

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ศึกษาปัจจัยที่ส่งผล
ต่อการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ชื่อผู้เขียน นายคุณพาส เจริญจิตต์

ชื่อปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา รัฐศาสตร์

ปีการศึกษา 2547

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤษณา ไวกมล ปรธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์อนงค์ทิพย์ เอกแสงศรี
3. ดร. อธิธรรม พรหมมะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
(3) ศึกษาลำดับสินค้าของที่ระลึกที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น (4) ศึกษา
ลำดับสินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมซื้อ (5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์
ระหว่างปัจจัยตัวแปรต้น ได้แก่ ภูมิหลังของประชากร (เพศ) กับความสนใจในสินค้าของ
ที่ระลึก (6) เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับความสนใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยว
ญี่ปุ่นที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก เพื่อเป็นการเสนอแนวทางแก่ภาครัฐและเอกชนในการ
ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องการผลิตสินค้า
ของที่ระลึกให้มีคุณภาพ มาตรฐาน รวมถึงการให้บริการ ที่มีคุณภาพ ให้สอดคล้องกับ
ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่
เป็นภาษาญี่ปุ่น

ผลการศึกษาพบว่า

1. รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยได้ให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักเป็นอันดับต้นๆ ให้กับประเทศไทย ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้สนองนโยบายของรัฐบาลโดยกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด รวมถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าของที่ระลึกที่มีคุณภาพ ในประเทศไทย
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ได้แก่ ความสามารถด้านภาษาของผู้ขาย รองลงมา ได้แก่ การบรรจุหีบห่อ และลำดับสุดท้าย ได้แก่ การบริการ
3. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความสนใจในสินค้าอาหารไทย สินค้า OTOP สินค้าหัตถกรรม และผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากไหม มากที่สุดตามลำดับ
4. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกซื้อสินค้า อาหารไทย ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากไหม เครื่องเงินและดินเผา มากที่สุด และมีการซื้อสินค้า OTOP และอัญมณีและเครื่องประดับ น้อยที่สุด
5. ปัจจัยด้านเพศของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์กับความสนใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
6. ปัจจัยภูมิหลังของประชากร (เพศ) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติและความสนใจในสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ABSTRACTS

TE 164043

Thesis Title Tourism Industry Promotion: The Case Study of Factors
Affecting on Souvenir Product Purchase of the Japanese
Tourists

Student's Name Mr. Dullapah Jaroenjitt

Degree Sought Master of Arts

Major Political Science

Academic Year 2004

Advisory Committee

- | | |
|---------------------------------------|-------------|
| 1. Asst. Prof. Dr. Krisana Vaisamruat | Chairperson |
| 2. Assoc. Prof. Anongthip Eksaengsri | |
| 3. Dr. Arasdharma Promma | |

This survey research aims to (1) Study the aspects of tourism industry promotion, (2) Study the factors affecting on souvenir products purchase of the Japanese tourists, (3) Study the types of the souvenir products in order of the Japanese tourists' interest, (4) Study the types of souvenir products in order of the Japanese tourists actual buying, (5) Study the relationship between independent variable, population's background (gender), and the dependent variable, the interest in the souvenir products, and (6) Study the differences of interest level and the attitude among Japanese tourists towards the souvenir products.

The Study results areas follow

1. Every government has been well giving attention to the tourism industry promotion since it has generated the main national income. The Tourism Authority of Thailand (TAT) has acted in line with the government's policy by setting up the marketing strategies, arranging activities to support the tourism, and especially promoting the international tourists for traveling and buying quality Thai souvenir products in the Kingdom
2. The factors that affected on the souvenir product purchase of the Japanese tourists were the ability of the sellers to communicate with the Japanese customers, the quality of packaging, and the sellers, respectively.
3. The Japanese tourists' interest in the products was placed on Thai food products, OTOP products, handcraft products, silk and silk products, respectively.
4. The Japanese tourists' choices of buying were placed on Thai food products, silk and silk products, silverware and tinware, OTOP products, and jewelry and ornaments, respectively.
5. For the relationship between gender and interest of the Japanese tourists in souvenir products, it was found that there was no difference between male and female in the choice of buying.
- 6 For the background of the population (gender), it was found that the different background of the tourists affected the attitude and the interest in buying the souvenir products, which supported the hypothesis of the present research.