

กฤติกา สายณะรัตร์ชัย : ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. (MARKETING MIX OF PRODUCT AND SOUVENIR FOR TOURISTS IN BANGKOK METROPOLIS) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศ. ดร. สมบัติ กาญจนกิจ, 311 หน้า.

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและของที่ระลึก ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและของที่ระลึก และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ด้วยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) กรณีพบความแตกต่างเป็นรายคู่ จะใช้การวิเคราะห์รายคู่ด้วยวิธีแอล เอส ดี (Least Significant Different - LSD)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.60$) ด้านราคา ($\bar{x} = 3.69$) และด้านช่องทางและสถานที่จัดจำหน่าย ($\bar{x} = 3.81$) ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.40$)

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางมากรุงเทพมหานครมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไปสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 1 - 2 ครั้งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/นันทนาการ ในช่วงวันหยุดพักผ่อน เลือกแหล่งช้อปปิ้งย่านประตูน้ำและปทุมวัน มีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่ำกว่า 2,000 บาทต่อครั้งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 2,000 - 4,000 บาทต่อครั้งสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้รับข้อมูลข่าวสารมาจากอินเทอร์เน็ต มีการวางแผนจะกลับมาซื้อสินค้าและของที่ระลึกอีกครั้ง และแนะนำเพื่อนหรือญาติให้มาซื้อสินค้าและของที่ระลึก และชื่นชอบสินค้าประเภทเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกายมากที่สุด และชื่นชอบของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ/เครื่องเงินมากที่สุด

3. เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติพบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สาขาวิชา..... วิทยาศาสตร์การกีฬา..... ลายมือชื่อนิสิต.....

ปีการศึกษา..... 2554..... ลายมือชื่ออ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5378601839 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS : MARKETING MIX / PRODUCT / SOUVENIR / TOURISTS / BANGKOK METROPOLIS

KRITTIKA SAINARATCHAI : MARKETING MIX OF PRODUCT AND SOUVENIR FOR TOURISTS IN BANGKOK METROPOLIS. ADVISOR : PROF. SOMBAT KARNJANAKIT, Ph.D., 311 pp.

The purposes of this research were to investigate tourists' behaviors in buying product and souvenir and to compare opinion on marketing mix of product and souvenir for tourists who travelled in Bangkok Metropolis. Four hundred subjects including Thai and foreign tourists responded to a survey tool. Data were analyzed statistically in term of frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and one-way analysis of variance, and if differences were found, the differences in pair were later analyzed by LSD method.

Results

1. The opinion of respondents on marketing mix of product and souvenir was ranked in high level in term of product (\bar{x} = 3.60), price (\bar{x} = 3.69) and place (\bar{x} = 3.81) respectively, however, promotion (\bar{x} = 3.40) was ranked in moderate level.

2. Respondents had travelled to Bangkok more than 5 times for Thai tourists while foreign tourists had travelled for 1 - 2 times. Their main purposes of visiting were to travel or for leisure. They purchased product and souvenir in downtown shopping area and their total expenditure on product and souvenir for the trip was approximately less than 2,000 Baht for Thai tourists and 2,000 - 4,000 Bath for foreign tourists. The internet was used to search for information regarding the product and souvenir. In addition, the product they liked the most were clothes or accessories, while souvenir they liked the most were jewelries or silverware.

3. Different genders did not affect the difference in the marketing mix of product and souvenir, however, the nationalities affected the difference in the marketing mix of product and souvenir.

Field of Study :.....Sports Science..... Student's Signature.....

Academic Year :.....2011..... Advisor's Signature.....