

51602721: สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ: ปัจจัย/การตัดสินใจ/สินค้า/ตลาดน้ำอัมพวา

ธัญญา กาญจนภาส: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ. ดร. พิทักษ์ศิริวงศ์. 167 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าภายในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-Test และ F-Test

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.75 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 73.75 มีรายได้รวมต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.75 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 41.25 ปัจจัยด้านจิตวิทยาส่งผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดน้ำอัมพวาของนักท่องเที่ยว โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านบุคลิกภาพมากที่สุด ให้ความสำคัญด้านการรับรู้ในตลาดน้ำอัมพวา อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญด้านการมุ่งใจในการซื้อสินค้าน้อยที่สุด การตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกภายในตลาดน้ำอัมพวา โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านของกินมากที่สุด ให้ความสำคัญด้านของที่ระลึก อยู่ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญด้านของใช้น้อยที่สุด ความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ รายได้รวมต่อเดือน และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึก ส่วนสภาพสมรส อาชีพและขนาดครอบครัวที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึก ความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยจิตวิทยา พบว่า ปัจจัยจิตวิทยาการมุ่งใจต่อการซื้อสินค้า การรับรู้ต่อการซื้อสินค้า การเรียนรู้ต่อการซื้อสินค้า บุคลิกภาพต่อการซื้อสินค้า และทัศนคติต่อการซื้อสินค้า ที่แตกต่างกันมีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทของกินภายในตลาดน้ำอัมพวามากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการที่ขายสินค้าประเภทของกิน ควรเน้นถึงความสะอาด และอร่อย เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั่นเอง และผู้ประกอบการที่ขายสินค้าประเภทเครื่องดื่ม เช่น กาแฟ หรือชาโบราณ ควรเน้นรสชาติหวานหอม มัน และเน้นรสชาติที่เข้มข้น ส่วนน้ำสมุนไพร ควรเน้นที่ความอร่อย มีประโยชน์ต่อร่างกาย เนื่องจากอาหารประเภทเครื่องดื่ม ถือว่าขายดี

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

51602721 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : FACTORS / DECISION / PRODUCTS / AMPHAWA

THANANYA KARNJANAPHAST: FACTORS AFFECTING TO TRAVELERS' DECISION OF PURCHASING PRODUCTS IN AMPHAWA FLOATING MARKET, SAMUTSONGKRAM PROVINCE. THESIS ADVISOR : ASST. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph. D. 167 pp.

This research had the purposes to study travelers' behavior of purchasing products and factors affecting to travelers' decision of purchasing products. Sample group of the study was consumers who used to purchasing products in Amphawa floating market, Samutsongkram province all 400 consumers. Statistics used for analyzing were mean, standard deviation, t-Test, and F-Test.

The result was found that travelers in Amphawa floating market mostly were female at 57.75%; their age was 21-30 years old at 50%; their marriage status was single at 73.75%; their salary was more 25,001 baht at 24.75%; their career was staffs of private firms/ employees at 41.25%. The psychological factors affecting to travelers' decision of purchasing products generally was at the high level. When considering neatly each side, it was found that consumers focused the most on the appearance; the next focused on the perception in Amphawa floating market; the least focused on the persuasion of purchasing products. The decision of purchasing some souvenirs in Amphawa floating market generally was at the high level. When considering neatly each side, it was found that consumers focused the most on food; the next focused on souvenirs; the least on the utilities. Travelers' different decision of purchasing souvenirs classifying under personal factors was found that the different sex, age, salary, and educational level were different about the decision of purchasing souvenirs; meanwhile, the different marriage status, career, and the family size were not different about the decision of purchasing souvenirs. Travelers' different decision of purchasing souvenirs classifying under personal factors was found that the different psychological factors of persuasion, perception of purchasing products, learning of purchasing products, appearance of purchasing products, and attitude of purchasing products were different about the decision of purchasing souvenirs.

The suggestion of this research was found that traveler's decided to purchase products in the kind of food in Amphawa floating market. So operators selling food should realize of the cleaning and the good taste for attracting travelers' decision of purchasing their products. Operators selling the beverage such as coffee, traditional tea should focused on the beautiful smell, and strong taste; for the herb juice should focused on the good taste, and the nutrition of the health because the beverage was very well sold.

Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2012

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ และ อาจารย์ ดร.สุวิชา วรวิเชียรวงษ์ ที่ได้เสียสละเวลาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ถึงประเด็นต่างๆ ในการศึกษาและชี้แนวทางในการแก้ปัญหา การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม และได้กรุณาตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษารวมทั้งการแก้ไขงานให้สมบูรณ์

ขอขอบคุณ อาจารย์ ผศ.ดร.สุธรรม รัตนโชติ อาจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล และ ผศ.ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร ที่ได้เสียสละเวลาให้คำแนะนำคิดเห็นในการทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณความช่วยเหลือและกำลังใจที่ได้รับจากครอบครัว ตลอดจนหัวหน้างานและเพื่อนๆ MBA รุ่น 1 มหาวิทยาลัยศิลปากร จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และผู้ที่สนใจบ้างไม่มากก็น้อยและหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้