

**บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)**  
**โครงการสำรวจข้อมูลพฤติกรรม**  
**การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ปี 2558**



ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

พฤษภาคม 2559

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้มอบหมายให้บริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด ทำการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2558 จำนวนรวม 1,200 ตัวอย่าง ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวรวม 14 สัญชาติ ได้แก่ จีน มาเลเซีย รัสเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และอเมริกัน **จำนวนสัญชาติละ 100 ตัวอย่าง** (รวม 600 ตัวอย่าง)

และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี สิงคโปร์ อินเดีย อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย **จำนวนสัญชาติละ 75 ตัวอย่าง** (รวม 600 ตัวอย่าง)

โดยทั้งหมดได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม พฤศจิกายน และธันวาคม ปี พ.ศ. 2558 ณ จุดขายออกที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานดอนเมือง สรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

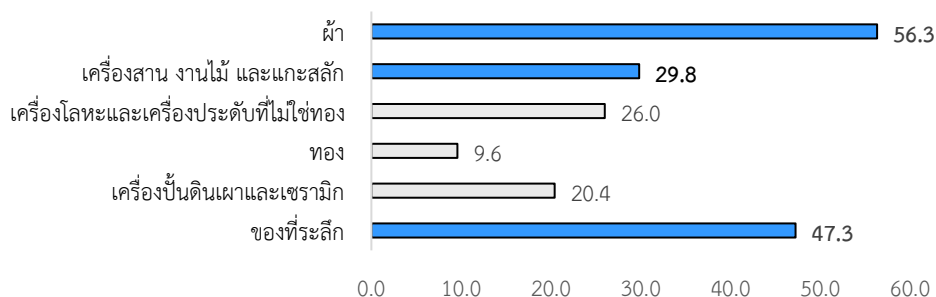
### 1 ประเภทสินค้าหัตถกรรมที่ซื้อ

ในการศึกษานี้ได้มุ่งเน้นประเภทสินค้าหัตถกรรมใน 6 ประเภท ได้แก่ 1) ผ้า 2) เครื่องสานงานไม้ และแกะสลัก 3) เครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง 4) ทอง 5) เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก และ 6) ของที่ระลึก เท่านั้น

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมรวมจำนวน 1,200 ตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้าในสัดส่วนที่มากที่สุด โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมซื้อคิดเป็นร้อยละ 56.3 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด

รองลงมาเป็น **ของที่ระลึก** โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อร้อยละ 47.3 **เครื่องสานงานไม้และแกะสลัก** โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อร้อยละ 29.8 **เครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง** โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อร้อยละ 26.0 **เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก** โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อร้อยละ 20.4 และ**ทอง** โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อร้อยละ 9.6 ตามลำดับ

ภาพแสดงร้อยละของประเภทสินค้าหัตถกรรมที่ซื้อ



เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภทสินค้าหัตถกรรม และสัญชาตินักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

## 1.1 สินค้าหัตถกรรมประเภทผ้า

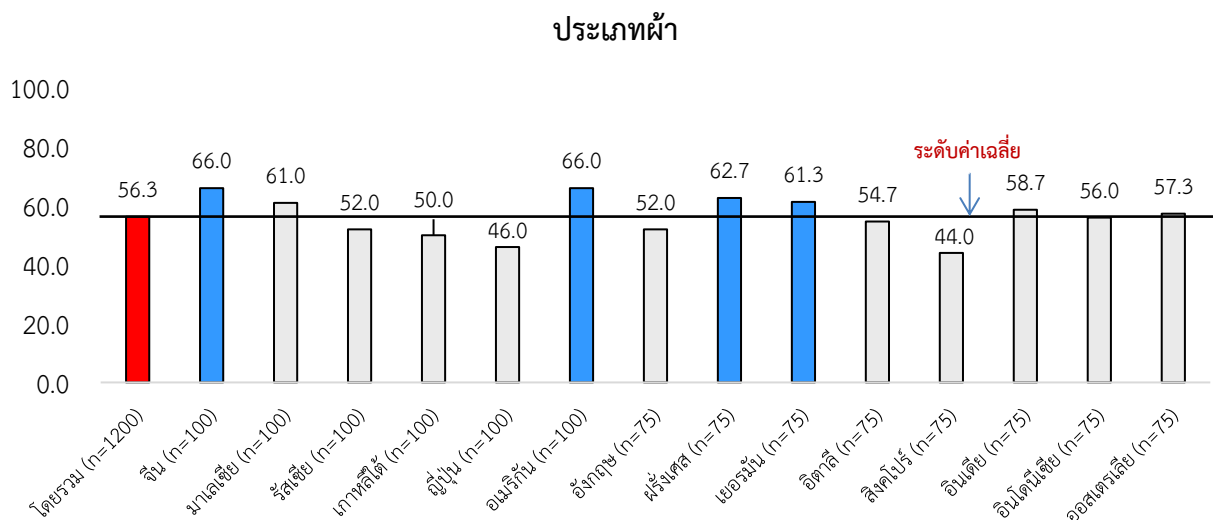
เช่น ผ้าบาติก เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และกระเป๋าและบรรจุภัณฑ์ผ้า เป็นต้น พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวรวมทุกสัญชาติที่ซื้อคิดเป็นร้อยละ 56.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และซื้อเฉลี่ยคนละ 2,823 บาท

สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้ามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ **อันดับที่ 1** นักท่องเที่ยวสัญชาติจีน (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ซื้อร้อยละ 66.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,833 บาท) และนักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอเมริกันที่ซื้อร้อยละ 66.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 5,060 บาท)

**อันดับที่ 2** นักท่องเที่ยวสัญชาติฝรั่งเศส (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสที่ซื้อร้อยละ 62.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,846 บาท)

และ**อันดับที่ 3** นักท่องเที่ยวสัญชาติเยอรมัน (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเยอรมัน ที่ซื้อร้อยละ 61.3 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 3,884 บาท) เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ รายละเอียด ดูจากแผนภาพข้างล่าง

นอกจากนี้ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ ที่ไม่ได้นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้าอยู่ใน 3 อันดับแรก แต่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ได้แก่ นักท่องเที่ยวมาเลเซีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่ซื้อร้อยละ 61.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 3,234 บาท) และนักท่องเที่ยวอิตาลี (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอิตาลีที่ซื้อร้อยละ 54.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 3,644 บาท) เป็นต้น



## 1.2 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก

เช่น ตะกร้าสาน ของตกแต่งบ้านและสวน และกระเป๋า/กระเป๋าใส่เหรียญ เป็นต้น พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวรวมทุกสัญชาติที่ซื้อคิดเป็นร้อยละ 29.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,048 บาท

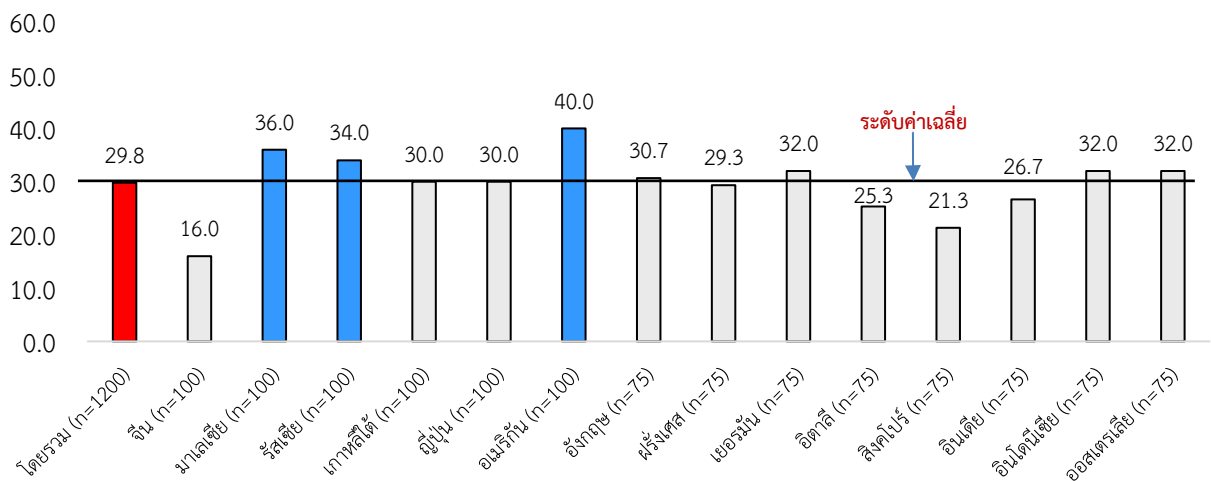
สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลักมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ **อันดับที่ 1** นักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอเมริกันที่ซื้อร้อยละ 40.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,425 บาท)

**อันดับที่ 2** นักท่องเที่ยวสัญชาติมาเลเซีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่ซื้อร้อยละ 36.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,251 บาท)

และ**อันดับที่ 3** นักท่องเที่ยวสัญชาติรัสเซีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่ซื้อร้อยละ 34.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,966 บาท) เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ รายละเอียดดูจากแผนภาพข้างล่าง

นอกจากนี้ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ ที่ไม่ได้นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลักอยู่ใน 3 อันดับแรก **แต่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง** ได้แก่ นักท่องเที่ยวอินเดีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียที่ซื้อร้อยละ 26.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,954 บาท) และนักท่องเที่ยวอังกฤษ (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอังกฤษที่ซื้อร้อยละ 30.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,885 บาท) เป็นต้น

ประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก



### 1.3 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง

เช่น ของตกแต่งบ้าน เครื่องประดับเงินที่ไม่มีอัญมณีหรือหินสี และเครื่องประดับที่มีอัญมณีหรือหินสี เป็นต้น พบว่า นักท่องเที่ยวรวมทุกสัญชาติที่นิยมซื้อคิดเป็นร้อยละ 26.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,124 บาท

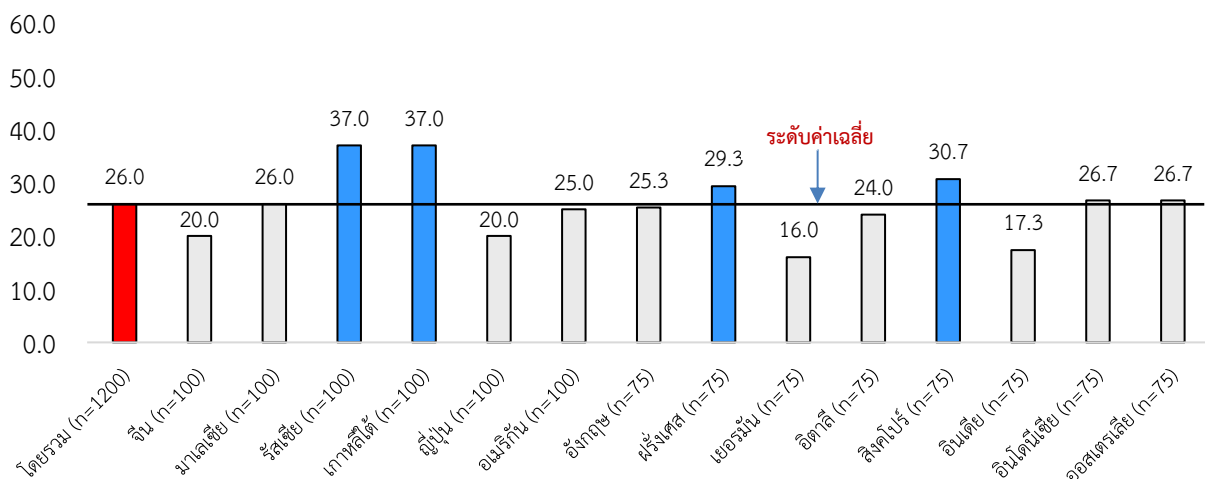
สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทองมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ **อันดับที่ 1** นักท่องเที่ยวสัญชาติรัสเซีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวรัสเซียที่ซื้อร้อยละ 37.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,795 บาท) และนักท่องเที่ยวสัญชาติเกาหลีใต้ (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่ซื้อร้อยละ 37.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,632 บาท)

**อันดับที่ 2** นักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ที่ซื้อร้อยละ 30.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 3,789 บาท)

และ**อันดับที่ 3** นักท่องเที่ยวสัญชาติฝรั่งเศส (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสที่ซื้อร้อยละ 29.3 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,407 บาท) เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ รายละเอียดดูจากแผนภาพข้างล่าง

นอกจากนี้ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ ที่ไม่ได้นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทองอยู่ใน 3 อันดับแรก **แต่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง** ได้แก่ นักท่องเที่ยวอินเดีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียที่ซื้อร้อยละ 17.3 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 3,049 บาท) และนักท่องเที่ยวออสเตรเลีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวออสเตรเลียที่ซื้อร้อยละ 26.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,918 บาท) เป็นต้น

ประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง



## 1.4 สินค้าหัตถกรรมประเภททอง

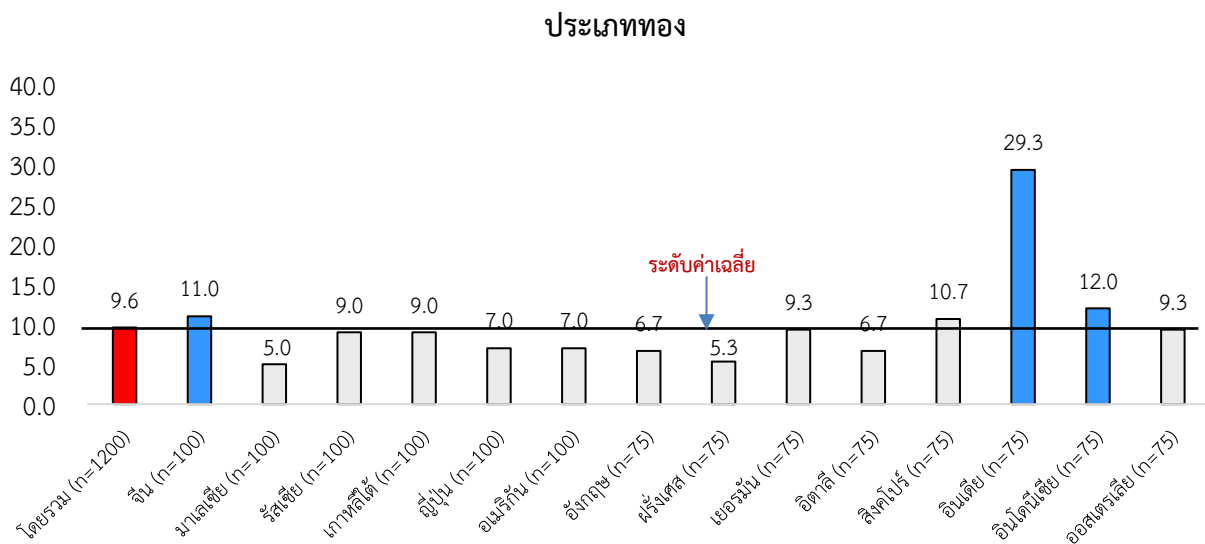
เช่น เครื่องประดับที่ทำจากทอง และของที่ระลึกที่ทำจากทอง เป็นต้น พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวรวมทุกสัญชาติที่ซื้อคิดเป็นร้อยละ 9.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 16,007 บาท

สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภททองมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ **อันดับที่ 1** นักท่องเที่ยวสัญชาติอินเดีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียที่ซื้อร้อยละ 29.3 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 15,273 บาท)

**อันดับที่ 2** นักท่องเที่ยวสัญชาติอินโดนีเซีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอินโดนีเซียที่ซื้อร้อยละ 12.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 13,800 บาท)

และ**อันดับที่ 3** นักท่องเที่ยวสัญชาติจีน (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ซื้อร้อยละ 11.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 12,545 บาท) เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ รายละเอียดดูจากแผนภาพข้างล่าง

นอกจากนี้ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ ที่ไม่ได้นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภททองอยู่ใน 3 อันดับแรก **แต่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง** ได้แก่ นักท่องเที่ยวออสเตรเลีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวออสเตรเลียที่ซื้อร้อยละ 9.3 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 23,500 บาท) นักท่องเที่ยวเยอรมัน (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเยอรมันที่ซื้อร้อยละ 9.3 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 22,143 บาท) และนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ที่ซื้อร้อยละ 10.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 19,713 บาท) เป็นต้น



## 1.5 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก

เช่น เครื่องครัว ของตกแต่งบ้าน และถ้วยชาม ที่ทำจากเซรามิก เป็นต้น พบว่า นักท่องเที่ยวรวมทุกสัญชาติที่ซื้อคิดเป็นร้อยละ 20.4 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,403 บาท

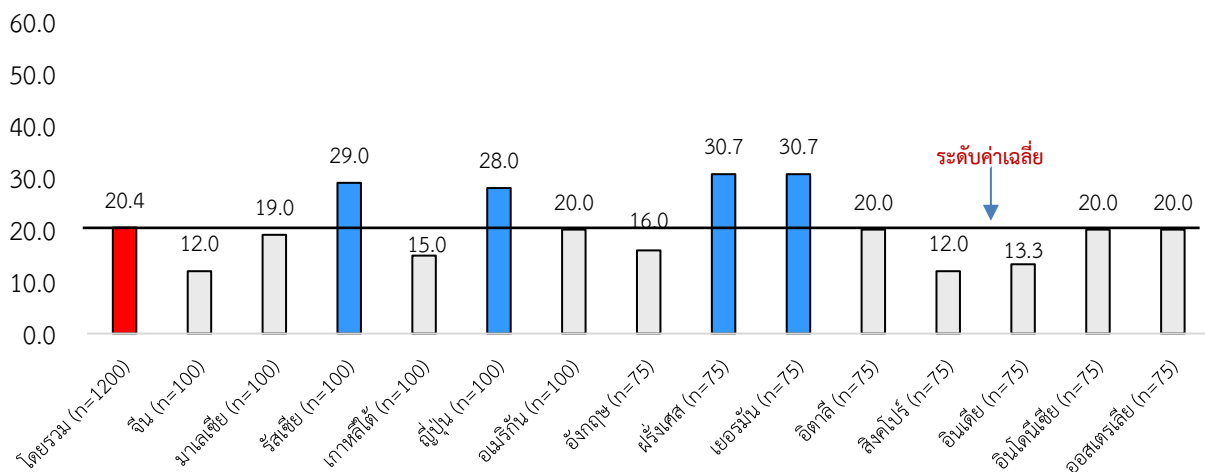
นักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ **อันดับที่ 1** นักท่องเที่ยวสัญชาติฝรั่งเศส (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสที่ซื้อร้อยละ 30.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,074 บาท) และนักท่องเที่ยวสัญชาติเยอรมัน (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเยอรมันที่ซื้อร้อยละ 30.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 3,376 บาท)

**อันดับที่ 2** นักท่องเที่ยวสัญชาติรัสเซีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่ซื้อร้อยละ 29.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,822 บาท)

และ**อันดับที่ 3** นักท่องเที่ยวสัญชาติญี่ปุ่น (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปที่ซื้อร้อยละ 28.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,218 บาท) เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ รายละเอียดดูจากแผนภาพข้างล่าง

นอกจากนี้ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ ที่ไม่ได้นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก อยู่ใน 3 อันดับแรก **แต่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง** ได้แก่ นักท่องเที่ยวอินเดีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียที่ซื้อร้อยละ 13.3 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 4,600 บาท) และนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่ซื้อร้อยละ 15.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 3,613 บาท) เป็นต้น

ประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก



## 1.6 สินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึก

เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเหล็ก และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ เป็นต้น พบว่านักท่องเที่ยวรวมทุกสัญชาติที่ซื้อคิดเป็นร้อยละ 47.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,623 บาท

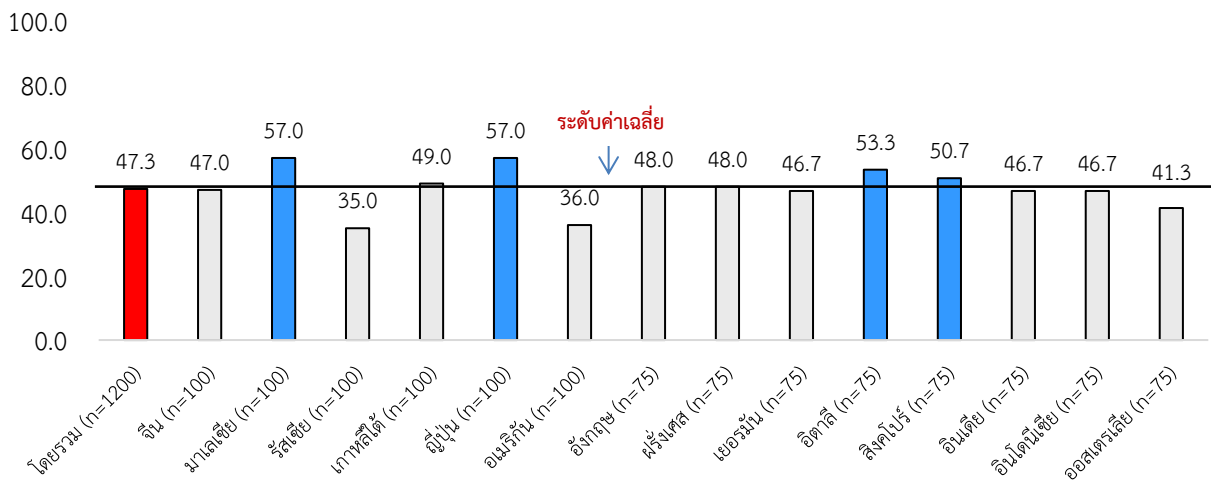
สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึกมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ **อันดับที่ 1** นักท่องเที่ยวสัญชาติมาเลเซีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่ซื้อร้อยละ 57.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,041 บาท) และนักท่องเที่ยวสัญชาติญี่ปุ่น (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่ซื้อร้อยละ 57.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,057 บาท)

**อันดับที่ 2** นักท่องเที่ยวสัญชาติอิตาลี (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวอิตาลีที่ซื้อร้อยละ 53.3 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,590 บาท)

และ**อันดับที่ 3** นักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ ที่ซื้อร้อยละ 50.7 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,565 บาท) เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ รายละเอียดดูจากแผนภาพข้างล่าง

นอกจากนี้ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ ที่ไม่ได้นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึกอยู่ใน 3 อันดับแรก แต่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ได้แก่ นักท่องเที่ยวจีน (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ซื้อร้อยละ 47.0 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 4,220 บาท) และนักท่องเที่ยวออสเตรเลีย (โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวออสเตรเลียที่ซื้อร้อยละ 41.3 หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,361 บาท) เป็นต้น

ประเภทของที่ระลึก



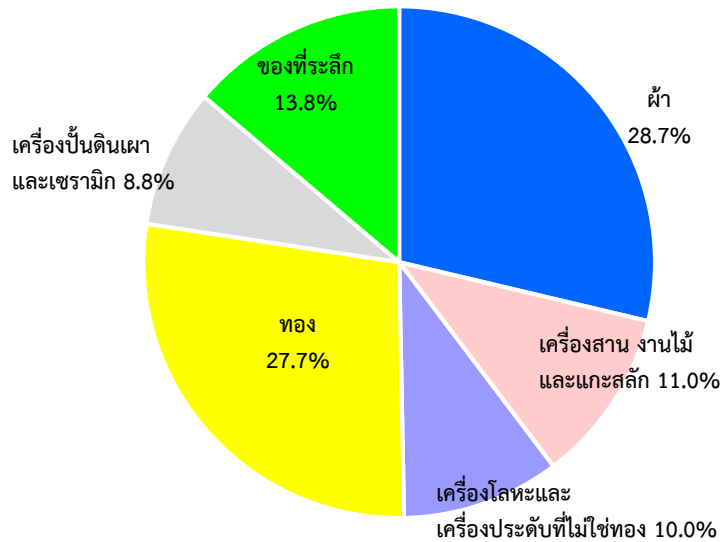


## 2 มูลค่าและสัดส่วนมูลค่าสินค้าหัตถกรรมที่ซื้อในแต่ละประเภท

จากการสำรวนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมจำนวน 1,200 ตัวอย่าง พบว่า มูลค่าทั้งหมดของการซื้อสินค้าหัตถกรรมทุกประเภท รวมกันเป็นจำนวนเงิน 6,654,011 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 5,545 บาท โดยมีสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่ซื้อ มูลค่ารวมที่ซื้อ ค่าเฉลี่ยที่ซื้อต่อคน และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ซื้อรวมในแต่ละประเภทสินค้าหัตถกรรม โดยเรียงตามสัดส่วนมูลค่าที่ซื้อ ดังนี้

- 1) **ผ้า** มีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.7 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด มีมูลค่ารวม 1,908,654 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,823 บาท และมีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อรวม 676 ตัวอย่าง
- 2) **ทอง** มีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 27.7 มีมูลค่ารวม 1,840,800 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 16,007 บาท และมีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อรวม 115 ตัวอย่าง
- 3) **ของที่ระลึก** มีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อร้อยละ 13.8 มีมูลค่ารวม 920,080 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,623 บาท และมีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อรวม 567 ตัวอย่าง
- 4) **เครื่องสานงานไม้และแกะสลัก** มีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อร้อยละ 11.0 มีมูลค่ารวม 733,070 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,048 บาท และมีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อรวม 358 ตัวอย่าง
- 5) **เครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง** มีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อร้อยละ 10.0 มีมูลค่ารวม 662,737 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,124 บาท และมีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อรวม 312 ตัวอย่าง
- 6) **เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก** มีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อร้อยละ 8.8 มีมูลค่ารวม 588,670 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,403 บาท และมีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อรวม 245 ตัวอย่าง

### สัดส่วนของมูลค่าสินค้าหัตถกรรมที่ซื้อในแต่ละประเภท



เมื่อพิจารณาตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอัตราการกำลังซื้อสินค้าหัตถกรรมทุกประเภทรวมกันสูงกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่

- นักท่องเที่ยวสัญชาติอินเดีย (ซื้อเฉลี่ยคนละ 8,780 บาท)
- นักท่องเที่ยวอเมริกัน (ซื้อเฉลี่ยคนละ 6,922 บาท)
- นักท่องเที่ยวเยอรมัน (ซื้อเฉลี่ยคนละ 6,820 บาท)
- นักท่องเที่ยวออสเตรเลีย (ซื้อเฉลี่ยคนละ 6,616 บาท) และ
- นักท่องเที่ยวจีน (ซื้อเฉลี่ยคนละ 6,299 บาท) เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเภทสินค้าหัตถกรรม และสัญชาตินักท่องเที่ยวที่มีอัตราการกำลังซื้อสูง มีรายละเอียดดังนี้

#### 2.1 สินค้าหัตถกรรมประเภทผ้า (เช่น ผ้าบาติก เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และกระเป๋าและบรรจุภัณฑ์ผ้า เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้าจำนวน 676 ตัวอย่าง พบว่ามีมูลค่าที่ซื้อทั้งหมดรวมเป็นจำนวนเงิน 1,908,654 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,824 บาท

โดยมีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่มีกำลังซื้อสูงสุดในสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้า 3 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน (ซื้อเฉลี่ยคนละ 5,060 บาท) นักท่องเที่ยวเยอรมัน (ซื้อเฉลี่ยคนละ 3,884 บาท) และนักท่องเที่ยวอิตาลี (ซื้อเฉลี่ยคนละ 3,644 บาท) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

## 2.2 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก (เช่น ตะกร้าสาน ของตกแต่งบ้านและสวน และ กระเป๋า/กระเป๋าใส่เหรียญ เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก จำนวน 358 ตัวอย่าง พบว่า มีมูลค่าที่ซื้อทั้งหมดรวมเป็นจำนวนเงิน 733,070 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,048 บาท

โดยมีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่มีกำลังซื้อสูงสุดในสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก 3 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติอินเดีย (ซื้อเฉลี่ยคนละ 2,954 บาท) นักท่องเที่ยวอังกฤษ (ซื้อเฉลี่ยคนละ 2,885 บาท) และนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ (ซื้อเฉลี่ยคนละ 2,556 บาท) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

## 2.3 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง (เช่น ของตกแต่งบ้าน เครื่องประดับเงินที่ไม่มีอัญมณีหรือหินสี และเครื่องประดับ ที่มีอัญมณีหรือหินสี เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทองจำนวน 312 ตัวอย่าง พบว่า มีมูลค่าที่ซื้อทั้งหมดรวมเป็นจำนวนเงิน 662,737 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,125 บาท

โดยมีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่มีกำลังซื้อสูงสุดในสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง 3 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ (ซื้อเฉลี่ยคนละ 3,789 บาท) นักท่องเที่ยวอินเดีย (ซื้อเฉลี่ยคนละ 3,049 บาท) และนักท่องเที่ยวออสเตรเลีย (ซื้อเฉลี่ยคนละ 2,918 บาท) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

## 2.4 สินค้าหัตถกรรมประเภททอง (เช่น เครื่องประดับที่ทำจากทอง และของที่ระลึกที่ทำจากทอง เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภททองจำนวน 115 ตัวอย่าง พบว่า มีมูลค่าที่ซื้อทั้งหมดรวมเป็นจำนวนเงิน 1,840,800 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 16,007 บาท

โดยมีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่มีกำลังซื้อสูงสุดในสินค้าหัตถกรรมประเภททอง 3 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติออสเตรเลีย (ซื้อเฉลี่ยคนละ 23,500 บาท) นักท่องเที่ยวเยอรมัน (ซื้อเฉลี่ยคนละ 22,143 บาท) และนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ (ซื้อเฉลี่ยคนละ 19,713 บาท) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

## 2.5 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก (เช่น เครื่องครัว ของตกแต่งบ้าน และถ้วยชามที่ทำจากเซรามิก เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก จำนวน 245 ตัวอย่าง พบว่า มีมูลค่าที่ซื้อทั้งหมดรวมเป็นจำนวนเงิน 588,670 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 2,403 บาท

โดยมีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่มีกำลังซื้อสูงสุดในสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก 3 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติอินเดีย (ซื้อเฉลี่ยคนละ 4,600 บาท) นักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ (ซื้อเฉลี่ยคนละ 3,613 บาท) และนักท่องเที่ยวเยอรมัน (ซื้อเฉลี่ยคนละ 3,376 บาท) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

## 2.6 สินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึก (เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเหล็ก และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึกจำนวน 567 ตัวอย่าง พบว่า มีมูลค่าที่ซื้อทั้งหมดรวมเป็นจำนวนเงิน 920,080 บาท หรือซื้อเฉลี่ยคนละ 1,623 บาท

โดยมีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่มีกำลังซื้อสูงสุดในสินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึก 3 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติจีน (ซื้อเฉลี่ยคนละ 4,220 บาท) นักท่องเที่ยวออสเตรเลีย (ซื้อเฉลี่ยคนละ 2,361 บาท) และนักท่องเที่ยวรัสเซีย (ซื้อเฉลี่ยคนละ 1,610 บาท) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

### 3 จังหวัดและสถานที่ซื้อสินค้าหัตถกรรม

จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทต่างๆ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร เดอะแพลทินัมแพชั่นมอลล์ มาบุญครอง และสยามพารากอน เป็นต้น และมีนักท่องเที่ยวเป็นส่วนน้อยที่ซื้อในต่างจังหวัด เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต และชลบุรี เป็นต้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 3.1 สินค้าหัตถกรรมประเภทผ้า

จากการสำรวจ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้า มีจำนวนรวม 676 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 56.3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีรายละเอียดประเภทสินค้า และสถานที่ซื้อดังนี้

- 1) **เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่มีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อมากที่สุด โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 384 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 56.8 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทผ้าทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ส่วนมากระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 70.1) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร เดอะแพลทินัมแพชั่นมอลล์ และมาบุญครอง

มีบ้างซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 10.4) เช่น ไนท์บาร์ซ่า และร้านขายของข้างถนน ซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 4.4) เช่น หาดพิทยา และร้านขายของข้างถนน และซื้อที่ภูเก็ต (ร้อยละ 3.6) เช่น หาดป่าตอง และร้านขายของข้างถนน เป็นต้น

- 2) **กระเป๋าและบรรจุภัณฑ์ผ้า** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อรองลงมา โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 292 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 43.2 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทผ้าทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อกระเป๋าและบรรจุภัณฑ์ผ้า ส่วนมากระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 76.4) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร มาบุญครอง และเดอะแพลทินัมแพชั่นมอลล์

มีบ้างซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 7.9) เช่น ไนท์บาร์ซ่า ร้านขายของข้างถนน และเซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่ ซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 5.8) เช่น ไนท์มาร์เก็ต และซื้อที่ภูเก็ต (ร้อยละ 2.4) เช่น หาดป่าตอง เป็นต้น

- 3) **ผ้าบาติก** พบว่า มีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อมีจำนวนรวม 129 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 19.1 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทผ้าทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อผ้าบาติก ส่วนมากระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 56.6) เช่น เดอะแพลทินัมแพชั่นมอลล์ ตลาดนัดสวนจตุจักร และถนนข้าวสาร

มีบ้างซื้อที่ภูเก็ต (ร้อยละ 14.7) เช่น ถนนคนเดิน และหาดป่าตอง ซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 7.8) เช่น ไนท์บาร์ซ่า และถนนคนเดิน และซื้อที่สุราษฎร์ธานี (ร้อยละ 7.0) เช่น ตลาดเกาะสมุย เป็นต้น

### 3.2 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก

จากการสำรวจ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก มีจำนวนรวม 358 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 29.8 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีรายละเอียดประเภทสินค้าและสถานที่ซื้อดังนี้

- 1) **ของตกแต่งบ้านและสวน** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อมากที่สุด โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 168 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 46.9 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลักทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อของตกแต่งบ้านและสวน ส่วนมากระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 73.8) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร มาบุญครอง และเดอะแพลทินัมแฟชั่นมอลล์

มีบ้างซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 10.1) เช่น ไนท์บาร์ซ่า และร้านขายของข้างถนน ซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 4.2) เช่น ร้านขายของข้างถนน และเซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยา และซื้อที่สุราษฎร์ธานี (ร้อยละ 2.4) เช่น ตลาดเกาะสมุย และร้านขายของข้างถนน เป็นต้น

- 2) **กระเป๋า/กระเป๋าใส่เหรียญ** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อรองลงมา โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 83 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 23.2 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลักทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อกระเป๋า/กระเป๋าใส่เหรียญ ส่วนมากระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 62.7) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร มาบุญครอง และเดอะแพลทินัมแฟชั่นมอลล์

มีบ้างซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 9.6) เช่น ไนท์มาร์เก็ต ซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 7.2) เช่น ไนท์บาร์ซ่า และซื้อที่ภูเก็ต (ร้อยละ 6.0) เช่น ถนนคนเดิน และหาดป่าตอง เป็นต้น

- 3) **ตะกร้าสาน** พบว่า มีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อมีจำนวนรวม 58 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 16.2 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลักทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อตะกร้าสาน ส่วนมากระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 77.6) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร มาบุญครอง และเดอะแพลทินัมแฟชั่นมอลล์

มีบ้างซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 6.9) เช่น เซ็นทรัลเฟสติวัลเชียงใหม่ และร้านขายของข้างถนน ซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 3.4) เช่น ร้านขายของข้างถนน และหาดพัทยา และซื้อที่เชียงราย (ร้อยละ 3.4) เช่น ถนนคนเดิน และร้านขายของข้างถนน เป็นต้น



บทสรุปสำหรับผู้บริหารโครงการสำรวจข้อมูลพฤติกรรม  
การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ปี 2558  
ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)



### 3.3 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง

จากการสำรวจ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง มีจำนวนรวม 312 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 26.0 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีรายละเอียดประเภทสินค้า และสถานที่ซื้อดังนี้

- 1) **เครื่องประดับเงินที่ไม่มีัญญาณีหรือหินสี** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อมากที่สุด โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 121 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.8 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทองทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อเครื่องประดับเงินที่ไม่มีัญญาณีหรือหินสี ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 74.4) เช่น มาบุญครอง ตลาดนัดสวนจตุจักร และเดอะแพลทินัมแฟชั่นมอลล์

มีบ้างซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 11.6) เช่น ไนต์บาร์ซ่า ซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 4.1) เช่น ไนต์มาร์เก็ต และร้านขายของข้างถนน และซื้อที่เชียงราย (ร้อยละ 2.5) เช่น ถนนคนเดิน เป็นต้น

- 2) **เครื่องประดับที่มีัญญาณีหรือหินสี** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อรองลงมา โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 71 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22.8 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทองทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อเครื่องประดับเงินที่มีัญญาณีหรือหินสี ส่วนมากระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 63.4) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร มาบุญครอง และสยามพารากอน

มีบ้างซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 9.9) เช่น ไนต์ บาร์ซ่า ซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 5.6) เช่น เซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยา ซื้อที่ภูเก็ต (ร้อยละ 4.2) เช่น หาดป่าตอง และซื้อที่กระบี่ (ร้อยละ 4.2) เช่น ร้านขายของข้างถนน เป็นต้น

- 3) **ของตกแต่งบ้าน** พบว่า นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อมีจำนวนรวม 69 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22.1 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทองทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อของตกแต่งบ้าน ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 85.5) เช่น มาบุญครอง ตลาดนัดสวนจตุจักร และสยามพารากอน

มีบ้างซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 4.3) เช่น ไนต์บาร์ซ่า และซื้อที่ภูเก็ต (ร้อยละ 2.9) เช่น ร้านขายของข้างถนน เป็นต้น



### 3.4 สินค้าหัตถกรรมประเภททอง

จากการสำรวจ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภททอง มีจำนวนรวม 115 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 9.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีรายละเอียดประเภทสินค้า และสถานที่ซื้อดังนี้

- 1) **เครื่องประดับที่ทำจากทอง** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อมากที่สุด โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 84 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 73.0 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภททองทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อเครื่องประดับที่ทำจากทอง ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 88.1) เช่น ยิวราช สยามพารากอน และมาบุญครอง

มีบ้างซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 4.8) เช่น เซ็นทรัลเฟสติวัลพัทยา และซื้อที่ภูเก็ต (ร้อยละ 3.6) เช่น เซ็นทรัลเฟสติวัลภูเก็ต เป็นต้น

- 2) **ของที่ระลึกที่ทำจากทอง** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อรองลงมา โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 34 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 29.6 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภททองทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อของที่ระลึกที่ทำจากทอง ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 76.5) เช่น ยิวราช มาบุญครอง และสยามพารากอน

มีบ้างซื้อที่สุราษฎร์ธานี (ร้อยละ 5.9) เช่น ห้างสรรพสินค้า และซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 5.9) เช่น เซ็นทรัลเฟสติวัลพัทยา เป็นต้น

### 3.5 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก

จากการสำรวจ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก มีจำนวนรวม 245 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 20.4 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีรายละเอียดประเภทสินค้าและสถานที่ซื้อดังนี้

- 1) **ของตกแต่งบ้าน** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อมากที่สุด โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 158 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 64.5 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อของตกแต่งบ้าน ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 78.5) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร อนุสาวรีย์ และสยามพารากอน

มีบ้างที่ซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 5.1) เช่น ไนท์ บาร์ซ่า ซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 4.4) เช่น เซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยา และซื้อที่ภูเก็ต (ร้อยละ 3.2) เช่น เซ็นทรัลเฟสติวัล ภูเก็ต และถนนคนเดิน เป็นต้น

- 2) **ถ้วยชามที่ทำจากเซรามิก** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อรองลงมา โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 51 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 20.8 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อถ้วยชามที่ทำจากเซรามิก ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 72.5) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร เอเชียทีก์ เดอะริเวอร์พรีออนท์ สยามพารากอน และอนุสาวรีย์

มีบ้างซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 7.8) เช่น หาดพัทยา และซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 7.8) เช่น ไนท์บาร์ซ่า และ เซ็นทรัลเฟสติวัล

- 3) **เครื่องครัว** พบว่า มีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อมีจำนวนรวม 53 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 21.6 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อเครื่องครัว ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 81.1) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร อนุสาวรีย์ และสยามพารากอน

มีบ้างซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 5.7) เช่น หาดพัทยา ซื้อที่พระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 3.8) เช่น ตลาดน้ำอโยธยา และซื้อที่นนทบุรี (ร้อยละ 3.8) เช่น ปากเกร็ด เป็นต้น

### 3.6 สินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึก

จากการสำรวจ พบว่ามีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่นิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึก มีจำนวนรวม 567 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 47.5 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีรายละเอียดประเภทสินค้า และสถานที่ซื้อดังนี้

- 1) **ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อมากที่สุด โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 259 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 45.7 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทของที่ระลึกทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 73.0) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร มาบุญครอง และเดอะแพลทินัมแฟชั่นมอลล์

มีบ้างซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 8.9) เช่น ไนท์บาร์ซ่า และซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 6.9) เช่น หาดพัทยา และไนท์มาร์เก็ต เป็นต้น

- 2) **ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเหล็ก** พบว่า เป็นประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ นิยมซื้อรองลงมา โดยมีนักท่องเที่ยวที่ซื้อจำนวนรวม 161 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 28.4 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทของที่ระลึกทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเหล็ก ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อในในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 73.9) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร มาบุญครอง และเดอะแพลทินัมแฟชั่นมอลล์

มีบ้างซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 6.2) เช่น ไนท์มาร์เก็ต และหาดพัทยา ซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 5.0) เช่น ไนท์บาร์ซ่า และร้านขายของข้างถนน ซื้อที่สุราษฎร์ธานี (ร้อยละ 3.1) เช่น ตลาดเกาะสมุย และร้านขายของข้างถนน และซื้อที่ภูเก็ต (ร้อยละ 3.1) เช่น ร้านขายของข้างถนน เป็นต้น

- 3) **ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ** พบว่า มีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อจำนวนรวม 97 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 17.1 ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าประเภทของที่ระลึกทั้งหมด

เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ ส่วนมากระบุว่าซื้อในในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 68.0) เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร มาบุญครอง และท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

มีบ้างซื้อที่เชียงใหม่ (ร้อยละ 13.4) เช่น ไนท์บาร์ซ่า และซื้อที่ชลบุรี (ร้อยละ 5.2) เช่น ไนท์มาร์เก็ต เป็นต้น

## 4 เหตุผลหลักในการซื้อสินค้าหัตถกรรม

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมจำนวน 1,200 ตัวอย่าง พบว่า เหตุผลสำคัญ 3 อันดับแรกในการซื้อสินค้าหัตถกรรมใดๆ ได้แก่ **สินค้ามีการออกแบบที่สวยงาม** (ร้อยละ 52.3) **สินค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป** (ร้อยละ 46.0) และ **ซื้อไปฝากคนในครอบครัว** (ร้อยละ 40.1)

เมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ ได้แก่ ซื้อไปฝากคนรู้จัก สินค้ามีคุณภาพดี สินค้ามีเอกลักษณ์ ซื้อไปเก็บสะสม สินค้ามีการบ่งบอกถึงความเป็นไทย เพื่อตกแต่งบ้าน สินค้าทำมาจากวัสดุที่ดี ได้ใช้ในชีวิตประจำวัน ซื้อไปใช้ส่วนตัว สินค้ามีความหลากหลาย สินค้าง่ายแก่การพกพา/เคลื่อนย้าย เพื่อโซกลาง สินค้ามีกลิ่นที่หอม และซื้อเพื่อระลึกถึง

เมื่อพิจารณาจำแนกตามแต่ละประเภทสินค้าหัตถกรรม เหตุผลหลักในการซื้อ มีรายละเอียดดังนี้

### 4.1 สินค้าหัตถกรรมประเภทผ้า (เช่น ผ้าบาติก เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และกระเป๋าและบรรจุภัณฑ์ผ้า เป็นต้น)

นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้าจำนวน 676 ตัวอย่าง ระบุว่าเหตุผลสำคัญ 3 อันดับแรก คือ **สินค้ามีการออกแบบที่สวยงาม** (ร้อยละ 36.4) **สินค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป** (ร้อยละ 33.4) และ **ซื้อไปฝากคนรู้จัก** (ร้อยละ 27.1) เมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ

### 4.2 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก (เช่น ตะกร้าสาน ของตกแต่งบ้านและสวน และกระเป๋า/กระเป๋าใส่เหรียญ เป็นต้น)

นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก จำนวน 358 ตัวอย่าง ระบุว่าเหตุผลสำคัญ 3 อันดับแรก คือ **ซื้อไปฝากคนรู้จัก** (ร้อยละ 36.9) **สินค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป** (ร้อยละ 32.7) และ **สินค้ามีการออกแบบที่สวยงาม** (ร้อยละ 29.3) เมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ

### 4.3 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง (เช่น ของตกแต่งบ้าน เครื่องประดับเงินที่ไม่มีอัญมณีหรือหินสี และเครื่องประดับที่มีอัญมณีหรือหินสี เป็นต้น)

นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทองจำนวน 312 ตัวอย่าง ระบุว่าเหตุผลสำคัญ 3 อันดับแรก คือ **สินค้ามีการออกแบบที่สวยงาม** (ร้อยละ 42.3) **ซื้อไปฝากคนรู้จัก** (ร้อยละ 38.1) และ **สินค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป** (ร้อยละ 30.8) เมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ

### 4.4 สินค้าหัตถกรรมประเภททอง (เช่น เครื่องประดับที่ทำจากทอง และของที่ระลึกที่ทำจากทอง เป็นต้น)

นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภททองจำนวน 115 ตัวอย่าง ระบุว่าเหตุผลสำคัญ 3 อันดับแรก คือ **สินค้ามีการออกแบบที่สวยงาม** (ร้อยละ 56.5) **ซื้อไปใช้ส่วนตัว** (ร้อยละ 28.7) และ **สินค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป** (ร้อยละ 24.3) เมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ

#### 4.5 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก (เช่น เครื่องครัว ของตกแต่งบ้าน และถ้วยชามที่ทำจากเซรามิก เป็นต้น)

นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก จำนวน 245 ตัวอย่าง ระบุว่าเหตุผลสำคัญ 3 อันดับแรก คือ สินค้ามีการออกแบบที่สวยงาม (ร้อยละ 41.2) ซื้อไปฝากคนในครอบครัว (ร้อยละ 36.3) และสินค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป (ร้อยละ 31.0) เมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ

#### 4.6 สินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึก (เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเหล็ก และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ เป็นต้น)

นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึกจำนวน 567 ตัวอย่าง ระบุว่าเหตุผลสำคัญ 3 อันดับแรก คือ ซื้อไปฝากคนในครอบครัว (ร้อยละ 45.1) สินค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป (ร้อยละ 33.2) และสินค้ามีการออกแบบที่สวยงาม (ร้อยละ 27.2) เมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ

## 5 ปัจจัยในการซื้อสินค้าหัตถกรรม

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมจำนวน 1,200 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมใดๆ 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.54 คะแนน) เอกลักษณะความเป็นไทย (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.43 คะแนน) และ ความประณีตของสินค้า (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.40 คะแนน) เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ โดยการประเมินให้ความสำคัญแต่ละปัจจัยด้วยสเกล 5 ระดับคะแนน เมื่อ 1= สำคัญน้อยที่สุด และ 5=สำคัญมากที่สุด

ปัจจัยสำคัญทั้งหมดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่นำมาพิจารณามี 11 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา 2) การออกแบบ 3) วัสดุวัตถุดิบจากธรรมชาติ 4) ความประณีตของสินค้า 5) ความแข็งแรงทนทาน 6) ขนาดของสินค้า 7) การดูแลรักษาง่ายเป็นมิตรกับสภาพแวดล้อม 8) ประโยชน์ใช้สอย 9) เอกลักษณะความเป็นไทย 10) ค่าขนส่ง และ 11) ข้อจำกัดของมาตรการการนำเข้าสินค้าของประเทศของคุณ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามแต่ละประเภทสินค้าหัตถกรรม ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ มีรายละเอียดดังนี้

#### 5.1 สินค้าหัตถกรรมประเภทผ้า (เช่น ผ้าบาติก เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และกระเป๋าและบรรจุภัณฑ์ผ้า เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้าจำนวน 676 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.49 คะแนน) เอกลักษณะความเป็นไทย (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.39 คะแนน) และ ความประณีตของสินค้า (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.37 คะแนน) เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ

## 5.2 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก (เช่น ตะกร้าสาน ของตกแต่งบ้านและสวน และ กระเป๋า/กระเป๋าใส่เหรียญ เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องสานงานไม้และแกะสลัก จำนวน 358 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.43 คะแนน) ความประณีตของสินค้า (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.38 คะแนน) เอกลักษณ์ความเป็นไทย (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.38 คะแนน) และความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.34 คะแนน) เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ

## 5.3 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง (เช่น ของตกแต่งบ้าน เครื่องประดับเงินที่ไม่มีอัญมณีหรือหินสี และเครื่องประดับ ที่มีอัญมณีหรือหินสี เป็นต้น)

จากการสำรวจ นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทองจำนวน 312 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.56 คะแนน) เอกลักษณ์ความเป็นไทย (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.41 คะแนน) และความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.38 คะแนน) เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ

## 5.4 สินค้าหัตถกรรมประเภททอง (เช่น เครื่องประดับที่ทำจากทอง และของที่ระลึกที่ทำจากทอง เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภททองจำนวน 115 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.57 คะแนน) ความประณีตของสินค้า (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.37 คะแนน) และความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.30 คะแนน) เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ

## 5.5 สินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก (เช่น เครื่องครัว ของตกแต่งบ้าน และถ้วยชามที่ทำจากเซรามิก เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก จำนวน 245 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.54 คะแนน) เอกลักษณ์ความเป็นไทย (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.48 คะแนน) และความประณีตของสินค้า (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.42 คะแนน) เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ

## 5.6 สินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึก (เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเหล็ก และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ เป็นต้น)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึกจำนวน 567 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.55 คะแนน)

เอกลักษณ์ความเป็นไทย (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.51 คะแนน) และความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.44 คะแนน) เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ

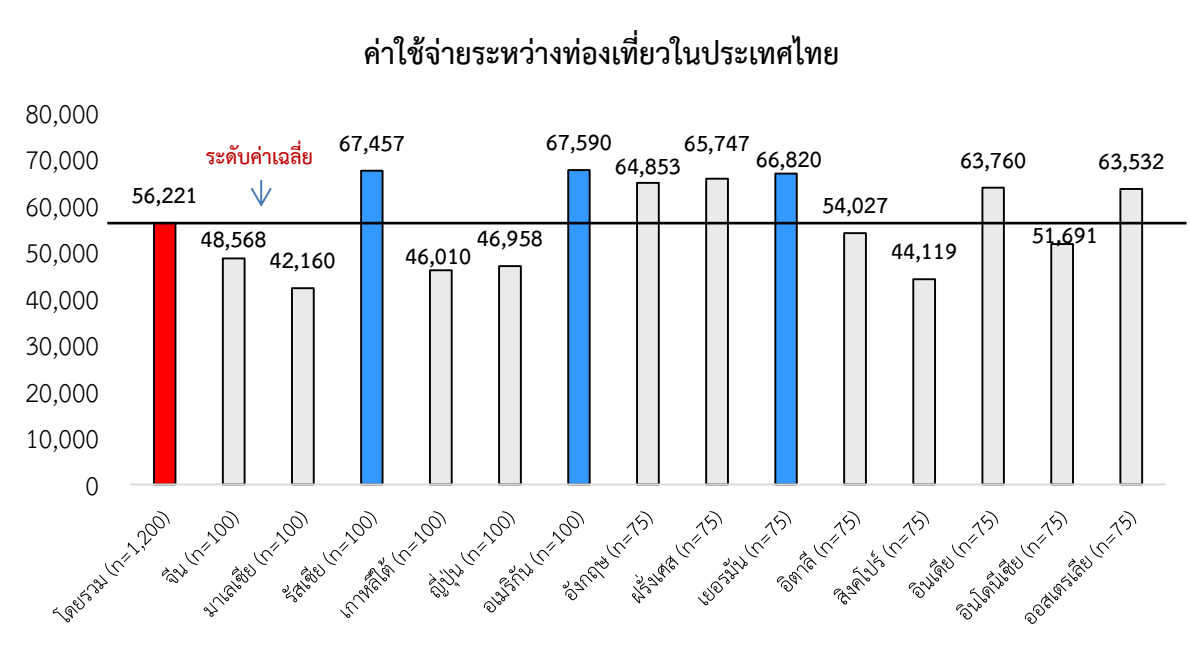
## 6 ค่าใช้จ่ายระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย

### 6.1 ค่าใช้จ่ายรวม

จากการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมจำนวน 1,200 ตัวอย่างระหว่างที่พักอยู่ในประเทศไทย เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร-เครื่องดื่ม ค่าพาหนะ ค่าเดินทาง ค่าซื้อของทุกประเภท และรวมค่าซื้อสินค้าหัตถกรรมทุกประเภท เป็นต้น ในภาพรวม พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน เป็นจำนวนเงิน 56,221 บาท

3 อันดับแรกของนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงสุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน (67,590 บาท) นักท่องเที่ยวสัญชาติรัสเซีย (67,457 บาท) และนักท่องเที่ยวสัญชาติเยอรมัน (66,820 บาท) ตามลำดับเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

ในขณะที่นักท่องเที่ยวสัญชาติเอเชีย ที่ระบุว่ามียอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน น้อยกว่าค่าเฉลี่ยต่อคนในภาพรวม (56,221 บาท) ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติมาเลเซีย (42,160 บาท) นักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ (44,119 บาท) นักท่องเที่ยวสัญชาติเกาหลี (46,010 บาท) นักท่องเที่ยวสัญชาติญี่ปุ่น (46,958 บาท) และนักท่องเที่ยวสัญชาติจีน (48,568 บาท) เป็นต้น

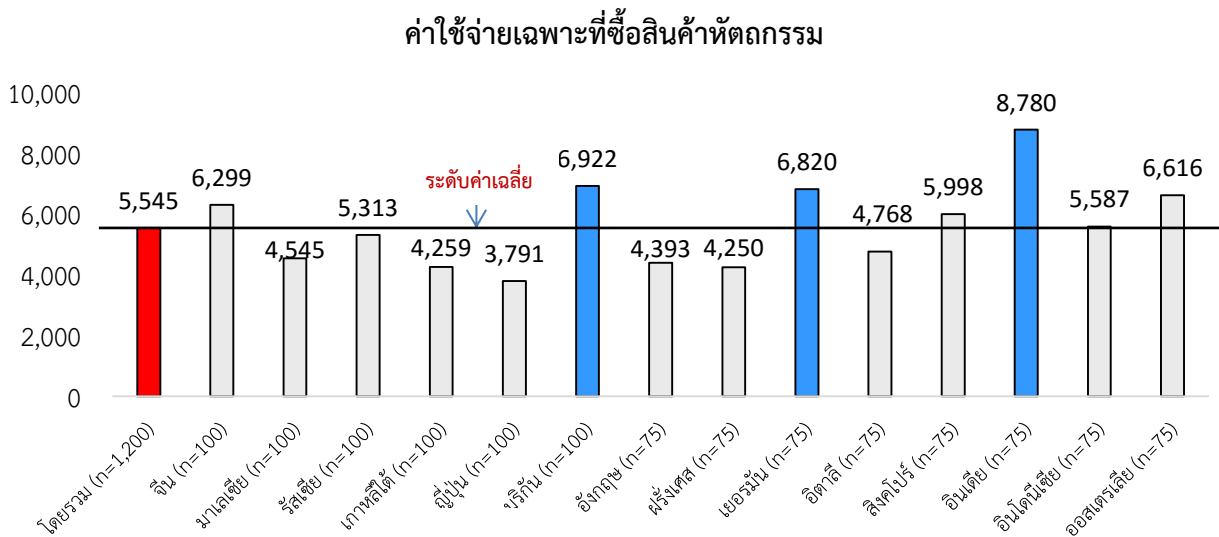


## 6.2 ค่าใช้จ่ายเฉพาะที่ซื้อสินค้าหัตถกรรม

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยโดยรวมต่อคน เฉพาะที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมรวมทุกประเภทของนักท่องเที่ยวรวมทุกสัญชาติ จำนวน 1,200 ตัวอย่าง เป็นเงินเฉลี่ยคนละ 5,545 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.9 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด

นักท่องเที่ยว ที่ระบุว่ามีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนเฉพาะที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมรวมทุกประเภท อยู่ในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติอินเดีย (8,780 บาท) อเมริกัน (6,922 บาท) เยอรมัน (6,820 บาท) ออสเตรเลีย (6,616 บาท) และจีน (6,299 บาท) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

ในขณะที่นักท่องเที่ยว ที่ใช้จ่ายซื้อสินค้าหัตถกรรมรวมทุกประเภท น้อยกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติญี่ปุ่น (3,791 บาท) เกาหลี (4,259 บาท) อังกฤษ (4,393 บาท) และมาเลเซีย (4,545 บาท) เป็นต้น



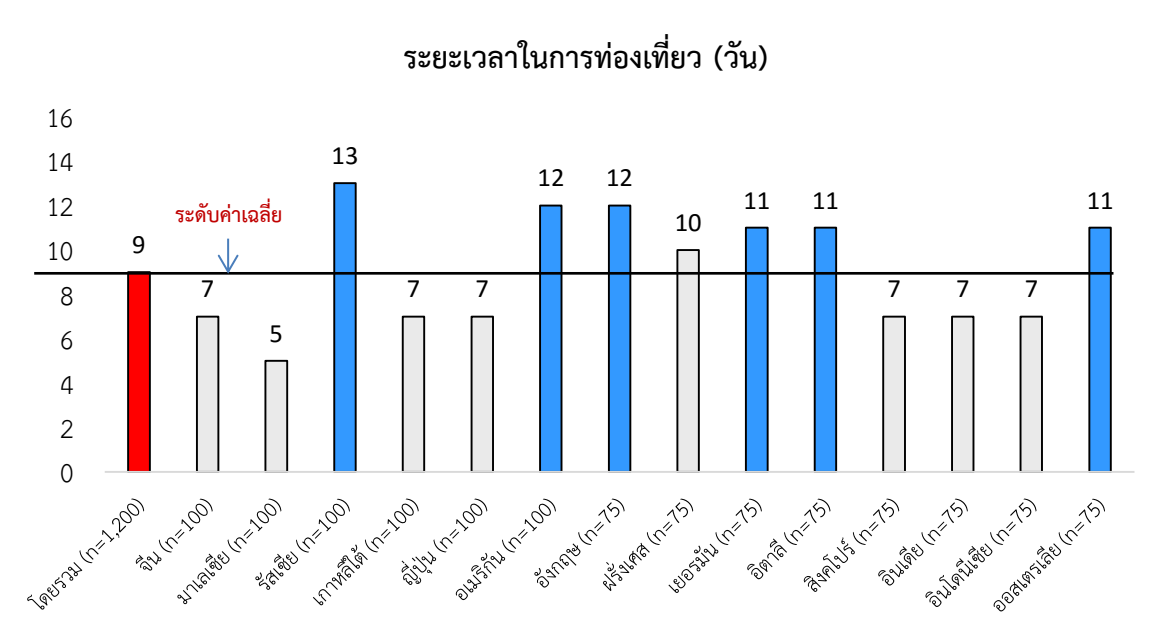


## 7 เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว

### 7.1 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมจำนวน 1,200 ตัวอย่าง ระบุว่าใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งนี้ โดยเฉลี่ยเป็นเวลา 9 วัน โดยมีนักท่องเที่ยวสัญชาติรัสเซียใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวมากที่สุด (13 วัน) รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน (12 วัน) นักท่องเที่ยวสัญชาติอังกฤษ (12 วัน) เป็นต้น

ในขณะที่นักท่องเที่ยว ที่ใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวน้อยกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติมาเลเซีย (5 วัน) นักท่องเที่ยวสัญชาติจีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และอินเดีย เป็นต้น ซึ่งใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยวเท่ากันคือ 7 วัน



## 7.2 จังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยว

นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมจำนวน 1,200 ตัวอย่าง นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 99.1) ชลบุรี (ร้อยละ 27.2) และภูเก็ต (ร้อยละ 17.3) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ

## 7.3 ตลาดนัดสวนจตุจักร

เมื่อถามถึงตลาดนัดสวนจตุจักร ที่กรุงเทพมหานคร จากการสำรวจในภาพรวม พบว่า มีนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ร้อยละ 44.3 บอกว่าได้ไปเที่ยว ในขณะที่ร้อยละ 31.5 ไม่ได้ไปเที่ยว

และอีกร้อยละ 24.2 บอกว่าไม่รู้จักตลาดนัดสวนจตุจักร โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน (ร้อยละ 40.0) และรัสเซีย (ร้อยละ 42.0) ที่ส่วนมากไม่รู้จักตลาดนัดสวนจตุจักร

เมื่อพิจารณาตามสัญชาตินักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากที่ระบุว่าได้ไปเที่ยวที่ตลาดนัดสวนจตุจักร ได้แก่ นักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ (ร้อยละ 58.7) นักท่องเที่ยวสัญชาติเยอรมัน (ร้อยละ 53.3) และนักท่องเที่ยวสัญชาติมาเลเซีย (ร้อยละ 53.0) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ

## 8. ข้อเสนอ

เพื่อให้การสำรวจข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าหัตถกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถสะท้อนพฤติกรรมการซื้อสินค้าหัตถกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลในการกำหนดเป้าหมายโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุน ส่งเสริม การจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ บริษัทฯ จึงได้ทำการวิเคราะห์และสรุปดังนี้

### 8.1 ประเภทสินค้าหัตถกรรมที่นิยมซื้อ

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมในภาพรวม (1,200 ราย) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความนิยมซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภท ผ้า มากที่สุด (ร้อยละ 56.3) รองลงมาเป็น ของที่ระลึก (ร้อยละ 47.3) เครื่องสานงานไม้และแกะสลัก (ร้อยละ 29.8) เครื่องโลหะและเครื่องประดับที่ไม่ใช่ทอง (ร้อยละ 26.0) เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก (ร้อยละ 20.4) และทอง (ร้อยละ 9.6) ตามลำดับ

รวมทุกประเภทที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ของนักท่องเที่ยวทุกสัญชาติจำนวน 1,200 ราย ซื้อเฉลี่ยคนละ 5,545 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.9 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด

## 8.2 วิเคราะห์ศักยภาพของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ

เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ในการซื้อสินค้าหัตถกรรม โดยพิจารณาในมิติของส่วนแบ่งมูลค่าที่ซื้อ เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสัญชาติ (14 กลุ่มสัญชาติ) และ ค่าเฉลี่ยต่อคนที่ซื้อ เรียงตามสัญชาตินักท่องเที่ยว มีดังนี้

### 8.2.1 ส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ค่อนข้างสูง ได้แก่

- 1) อินเดีย มีส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อสินค้าหัตถกรรมสูงที่สุดร้อยละ 11 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 8,780 บาท
- 2) อเมริกัน มีส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ร้อยละ 9 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 6,922 บาท
- 3) เยอรมัน มีส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ร้อยละ 9 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 6,820 บาท

### 8.2.2 ส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ปานกลาง ได้แก่

- 4) ออสเตรเลีย มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 8 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 6,616 บาท
- 5) จีน มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 8 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 6,299 บาท
- 6) สิงคโปร์ มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 8 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 5,998 บาท
- 7) อินโดนีเซีย มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 7 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 5,587 บาท
- 8) รัสเซีย มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 7 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 5,313 บาท

### 8.2.3 ส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ค่อนข้างน้อย ได้แก่

- 9) อิตาลี มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 6 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 4,768 บาท
- 10) มาเลเซีย มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 6 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 4,545 บาท
- 11) อังกฤษ มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 6 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 4,393 บาท
- 12) เกาหลีใต้ มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 5 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 4,259 บาท
- 13) ฝรั่งเศส มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 5 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 4,250 บาท
- 14) ญี่ปุ่น มีส่วนแบ่งมูลค่าสินค้าหัตถกรรมร้อยละ 5 และมูลค่าซื้อเฉลี่ยคนละ 3,791 บาท

### 8.3 วิเคราะห์ศักยภาพของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มทวีป

จากข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรวม 14 สัญชาติ จำนวน 1,200 ตัวอย่าง เมื่อนำมาวิเคราะห์โดยการแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มทวีป ได้แก่ กลุ่มเอเชีย (ได้แก่ กลุ่มประเทศที่มีสัญชาติจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ อินเดีย และอินโดนีเซีย) กลุ่มยุโรป (ได้แก่ กลุ่มประเทศที่มีสัญชาติรัสเซีย อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และอิตาลี) กลุ่มอเมริกา (ได้แก่ กลุ่มประเทศที่มีสัญชาติอเมริกัน) และกลุ่มออสเตรเลีย (ได้แก่ กลุ่มประเทศที่มีสัญชาติออสเตรเลีย)

เมื่อพิจารณาในมิติของส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อสินค้าหัตถกรรม บนฐานตัวอย่างที่เท่ากัน (ร้อยละ) พบว่าค่าเฉลี่ยในการซื้อสินค้าหัตถกรรมต่อคน คิดเป็นเงิน 5,992 บาท

สำหรับกลุ่มทวีปที่มีศักยภาพในการซื้อสินค้าหัตถกรรมสูงกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่

- นักท่องเที่ยวกลุ่มอเมริกา ซื้อเฉลี่ยคนละ 6,992 บาท และมีส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อร้อยละ 29
- นักท่องเที่ยวกลุ่มออสเตรเลีย ซื้อเฉลี่ยคนละ 6,992 บาท และมีส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อร้อยละ 29

ในขณะที่กลุ่มทวีปที่มีศักยภาพในการซื้อสินค้าหัตถกรรมต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่

- นักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชีย ซื้อเฉลี่ยคนละ 5,617 บาท และมีส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อร้อยละ 23
- นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป ซื้อเฉลี่ยคนละ 5,047 บาท และมีส่วนแบ่งมูลค่าในการซื้อร้อยละ 21

## 9. ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อสินค้าหัตถกรรมข้างต้น บริษัทฯ มีข้อเสนอแนะ เพื่อสร้างโอกาสและพัฒนาสินค้าหัตถกรรมไทยสำหรับจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติในเบื้องต้นดังนี้

**9.1 การออกแบบสินค้าหัตถกรรม** เพื่อให้สินค้าไทยเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้การจำหน่ายง่ายขึ้น สนองตอบความต้องการของผู้ซื้อ และสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น จึงควรให้ความสำคัญ และจริงจังในเรื่องต่อไปนี้

- 1) การออกแบบที่สวยงาม มีความเท่ เหมาะกับสไตล์คนรุ่นใหม่ แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของเนื้อแท้แห่งวัสดุจากธรรมชาติ เช่น ไม้สักธรรมชาติ มีกระบวนการผลิตที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของผู้ผลิตและผู้บริโภค
- 2) การออกแบบที่มีความเอกลักษณ์ของความเป็นไทย มีเสน่ห์ อบอุ่น เป็นมิตร เช่น รูปช้าง
- 3) การออกแบบที่มีความประณีต คุ่มค่าในการซื้อเป็นของที่ระลึก ของตกแต่งบ้าน ซื้อไปฝากคนในครอบครัว หรือคนที่รู้จัก

**9.2 นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง** (จากทั้งหมด 14 กลุ่มสัญชาติ) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง โดยยินดีจ่ายเงินซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้สินค้าหัตถกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการ จึงควรพิจารณาให้ความสำคัญ และใส่ใจแก่นักท่องเที่ยวสัญชาติต่อไปนี้ พร้อมๆ กับสินค้าหัตถกรรม ประเภทต่างๆ ที่ได้รับความนิยม (ต้องการซื้อ) เรียงตามลำดับดังนี้

- 1) **อินเดีย** มีกำลังซื้อเฉลี่ยต่อคน 8,780 บาท นิยมในการซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภททอง ผ้า และเครื่อง สานงานไม้และแกะสลัก มากกว่าประเภทอื่นๆ
- 2) **อเมริกา** มีกำลังซื้อเฉลี่ยต่อคน 6,922 บาท นิยมในการซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้า ทอง และ เครื่องสานงานไม้และแกะสลัก มากกว่าประเภทอื่นๆ
- 3) **เยอรมัน** มีกำลังซื้อเฉลี่ยต่อคน 6,820 บาท นิยมในการซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทผ้า ทอง และ เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก มากกว่าประเภทอื่นๆ
- 4) **ออสเตรเลีย** มีกำลังซื้อเฉลี่ยต่อคน 6,616 บาท นิยมในการซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภททอง ผ้า และ ของที่ระลึก มากกว่าประเภทอื่นๆ
- 5) **จีน** มีกำลังซื้อเฉลี่ยต่อคน 6,299 บาท นิยมในการซื้อสินค้าหัตถกรรมประเภทของที่ระลึก ผ้า และ ทอง มากกว่าประเภทอื่นๆ

**9.3 สินค้าหัตถกรรมที่มีความโดดเด่นเป็นพิเศษ** (จากทั้งหมด 6 ประเภท) ที่ควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริม เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวในอันดับแรกๆ โดยคำนึงถึงคามนิยมของนักท่องเที่ยว มูลค่าซื้อเฉลี่ยต่อคน และมูลค่ารวม เรียงตามลำดับ ดังนี้

- 1) **ผ้า** โดยเฉพาะเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย มีความนิยมร้อยละ 56.3 ซื้อเฉลี่ยต่อคน 2,823 บาท รวม มูลค่า 159,055 บาท คิดเป็นมูลค่าส่วนแบ่งร้อยละ 28.7
- 2) **ทอง** โดยเฉพาะเครื่องประดับที่ทำจากทองมีความนิยมร้อยละ 9.6 ซื้อเฉลี่ยต่อคน 16,007 บาท รวม มูลค่า 153,400 บาท คิดเป็นมูลค่าส่วนแบ่งร้อยละ 27.7
- 3) **ของที่ระลึก** โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้ามีความนิยมร้อยละ 47.3 ซื้อเฉลี่ยต่อคน 1,623 บาท รวมมูลค่า 76,673 บาท คิดเป็นมูลค่าส่วนแบ่งร้อยละ 13.8
- 4) (ถ้าไม่รวมทอง ซึ่งมีความนิยมซื้อน้อยกว่า แต่มูลค่ารวมสูง) **เครื่องสานงานไม้และแกะสลัก** โดยเฉพาะของตกแต่งบ้านและสวน มีความนิยมร้อยละ 29.8 ซื้อเฉลี่ยต่อคน 2,048 บาท รวมมูลค่า 61,089 บาท คิดเป็นมูลค่าส่วนแบ่งร้อยละ 11.0

**9.4 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ซื้อสินค้าหัตถกรรม** อาจเปลี่ยนไป ขึ้นอยู่กับการรับรู้ข้อมูล และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง การทำสำรวจข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อย 2 ปีต่อครั้ง จะช่วยให้สามารถอัปเดตข้อมูลได้ทันการเปลี่ยนแปลง และนำข้อมูลมาใช้ ประโยชน์ในการวิเคราะห์แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสำหรับจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่อไป