

168022

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกาเหนือที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไทย จำแนกตามสถานภาพทั่วไป พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับเพศ ได้แก่ ประเภทของเครื่องหนังไทย และโทนสีของเครื่องหนัง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับอายุ ได้แก่ ชนิดของหนัง ความต้องการให้เครื่องหนังไทยมีการปรับปรุงงบประมาณที่ต้องการซื้อต่อครั้ง ลักษณะการตั้งราคา วิธีการชำระเงิน การได้รับข้อมูลแหล่งจัดจำหน่าย แหล่งจัดจำหน่ายที่ต้องการซื้อ และเหตุผลในการเลือกแหล่งจัดจำหน่าย ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับถิ่นที่อยู่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อ งบประมาณที่ต้องการซื้อต่อครั้ง และแหล่งจัดจำหน่ายที่ต้องการซื้อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทาง ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ประเภทของหนังสัตว์ที่ต้องการซื้อ งบประมาณที่ต้องการซื้อต่อครั้ง ลักษณะการตั้งราคา วิธีการชำระเงิน ส่วนลดโดยเฉลี่ย การได้รับข้อมูลแหล่งจัดจำหน่าย เหตุผลในการเลือกแหล่งจัดจำหน่าย และรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ต้องการ สำหรับการเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกาเหนือ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป พบว่า ด้านเพศมีความแตกต่างกัน 1 รายการ ด้านอายุมีความแตกต่างกัน 13 รายการ ด้านถิ่นที่อยู่มีความแตกต่างกัน 1 รายการ และด้านลักษณะการเดินทางมีความแตกต่างกัน 11 รายการ การวิจัยครั้งนี้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .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

168022

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

168022

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)

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized, elongated horizontal stroke with a vertical line intersecting it, followed by the name "Amin" in cursive.

Chairperson