



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การวิจัยพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในยูนนาน
THE RESEARCH ON THE SHOPPING BEHAVIOR OF
THAI TOURISTS IN YUNNAN
泰国赴滇旅游者购物行为研究

ZHANG XIDAN

(张曦丹)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

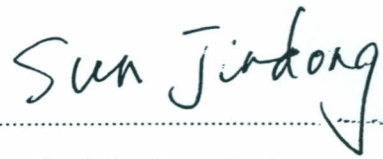
การวิจัยพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในยูนนาน
THE RESEARCH ON THE SHOPPING BEHAVIOR OF THAI TOURISTS IN YUNNAN
泰国赴滇旅游者购物行为研究

ZHANG XIDAN (张曦丹)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2556




รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



Asst. Prof. Dr. Sun Jindong
อาจารย์ที่ปรึกษา



Asst. Prof. Dr. Sun Jindong
กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



Dr. Li Renliang
กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



อาจารย์ ดร.พวงชมพู โจนส์
ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต



รองศาสตราจารย์อียสา จันทรวิตยานุชิต
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพรรณราย แสงวิเชียร
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

การวิจัยพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยในยูนนาน

ZHANG XIDAN 544100

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: SUN JINDONG, Ph.D.

บทคัดย่อ

รายได้จากการช้อปปิ้งในการท่องเที่ยว ถือเป็นอัตรารายได้ในสัดส่วนที่ใหญ่ที่สุด นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมทางการจราจรในการท่องเที่ยว ยูนนานถือได้ว่าอยู่ในฐานะมณฑลแห่งการท่องเที่ยว แต่ทว่ารายได้จากการช้อปปิ้งในการท่องเที่ยวกลับต่ำกว่าเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวช่วงขาเข้าประเทศเป็นหลัก จะมีผลเชิงบวกต่อการเพิ่มความสุขการช้อปปิ้งในการท่องเที่ยวที่ยูนนานของผู้มาเยือน ส่งเสริมระดับการช้อปปิ้งในการท่องเที่ยวของยูนนาน และรายได้การท่องเที่ยวช่วงขาเข้าของยูนนานจะมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น

วิธีการวิจัยที่ใช้เป็นหลักสำคัญของบทความนี้ คือ วิธีการศึกษาจากตำรา วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ จากข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์พฤติกรรมการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยว รวมถึงการเริ่มต้นวิเคราะห์หมวดสินค้าต่อการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยว ซึ่งพฤติกรรมการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นเนื้อหาหลักในการทำวิจัย โดยเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ประกอบด้วย Spss, Excel, visoi เป็นต้น และช่วยให้ได้รับทราบผลลักษณะพฤติกรรมการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดยผลการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวออกมาสอดคล้องกัน คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวจะมีการตัดสินใจไปช้อปปิ้งด้วย มีอิสระและตัดสินใจด้วยตนเองในการช้อปปิ้ง มีโอกาสค่อนข้างน้อยในการกลับไปช้อปปิ้งอีกครั้ง มีความคาดหวังในการบริการด้าน ช้อปปิ้งค่อนข้างสูง เป็นต้น ตามวิธีการทฤษฎีทางการตลาด 4Vs ลักษณะเหล่านี้ การเสนอความคิดเห็นรวมถึงข้อโต้แย้งที่เหมาะสมจะมีส่วนช่วยพัฒนาตลาดการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อยูนนานได้เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: พฤติกรรมการช้อปปิ้งในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย



THE RESEARCH ON THE SHOPPING BEHAVIOR OF THAI TOURISTS IN YUNNAN

ZHANG XIDAN 544100

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

THESIS ADVISORY COMMITTEE: SUN JINDONG,
Ph.D.

ABSTRACT

Apart from the tourism traffic expenses, the income from tourism shopping contributed the second largest proportion to the total foreign exchange income. By studying the research of Thai tourists who visited Yunnan and analyzing their shopping behavior, we draw a conclusion on the shopping behavior corresponded characteristics, providing the countermeasure for future development of the tourism market of Thailand, stimulating the tourists pleasure feeling about Yunnan tourism, promoting Yunnan tourism shopping consumption standard, and increasing inbound tourism revenue in Yunnan.

The main research methods of this article are literature research, quantitative research and qualitative research method. By using the Internet, library and other related information channels, the consumer behavior in tourism, tourist behavior and tourism decision-making behavior, tourism products, tourism products, tourism products would be discussed in this article. Using shopping behavior of tourism consumer in Thailand as the main research content, we designed questionnaires according to the principle of 5W1H, and also revealed the shopping behavior characteristics by applying the software of Spss, Excel, Visoi and other tools to analyze the

research material, and processing the collected data of Thailand tourism market.

From the analysis results, it is found that the consumer shopping behavior has characteristics as follow: partial shopping, strong independence of shopping, low possibility of repurchases, high standard of shopping service. According to the characteristics, and referred to the marketing theories of 4Vs, we would develop some countermeasures for the development of Yunnan Thailand shopping market.

Keywords: Thai Tourists, Tourism Shopping Behavior



泰国赴滇旅游者购物行为研究

张曦丹 544100

工商管理硕士

指导教师：孙金冬 博士

摘要

旅游购物收入是除旅游交通费用外占旅游外汇收入比重最大的部分。云南作为旅游大省但旅游购物收入却低于全国平均水平，因此对主要入境客源国消费者购物行为研究对提高游客在云南旅游购物的愉悦度，促进云南旅游购物消费水平，增加云南入境旅游收入有积极作用。

本文主要运用的研究方法是文献研究法、定量研究法和定性研究法。从性别、年龄、学历、职业、旅游目的不同旅游消费者的购物商品差异、购物地点差异及对云南旅游购物的满意度三大部分入手。以泰国旅游消费者购物行为作为主要研究内容，根据 5W1H 设计问卷，通过 Spss、Excel、visoi 等工具对研究内容进行分析，得出泰国旅游者的购物行为特点。

由分析结果得出相应的消费者购物行为特点：具有购物部分性、购物自主性强、再次购物机率小、购物服务要求高等特点。根据这些特点联系市场营销 4Vs 理论方法对云南发展泰国购物市场提出相应的意见及对策。

关键词： 泰国消费者 旅游购物行为