

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการซื้อสินค้าที่ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)
ชื่อ	นางสาวสุชาดา หวังมวนกลาง
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์สุภาพร คุ้มมัย
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการซื้อสินค้าที่ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) และเพื่อศึกษาพฤติกรรมซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) ใช้วิธีการเก็บตัวอย่างโดยทำการสุ่มเก็บตัวอย่างแบบแบ่งชั้น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา)

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า \$USD500 และมีภูมิลำเนาอยู่ในเอเชีย

ด้านพฤติกรรมซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า นิยมซื้อสินค้าประเภทอาหาร ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าต่อครั้งน้อยกว่า \$USD50 ให้เหตุผลในการซื้อสินค้าในด้านตัวสินค้ามีรูปลักษณะน่าสนใจ มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าสินค้าประเภทอาหารน่าซื้อมากที่สุด และตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเอง ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการซื้อสินค้าที่ตลาดน้ำ 4 ภาค (พัทยา) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นโดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก โดยเห็นด้วยมากทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา (จำแนกตามทวีป) มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าต่อครั้ง ส่วนปัจจัยทางการตลาดทุกด้าน ไม่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าต่อครั้ง

Independent Study Title	Foreign Tourists Expenditure Behavior of Buying Products at Pattaya Floating Market
Name	Miss Suchada Wangmuanklang
Advisor	Mrs. Supaporn Kupimai
Major	International Business
Academic Year	2008

ABSTRACT

This independent research purpose to study the foreign tourists expenditure behavior of buying products at Pattaya Floating Market and to study the buying behavior of foreign tourists at Pattaya Floating Market. The data was collected by using Stratified Random Sampling. Samples are composed of 385 foreign tourists who traveled at Pattaya Floating Market.

The study found that most of the respondents are male, age 45 years and over and have marital status. They have owned business with monthly income less than \$USD 500 and have domicile in Asia.

The study of foreign tourists buying behavior products found that the most favorite products is category of food with expenditure less than \$USD 50 per time. The reason to brought products is products form has interesting and objective to brought products is to use personally. Most respondents think that category of food is the most popular products and they decide to buy by themselves. In addition, the result of marketing mix affecting foreign tourists expenditure behavior of buying products at Pattaya Floating Market found that most important factor is product, price, place and promotion as high total average level.

The hypothesis testing found that the generality of foreign tourists (age, marital status, occupation, monthly income and domiciles) is affecting to average expense of each purchasing; on the contrary, all marketing mix factor have no affecting to average expense of each purchasing.