท่านวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และบุคลากรทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการจัดงาน ในครั้งนี้

ดร.ฉัตรรัตน์ โหตระไวศยะ
คณบดีวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลาย

รายชื่อคณะที่ปรึกษาและรายชื่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อคณะที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุติกาญจน์ ศรีวิบูลย์	อธิการบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา พงษ์เพ็ง	รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร
รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิยา น้อยจันทร์	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ	รองอธิการบดีฝ่ายแผนงานและประกันคุณภาพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรีย์ ยอดฉิม	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน โสมณวัตร	รองอธิการบดี วิทยาเขตนครปฐม
ดร.ฉัตรรัตน์ โหตระไวศยะ	คณบดีวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

รายชื่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน	โสมณวัตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา	วรารัตน์ไชย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์	อารีรัชกุลกานต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภัสสรณ์	สิทธิวรงค์ชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพัชร	กอประเสริฐ
ดร.ฉัตรรัตน์	โหตระไวศยะ
ดร.ชณิชา	หมอยาดี
ดร.อารยา	สุนทรวิภาต
ดร.วิศวะ	อุนยะวงษ์
ดร.ณัฏภัทรศญา	เศรษฐโชติสมบัติ
ดร.ทมนี	สุกใส
ดร.ชุมพล	รอดแจ่ม
ดร.พงษ์เทพ	ภูเดช
ดร.ธิตพงษ์	อัยสานนท์
อาจารย์ พุทธิวัฒน์	ไวยวุฒิธนาภูมิ

กำหนดการ

โครงการประชุมวิชาการด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนระดับชาติ ครั้งที่ 4

"The 4th Conference of Logistics and Supply Chain 2021 (CLS 2021)"

วันศุกร์ที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2564

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม

08.00 – 08.45 น.	คณะกรรมการ ลงทะเบียน Online และประชุมคณะกรรมการโครงการประชุมวิชาการฯ ผ่าน Google Meet
08.45 – 09.00 น.	คณะกรรมการเข้าประจำห้องตามหัวข้อ
09.00 – 12.00 น.	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ตอบคำถาม เกี่ยวกับบทความ Online ผ่าน Google Meet
12.00 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 15.00 น.	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ตอบคำถาม เกี่ยวกับบทความ Online ผ่าน Google Meet (ต่อ)

รหัสบทความ	บทความ	หน้า
CLS-10-02	แบบจำลองทางคณิตศาสตร์สำหรับการหาทำเลที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้าหลายแห่ง กรณีศึกษา ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์แห่งหนึ่งในประเทศไทย	1206
CLS-10-03	อิทธิพลของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีต่อความตั้งใจกลับมาใช้ซ้ำของ ผู้โดยสารทางรถไฟ	1217
CLS-11-01	การจัดการสินค้าคงคลังโดยกรณีศึกษาคลังสินค้า บริษัท เรสเตอร์ เอเชีย จำกัด	1227
CLS-11-02	การประยุกต์ใช้แบบจำลองเชิงเส้นสำหรับการวางแผนการผลิตกระบวนการรีดลวด	1236
CLS-11-03	การประยุกต์ใช้ทฤษฎีข้อจำกัดในกระบวนการผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์	1246
CLS-11-04	วิธีขั้นตอนเชิงพันธุกรรมสำหรับการลดต้นทุนของปัญหาการจัดตารางการผลิตเครื่องจักรขนาน	1255
CLS-11-05	การลดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์	1265
CLS-12-01	กลยุทธ์การจัดซื้อที่ส่งผลต่อการเลือกซัพพลายเออร์ของหน่วยงานภาครัฐ ด้านการคมนาคมขนส่ง	1277
CLS-13-01	พฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟอินทนิลในกองบัญชาการกองทัพบก	1285
CLS-13-02	ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานขายผลิตภัณฑ์ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร	1297
CLS-13-04	แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา	1309
CLS-13-05	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอรี่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	1318
CLS-13-06	การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชั่นมือถือธนาคารพาณิชย์	1329
CLS-13-07	การพิจารณาตัดสินใจจัดลำดับโครงการก่อสร้างสถานีไฟฟ้า และการขยายระบบจำหน่ายไฟฟ้า โดยวิธีกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น	1342
CLS-13-08	กลยุทธ์การตลาดธุรกิจแฟรนไชส์ลูกชิ้นปลาทอดที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	1358
CLS-13-09	ต้นแบบนวัตกรรมระบบหล่อเย็นเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตกระแสไฟฟ้าในระบบโซล่าเซลล์	1368
CLS-13-10	การประเมินคุณภาพการให้บริการของร้านสปากระเป๋า เอ	1379
CLS-13-11	ต้นแบบนวัตกรรมน้ำมันหอมระเหยสมุนไพรกัญชง	1388
CLS-13-12	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันฝึกทักษะภาษาอังกฤษ SPEEXX ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	1400
CLS-13-13	ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านของฝาก ก.ไก่ จังหวัดระนอง	1418
CLS-13-14	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจคลินิกเสริมความงามที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อนการเลือกใช้ของผู้ใช้บริการเขตกรุงเทพมหานคร	1429
CLS-13-15	บุพปัจจัยของนวัตกรรมองค์กรที่มีต่อผลประกอบการ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	1438
CLS-13-17	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวชาวไทย	1447
CLS-13-18	การพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษโดยใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์	1454
CLS-13-19	การออกแบบสื่อการสอนด้วยเกมเพื่อการศึกษา รายวิชาการใช้คอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ เรื่อง อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์	1462

CLS-13-17

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวชาวไทย
Factors influencing the selection of local products among Thai tourists.

กิตติคุณ เกริงกำจรกิจ, สรุต ชำนาญธรรม, เสาวนีย์ สมันต์ศรีพร
Kittikhun Kreangarmjornkit Saruth Chamnathum , ,Saowanee Samantreeporn
สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
gochi034@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษาปัจจัยทางด้านสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง และศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืององผู้ซื้อแต่ละวัย เพศ รวมทั้งข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบของสินค้าพื้นเมือง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสำรวจ เฉพาะประชาชนที่มาเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง จำนวน 400 คน และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อสินค้า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20 – 30 ปี มีอาชีพรับราชการ/อาจารย์ มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองในระดับปานกลาง เลือกซื้อด้วยเหตุผลเพื่อนำไปเป็นของที่ระลึก มีความถี่ในการมาซื้อสินค้า 1ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายใจการซื้อสินค้าต่ำกว่า 100 บาท และได้รับข้อมูลมาจาก เพื่อน,คนรู้จัก ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อสินค้า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านต่างๆ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากร อยู่ในระดับ ปานกลางไปจนถึงดีมาก ต่อการท่องเที่ยวและซื้อสินค้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำสำคัญ พื้นเมือง

Abstract

This research has a purpose. Factors influencing the selection of local products among Thai tourists. Study the product factors affecting shopping behavior in the city. And comparing the purchasing behavior of local products among buyers of different ages, sexes, as well as suggestions for the development of local products. This research is survey research. Only 400 people who came to travel and buy souvenirs and analyzed the data with a percentage value. Most of them are male, aged 20-30 years, have a career in government service / teachers. Earn less than 5,000 baht / month. Have a bachelor's degree. A moderate emphasis on purchasing local products. Buy for a reason to bring as a souvenir. Have a frequency of buying products 1 time per month There is a cost of mind to buy a product less than 100 baht and get information from Friend, acquaintance People who come to travel and buy products Pay attention to

various factors: product, price, location, promotion And personnel aspects are at the moderate to very good level. Continue tourism and buy local products of Thai tourists.

Keywords: Native

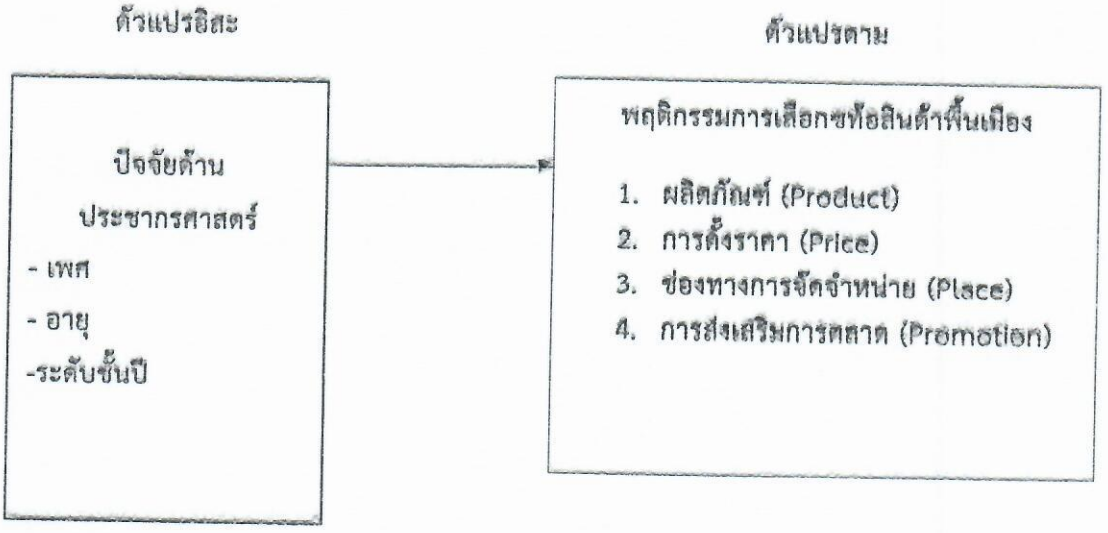
บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อ เนื่องมาตลอด มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวมีผลในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม ในรูปของการบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและในรูปของสินค้า รัฐบาลจึงได้มีนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยพยายามสร้างค่านิยมกระตุ้นให้คนไทยได้เดินทางท่องเที่ยว และมีการจับจ่ายใช้สอยในประเทศตลอดปี

ในส่วนสินค้าที่ระลึกเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น ทำให้เกิดการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในลักษณะต่างๆ ในช่วงเวลาที่ผ่านมาผู้ผลิตและผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ยังขาดการเน้นด้านส่วนประสมการตลาด และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทำให้สินค้ายังไม่เป็นที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

การที่สินค้าที่ระลึกเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น ทำให้เกิดการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในลักษณะต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ในช่วงเวลาที่ผ่านมาผู้ผลิตและผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ยังขาดการศึกษาด้านส่วนประสมการตลาด และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแท้จริง เช่น การออกแบบในด้าน รูปทรง สี วัสดุ และบรรจุภัณฑ์ ความเหมาะสมของราคาสินค้า แหล่งจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์สินค้าให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักอย่างแพร่หลาย เพื่อที่จะทำให้สินค้าเป็นที่น่าสนใจและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดกรอบแนวคิด



วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง

2 เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง

3 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของประชาชนที่มาเที่ยวแต่ละเพศและวัย

4 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนารูปแบบของสินค้าพื้นเมือง

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้มีการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว
- ส่วนประสมการตลาด
- ศักยภาพทางการท่องเที่ยว
- แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการดำเนินการวิจัย ประชากรที่ศึกษาคือประชาชนที่มาเที่ยว จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive) เฉพาะผู้ที่ซื้อสินค้าพื้นเมืองในเวลา 09.00-15.00 น. ตามแหล่งขาย ในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ณ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (research tool) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับเก็บข้อมูลด้านต่าง ๆจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยแยกออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า

การเก็บข้อมูล ดำเนินการสอบถามผู้ที่เลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ได้แก่ ของใช้ และของตกแต่ง เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ฉบับแล้ว ได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ ลงรหัส แบบสัมภาษณ์ที่เป็นปลายเปิดได้นำมาจัดกลุ่มคำทั้งหมด การวิเคราะห์ข้อมูล ได้ประมวลผลข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ประมวลผลข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อหาค่าทางสถิติ นำข้อมูลและค่าทางสถิติมาแปลผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย นำเสนอข้อมูลในรูปของตารางและความเรียง สถิติที่ใช้ในการวิจัยข้อมูลทั่วไป นำเสนอในรูปของจำนวนความถี่ และ ร้อยละ

วัตถุประสงค์การวิจัย

- ประเด็นที่ได้มาปรับแก้ไขตามคำแนะนำ
- นำประเด็นที่ได้หลังปรับปรุงแก้ไขไปใช้ในการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ผู้สนทนาได้แสดงความคิดเห็นตามประเด็นที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.) ศึกษาค้นคว้าตำรา และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2.) จัดทำแบบสอบถามให้ครอบคลุม เป็นไปตามเกณฑ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบคือนักท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชนและหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.) นำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบเกณฑ์การประเมินของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

วิธีการรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น จากนั้นนำแบบสอบถามไปสอบถามเป้าหมายที่วางไว้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูล เอกสาร งานวิชาการ เกณฑ์การประเมินที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโดยใช้ค่าสถิติดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักศึกษา อาจารย์ พ่อบ้านแม่บ้าน นักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

1.ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 อายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.15 มีอาชีพรับราชการ/อาจารย์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32

2.ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองในระดับปานกลาง จำนวน 77คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 เลือกซื้อด้วยเหตุผลเพื่อนำไปเป็นของที่ระลึก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30 มีความถี่ในการมาซื้อสินค้า 1ครั้งต่อเดือน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีค่าใช้จ่ายใจการซื้อสินค้าต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และได้รับข้อมูลมาจาก เพื่อน,คนรู้จัก จำนวน 93 คนคิดเป็นร้อยละ 46.5

3.พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อพื้นเมือง ด้านผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 50 มีรูปร่างลักษณะสีสันและการออกแบบผลิตภัณฑ์ มากที่สุด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ขนาดและปริมาณในระดับ มาก จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

4.พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ด้านราคา โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาถูกคุณภาพพอใช้ มาก จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37 มีราคาปานกลางคุณภาพตามราคา ปานกลาง

จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 มีราคาเหมาะสมกันทั้งคุณภาพและปริมาณ มาก จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และมีราคาแพงคุณภาพสูงในระดับ มาก จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

5. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ด้านสถานที่โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง ภายในร้านกว้างขวาง สะอาด บรรยากาศดีน่าเดิน ในระดับ มากและปานกลางเท่ากัน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30 จัดสินค้าเป็นระเบียบ แบ่งเป็นสัดส่วน สามารถหาสินค้าได้ง่าย ในระดับ มาก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35 การจัดตกแต่งร้านได้สวยงามและน่าดึงดูด ในระดับ มากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ ในระดับปานกลาง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

6.พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ด้านการส่งเสริมการขาย โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการลดราคาสินค้าในระดับปานกลาง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีของแถมและของกำนัลต่างๆ ในระดับปานกลาง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41 มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ในระดับมาก จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36

7.พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ด้านบุคลากรโดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีอัธยาศัยที่ดี สุภาพ และยิ้มแย้มแจ่มใส ในระดับ ปานกลาง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 พนักงานสามารถอธิบายรายละเอียดตอบคำถามแก่ลูกค้า ในระดับ ปานกลาง จำนวน 79คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ ในระดับปานกลาง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40

สรุปและอภิปรายผล

การปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของประชาชน ศึกษาปัจจัยทางด้านสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองและศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อแต่ละวัย รวมทั้งข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบของสินค้าอีกด้วย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีอายุระหว่าง 15-55 ปี และเป็นผู้ซื้อสินค้าพื้นเมือง จำนวน 400 คนและนำมารวบรวมโดยคิดเป็นร้อยละเพื่อหาค่าสถิติในการตอบปัญหาวิจัย วัตถุประสงค์และข้อมูลทางการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 62.5 อายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 31.15 มีอาชีพรับราชการ/อาจารย์ จำนวน 64 คน ร้อยละ 32 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน ร้อยละ 28 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 32

มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมในระดับปานกลาง ร้อยละ 38.5 เลือกซื้อด้วยเหตุผลเพื่อนำไปเป็นของที่ระลึก ร้อยละ 30 มีความถี่ในการมาซื้อสินค้า 1ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 39.5 มีค่าใช้จ่ายใจการซื้อสินค้าต่ำกว่า 100 บาท ร้อยละ 35 และได้รับข้อมูลมาจาก เพื่อน,คนรู้จัก ร้อยละ 46.5

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด ร้อยละ 60 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 50 มีรูปร่างลักษณะสีสันและการออกแบบผลิตภัณฑ์ มากที่สุด ร้อยละ 46 ขนาดและปริมาณในระดับ มาก ร้อยละ 37.5

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาถูกคุณภาพพอใช้ มาก ร้อยละ 37 มีราคาปานกลางคุณภาพตามราคา ปานกลาง ร้อยละ 35.5 มีราคาเหมาะสมกันทั้งคุณภาพและปริมาณ มาก ร้อยละ 40.5 และมีราคาแพงคุณภาพสูงในระดับ มาก ร้อยละ 45.5

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง ของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง ภายในร้านกว้างขวาง สะอาด บรรยากาศดีน่าเดิน ในระดับ มากและปานกลางเท่ากัน ร้อยละ 30 จัดสินค้าเป็นระเบียบ แบ่งเป็นสัดส่วน สามารถหาสินค้าได้ง่าย ในระดับ มาก ร้อยละ 35 การจัดตกแต่งร้านได้สวยงามและน่าดึงดูด ในระดับ มากที่สุด ร้อยละ 38.5 และมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ ในระดับปานกลาง ร้อยละ 35.5

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการลดราคาสินค้า ในระดับปานกลาง ร้อยละ 37.5 มีของแถมและของกำนัลต่างๆ ในระดับปานกลาง ร้อยละ 41 มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ในระดับมาก ร้อยละ 36

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีอัธยาศัยที่ดี สุภาพ และยิ้มแย้มแจ่มใส ในระดับ ปานกลาง ร้อยละ 38.5 พนักงานสามารถอธิบายรายละเอียดตอบคำถามแก่ลูกค้า ในระดับ ปานกลาง ร้อยละ 39.5 และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ ในระดับปานกลาง ร้อยละ 40

นอกจากนี้ประชาชนที่มาเที่ยวยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้าพื้นเมือง มีข้อเสนอแนะว่า สินค้าควรเน้นเรื่องประโยชน์ในการใช้สอย ควรพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและขนาด ควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สินค้าควรมีราคาถูก ควรผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด สินค้าควรมีความแข็งแรง คงทน รูปแบบสินค้าควรมีความแปลกใหม่ ดูน่าสนใจ บรรจุภัณฑ์สินค้าควรมีความสวยงาม ควรใช้นโยบายเศรษฐกิจพอเพียง รูปแบบสินค้าควรเน้นในเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน ควรพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ผ้าพื้นเมืองควรมีสีสันและลวดลายที่ทันสมัย สินค้าควรมีความสวยงามเป็นธรรมชาติ ประเภทของตกแต่ง มีข้อเสนอแนะว่า รูปแบบสินค้าควรมีความหลากหลาย วัสดุในการทำสินค้าควรมีความหลากหลาย สินค้าควรมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย ขนาดของสินค้าควรมีความหลากหลาย สินค้าควรมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด สินค้าควรมีราคาถูก ควรพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่และแตกต่างกับของที่อื่น รูปแบบสินค้าควรเน้นในเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน สินค้าควรมีความประณีต ควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับสมัยใหม่ สินค้าควรมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์แบบไทยๆ รูปแบบสินค้าควรดูเด่น หรู แต่ราคาไม่แพงมาก ควรใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น ควรส่งเสริมให้แต่ละท้องถิ่นผลิตสินค้าพื้นเมือง

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543 ก). **ผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2542 และแผนปฏิบัติการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2543**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

_____ (2543 ข). **รายงานประจำปี 2543**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2541). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2541-2544**. [CD-ROM] กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

_____ . (2544). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา.

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2537). **ปกิณกะบทความวิชาการด้านการท่องเที่ยว เล่ม 2**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประชิด ทิณบุตร. (2531). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ประเสริฐ ศิลรัตนา. (2531). **ของที่ระลึก**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ปวีณา โทนแก้ว. (2542). **ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. กรุงเทพฯ: ร่วมค้า.

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2522. (2522). **ราชกิจจานุเบกษา**. เล่ม 96 ตอนที่ 72. กรุงเทพฯ:.

พิบูล ทีปะปาน. (2534). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: เซลโล่การพิมพ์.

พูลศิริ กลายสุข. (2549). **พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไพบูลย์ เทวรักษ์. (2537). **จิตวิทยา** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เอส. ดี. เพรส.

นวลน้อย บุญวงษ์. (2542). **หลักการออกแบบ**.(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย.

นันทิยา ตันตราสืบ. (2545). **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภค ชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์

สอบถามเพิ่มเติม

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม
เลขที่ 111/3-5 หมู่ 2 ต.คลองโยง
อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170
โทร 034-964-917