

**A STUDY ON DECISION-MAKING STYLES AND SOUVENIR  
SHOPPING ATTITUDES OF INTERNATIONAL TOURISTS IN  
BANGKOK**



**ATJIMA SIRIRAK**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT  
(TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT)  
FACULTY OF GRADUATE STUDIES  
MAHIDOL UNIVERSITY  
2012**

**COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY**

Copyright by Mahidol University

**A STUDY ON DECISION-MAKING STYLES AND SOUVENIR SHOPPING  
ATTITUDES OF INTERNATIONAL TOURISTS IN BANGKOK**

**ATJIMA SIRIRAK 5238692 ICTH/M**

**M.M. (TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT)**

**THESIS ADVISORY COMMITTEE: VEERADES PANVISAVAS, Ph.D., CHANIN  
YOOPETCH, Ph.D.**

**ABSTRACT**

The primary purpose of this research was to understand the behaviour of international tourists toward souvenir shopping, by examining their decision-making styles, their attitudes toward souvenir shopping in Bangkok, and studying the relationship between these decision-making styles and souvenir choice criteria. Questionnaires were distributed to collect data from 400 international tourists at four major shopping destinations. The respondents' decision-making styles were then analysed by using a principal component analysis. The descriptive statistics used in this study were percentages, means, and standard deviations whereas hypothesis testing used t-tests, one-way ANOVA, and Pearson correlations to predict differences and relationships. The majority of respondents were male, 20-30 years old, single, had monthly incomes between \$1,001-2,000, graduated with a bachelor degree, and were Asian. Results showed nine decision-making styles. The tourists tend to consider in-store service as the most important criteria. A significant relationship was found to exist between decision-making styles and souvenir choice criteria.

**KEY WORDS: DECISION-MAKING STYLE/ SOUVENIR CHOICE CRITERIA/  
ATTITUDES/ SOUVENIR SHOPPING**

113 pages

การศึกษารูปแบบการตัดสินใจและทัศนคติในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

A STUDY ON DECISION-MAKING STYLES AND SOUVENIR SHOPPING ATTITUDES OF  
INTERNATIONAL TOURISTS IN BANGKOK

อัจฉิมา ศิริรักรษ์ 5238692 ICTH/M

กจ.ม. (การท่องเที่ยวและการบริการ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: วีระเดช พันธุ์วิสาส, Ph.D., ชนินทร์ อยู่เพชร, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการตัดสินใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยในการจัดกลุ่มตัวประกอบของรูปแบบการตัดสินใจ และทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และวิธีวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งข้อมูลได้ถูกประมวลโดยโปรแกรม SPSS for Windows และค่านัยสำคัญในการทดสอบสมมติฐานถูกตั้งไว้ที่ 0.05 ผลที่ได้จากการวิจัยทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 1,000 – 2,000 ดอลลาร์ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และเป็นชาวเอเชีย มีรูปแบบในตัดสินใจเลือกซื้อของที่ระลึก 9 รูปแบบ นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับการบริการในร้านเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ผลของการศึกษายังทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการตัดสินใจและปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก

113 หน้า