

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการซื้อสินค้าของฝากประเภทอาหารของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี (2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าของฝากประเภทอาหารในจังหวัดกาญจนบุรี ในด้านคุณลักษณะ ราคา บรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการขาย (3) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าของฝากประเภทอาหารในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะ ราคา บรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการขาย จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ทั้งเพศหญิงและเพศชายที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปและเป็นผู้บริโภคสินค้าของฝากประเภทอาหาร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น .90 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความพึงพอใจโดยใช้สถิติที (t test) แบบ Independent

และความแปรปรวนทางเดียว (analysis of variance; ANOVA) ทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffé method) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงและเพศชายในสัดส่วนเท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ต่อเดือน พฤติกรรมการซื้อสินค้าของฝากประเภทอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อสินค้าของฝากในกลุ่มอาหารหวาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับประทานเอง ในขณะที่กลุ่มอาหารแปรรูปและกลุ่มอาหารสำเร็จรูปประเภทน้ำพริก ซื้อเพื่อเป็นของฝาก เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ พิจารณาจากความอร่อย ความน่ารับประทาน และราคาที่เหมาะสม ในด้านการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคต้องการ คือ การมีตัวอย่างอาหารให้ชิม และมีพนักงานให้ข้อมูลเพิ่มเติม

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าของฝากประเภทอาหารในจังหวัดกาญจนบุรี ในกลุ่มอาหารหวาน กลุ่มอาหารแปรรูป และกลุ่มอาหารสำเร็จรูปประเภทน้ำพริก ด้านคุณลักษณะ ราคา บรรจุกฎเกณฑ์ และการส่งเสริมการขาย พบว่า มีความพึงพอใจในทุกกลุ่มอาหารเป็นเช่นเดียวกัน คือ มีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะ ราคา และบรรจุกฎเกณฑ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการขายกลุ่มอาหารหวานและกลุ่มอาหารแปรรูปมีความพึงพอใจในระดับมาก มีเพียงกลุ่มอาหารสำเร็จรูปประเภทน้ำพริก เท่านั้นที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าของฝากประเภทอาหารในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า

3.1 นักท่องเที่ยวเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อสินค้าของฝากประเภทอาหารในกลุ่มอาหารหวาน ด้านคุณลักษณะ บรรจุกฎเกณฑ์ และการส่งเสริมการขาย ในระดับที่สูงกว่าเพศชาย ส่วนกลุ่มอาหารแปรรูป และกลุ่มอาหารสำเร็จรูปประเภทน้ำพริก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

3.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อสินค้าของฝากประเภทอาหารในกลุ่มอาหารแปรรูป ด้านคุณลักษณะในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-

45 ปี ส่วนกลุ่มอาหารหวานและอาหารสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกมีความพึงพอใจ
ไม่แตกต่างกัน

3.3 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสินค้าของฝากประเภท
อาหารในกลุ่มอาหารหวาน อาหารแปรรูป และอาหารสำเร็จรูปประเภทน้ำพริก
ไม่แตกต่างกัน

3.4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจ
ต่อสินค้าของฝากประเภทอาหารในกลุ่มอาหารแปรรูป ด้านราคา ในระดับที่สูงกว่า
นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ส่วนกลุ่มอาหารหวานและ
อาหารสำเร็จรูปประเภทน้ำพริกมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

This thesis investigates the behaviors of tourists in Kanchanaburi province in the course of purchasing edible souvenirs. Also considered are the levels of satisfaction evinced by these tourists in regard to edible souvenirs in the aspects of characteristics, price, packaging, and sales promotion. Finally, compared are differences in levels of satisfaction of these tourists regarding these aspects and differences in the demographical characteristics of gender, age, income and educational level.

The sample population consisted of 400 Thai tourists visiting Kanchanaburi who were consumers of edible souvenirs. These respondents were also both male and female and were fifteen years of age or older.

The instrument of research was a questionnaire couched at a reliability level of .90. Using techniques of descriptive statistics, the data were analyzed in terms of percentage, mean and standard deviation. Comparisons of levels of satisfaction were carried out by means of an independent *t* test, one-way analysis of variance (ANOVA), and Scheffé's method of paired comparison. The results were found to hold at the statistically significant level of .05.

Findings are as follows:

1. The members of the population sample were of equal proportion male and female. The majority were between the ages of twenty-six and forty-five and were holders of a bachelor's degree or higher with a monthly income between 10,000 and 30,000 baht. In regard to purchasing behaviors, it was found that the majority of these tourists most frequently purchased desserts they planned to consume themselves. They also purchased processed foods and ready-made foods in the nam prik or shrimp paste categories. The reasons for making these purchases were that the edibles were delicious, pleasant to view, and appropriately priced. In regard to sales promotion needs, required were free food samples and sales personnel who could provide additional information.

2. In regard to the levels of satisfaction evinced toward edible souvenirs, it was found that these tourists evinced the same high levels of satisfaction in regard to desserts, processed food and nam prik as a ready-made food product in the aspects of characteristics, price, and packaging. However, in regard to the aspect of sales promotion, satisfaction at high levels

was displayed in regard to desserts and processed foods, whereas in the case of nam prik as a ready-made food the satisfaction evinced was at a moderate level.

3. In comparing the levels of satisfaction evinced by these tourists, the following was found:

3.1 Female tourists were satisfied with desserts in the aspects of characteristics, packaging, and sales promotion at a higher level than their male counterparts. Moreover, there were no differences found in the levels of satisfaction in regard to processed foods and nam prik as a ready-made food.

3.2 Tourists who were forty-five years old or older were satisfied at a higher level with the edible souvenirs in the category of processed foods in the aspect of characteristics than tourists between the ages of twenty-six and forty-five. No differences were found in regard to the categories of desserts and shrimp paste as a ready-made food.

3.3 Tourists who differed in income failed to exhibit differences regarding their levels of satisfaction in regard to edible souvenirs in the categories of deserts, processed food, and shrimp paste as a ready-made food.

3.4 Tourists whose educational level was below the bachelor's degree level evinced satisfaction at a higher level with edible souvenirs in the category of processed food in regard to the aspect of price than was the case with tourists whose educational level was at the level of a bachelor's degree or higher. However, no differences were found in regard to the categories of desserts and shrimp paste as a ready-made food.