

การวิจัยเรื่อง “ลักษณะการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความต้องการในการใช้จ่ายเงินเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (2) ศึกษาความต้องการใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ (3) เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในประเทศไทย

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจาก นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด 10 ลำดับ ได้แก่ ชาวญี่ปุ่น ชาวมาเลเซีย ชาวไต้หวัน ชาวจีน ชาวสิงคโปร์ ชาวฮ่องกง ชาวอังกฤษ ชาวอเมริกัน ชาวเกาหลี และชาวเยอรมัน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 6 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี (พัทยา) ภูเก็ต เชียงใหม่ สงขลา (หาดใหญ่) และสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งแปลเป็นภาษาต่างประเทศ 5 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาเยอรมัน ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า

(1) ด้านความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้ามากที่สุด รองลงมาคือ สินค้าประเภทหัตถกรรมไทย และเครื่องหนัง ตามลำดับ สินค้าประเภทเสื้อผ้าที่นิยมเลือกซื้อ ได้แก่ เสื้อยืดพิมพ์ลายสีสันต่าง ๆ ผ้าบาติก และผ้าไหม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกเพื่อ

ใช้เองมากกว่าเป็นของฝาก สำหรับสินค้าและของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวไม่เลือกซื้อนั้น พบว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่ไม่นิยมเลือกซื้อสินค้าประเภท อัญมณี โดยให้เหตุผลว่า ราคาแพง ส่วนสินค้าและของที่ระลึกที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกาไม่นิยมเลือกซื้อคือ สินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และไม้แกะสลัก เนื่องจากไม่สะดวกในการขนส่ง

(2) ด้านความต้องการใช้บริการการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่นิยมการท่องเที่ยวเชิงสันตนาการ ประเภทที่เป็นไนท์คลับ ดิสโก้เธค ร้องเพลงและเต้นรำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกา นิยมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ประเภทการท่องเที่ยววัดพุทธศาสนา การเยี่ยมชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีไทย ส่วนการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนิยมรองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทการรับประทานอาหารไทยที่มีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ การนวดแผนไทย และการนวดบำบัดโดยใช้สมุนไพร

(3) แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พบว่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นทั้งประเภทที่เป็นสินค้าที่ระลึก และประเภทที่เป็นลักษณะการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ นั้น นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับเรื่องของเรามีเอกลักษณ์ความเป็นไทย และความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้นแนวทางสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจึงควรมุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เกิดขึ้น ขณะเดียวกันควรมีความตระหนักในเรื่องของการพัฒนาและฟื้นฟูทรัพยากรทางธรรมชาติด้านการท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยั่งยืนควบคู่กันไป

The objectives of the research on *Expenditure Characteristic for Product Purchasing and Service Need of Foreign Tourists for Travelling in Thailand* were to (1) study expenditure need of foreign tourists for product purchasing, (2) study tourism service need of foreign tourists and (3) find out a guideline for promoting and developing local products in Thailand.

The studied informants were accidental sampled from the top 10 foreign tourists who visited Thailand including Japanese, Malaysian, Taiwanese, Chinese, Singaporean, Hong Kongean, British, American, Korean and German. They visited Thailand in 6 provinces consisted of Bangkok Metropolitan, Chonburi (Pattaya), Phuket, Chiang Mai, Songkhla, (Had Yai) and SuratThani (Samui Island). A questionnaire used for interviewing was translated into 5 languages comprising English, German, Chinese, Japanese and Korean. Qualitative data were analysed by content analysis while quantitative data were presented as frequency and percentage.

The research finding were as follows :

(1) **Product Expenditure Need** Most tourists enjoyed purchasing garment products and souvenir at most followed by Thai handicraft and leatherwork, respectively. The favorite garment products were colorful T-shirt, Batik and sarong. Most tourists preferred purchasing products and souvenir for their own use to purchasing them as presents for the others. The unfavorable products were jewelry products among the Asean tourists due to expensive prices and furniture products and woodencraft among the European and American tourists due to inconvenient transportation.

(2) **Tourism Service Need** Most Asean tourists enjoyed entertainment tourism in terms of nightclub, Discotheque, singing and dancing while most European and American enjoyed culture and art tourism in terms of Buddhist temple , lifestyle visiting and Thai culture and tradition. The second favorite tourism among the mentioned tourists were tourism for health, Thai cuisine with herbal ingredients, Thai traditional massage and SPA therapy massage.

(3) **Guideline for Supporting and developing Local Products** For local products of both souvenir and various tourism service, most foreign tourists were of the opinion that Thai uniqueness and the prosperity of tourism resources were important issues. Therefore, an important guideline for developing local products should focus on Thai uniqueness formulation as well as be aware of development and renovation of natural resources for sustainable tourism.