หัวข้อสารนิพนธ์	ความคิดเห็นของผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่นที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี
ผู้วิจัย	นางสาวนุสรา สุขหน้าไม้
สาขาวิชา / คณะ / มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ /มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความคิดเห็นของผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่นที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่น ตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี และศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่นที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่น ตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุสูงกว่า 50 ปีขึ้นไป มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.-ปวส. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-17,499 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่นที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่น มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ด้านการโฆษณา ระดับเห็นด้วยปานกลาง ได้แก่ ด้านพนักงานขาย รองลงมาได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่นมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว จำแนกด้านพนักงานขาย เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลางได้แก่ การช่วยอธิบายคุณสมบัติของสินค้าที่ขายให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจ รองลงมาได้แก่ การมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และ มีการบริการของพนักงานขายหรือผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่นมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว จำแนกด้านการประชาสัมพันธ์ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง ได้แก่ การได้ชักชวนลูกค้ากลับมาเที่ยวบางแสนแวะซื้อสินค้าท้องถิ่นที่ตลาดหนองมน รองลงมา ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์สินค้าทางสื่อ โทรทัศน์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่นมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว จำแนกด้านการโฆษณา เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ สินค้ามีการโฆษณาเกี่ยวกับคุณสมบัติและคุณภาพให้ลูกค้ามั่นใจ รองลงมาได้แก่ สินค้ามีป้ายบอกราคาชัดเจนลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่าย และ สินค้าบอกวันผลิตภัณฑ์และวันหมดอายุของสินค้าให้ลูกค้ามั่นใจในการตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการสินค้าท้องถิ่นมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว จำแนกด้านการส่งเสริมการขาย เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ สินค้ามีการลดราคาเมื่อมีการต่อรองจากลูกค้า รองลงมา ได้แก่ มีการพูดสนับสนุนสินค้าอื่นๆลูกค้าสนใจซื้อเพิ่ม ความคิดเห็นระดับเห็นด้วยปานกลาง ได้แก่ มีการแจกสินค้าอื่นๆเพื่อลูกค้าได้ชิมเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ ส่วนความคิดเห็นระดับเห็นด้วยน้อย ได้แก่ มีการแถมสินค้าเพิ่มแก่ลูกค้าเมื่อมีการซื้อแล้ว รองลงมา ได้แก่ มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อแสดงถึงการเพิ่มลูกค้าเพื่อรับส่วนลดราคาสินค้า