

ชื่อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อตลาดการท่องเที่ยวใน
จังหวัดภูเก็ต

ผู้วิจัย นายคมสัน รัชตพันธ์ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร. เชาวน์ โจรนแสง (2) รองศาสตราจารย์

สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ **ปีการศึกษา** 2551

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพตลาดของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภูเก็ต (2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภูเก็ต และ (3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภูเก็ต

การเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ได้จากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 400 คนในอัตราส่วน 50:50 หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลคำตอบของแบบสอบถามซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ที่ 0.84 วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยทดสอบไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อคำถามที่มีลักษณะแบบปลายเปิด

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า (1) นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 66 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รู้จักผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 29 (2) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมากกว่า 3 ครั้ง ซึ่งเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยว และเข้าพักในโรงแรม อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี มากที่สุด มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานจากหน่วยงานต่าง ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้ไม่น้อยกว่า 100,000 บาท มากที่สุดและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีรายได้ระหว่าง 200,001- 500,000 บาท มากที่สุด (3) สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและส่งเสริมการตลาด ของนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภูเก็ต โดยรวมจากทุกประเทศมีค่าอยู่ในระดับน้อย

คำสำคัญ ปัจจัยการตลาด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตลาดการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต

Thesis title: Marketing Factors of One Tambon One Product (OTOP) for Tourist Market in Phuket Province

Researcher: Mr.Komson Ratchatapan ; **Degree:** Master of Business Administration

Thesis advisors: (1) Dr. Chow Rojanasang, Associate Professor; (2) Suweena Tangphothisuwan, Associate Professor; **Academic year:** 2008

ABSTRACT

The objectives of this research were to study (1) the current situation of One Tambon One Product (OTOP) market in Phuket Province, (2) personal factors affecting OTOP products in Phuket Province, and (3) marketing mix factors of OTOP products in Phuket Province.

The data in this research were collected from 400 tourists both Thais and foreigners in Phuket Province at ratio of 50:50 by using questionnaires with reliability of 0.84. The statistics used for data analysis were percentage, mean, frequency, standard deviation, Chi-square, t-test, ANOVA, and content analysis.

The research finding were: (1) Thai tourists had known OTOP products more than foreign tourists at 66% whereas foreign tourists had known OTOP products only 29%. (2) Both Thai and foreign tourists came to Phuket more than 3 times for their holiday. They normally stayed in the hotels in Phuket. Their average ages were 25-35 years old and their occupations mostly were employees in various offices. Annual incomes of Thai tourists were less than 100,000 baht and 200,001-500,000 baht for foreign tourists. and (3) overall marketing mix factors in term of product, price, place, and promotion of tourists buying OTOP product in Phuket were at the low level.

Keywords: Marketing Factors, One Tambon One Product, Tourist Market, Phuket