**การศึกษาพฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์ และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กรณีศึกษา งานแสดงสินค้า Summer Bitter Sweet 2018**

**Behavior and Perceptions of MICE Visitors on Marketing Mix: A Case Study of Summer Bitter Sweet 2018**

ปัญญาฤทธิ์ ทองกลิ่น Punyarith Thongklin[[1]](#footnote-1)

บัณฑิตา หลิมประดิษฐ์ Banthita Limpradit[[2]](#footnote-2)

ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์ Songsin Teerakunpisut[[3]](#footnote-3)

พัชราภรณ์ บุญเลื่อง Patcharaporn Bunlueng[[4]](#footnote-4)

**บทคัดย่อ**

การศึกษามีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของนักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 (3) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน และ (4) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของนักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 ต่อความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือนักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) ชาวไทยที่เดินทางมางานแสดงสินค้าและนิทรรศการ Summer Bitter Sweet 2018 จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบ t-test

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดบริการพบว่าผู้เข้าเดินงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้วยต่อปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้เข้าร่วมงานมีความคิดเห็นด้วยต่อปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มากที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลวิเคราะห์ด้านความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่า นักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) เพศชายมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมากกว่านักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) เพศหญิง ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรไม่พบความแตกต่าง นอกจากนั้นพบว่าอายุที่แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

**ABSTACT**

The objectives of this research are 1) to study the demographic of MICE visitors at Summer Bitter Sweet 2018 2) to study the behavior of Thai MICE visitors at Summer Bitter Sweet 2018 3) to study the level of perceptions of Thai MICE visitors at Summer Bitter Sweet 2018 on marketing mix factors and 4) to study the differences between demographic and perceptions on marketing mix of Thai MICE visitors. Questionnaire was used to collect data from 400 Thai MICE visitors at Summer Bitter Sweet 2018 on 5-8 April 2018. The data collected was analyzed using descriptive analysis, t-test and One-way ANOVA.

The results showed that most of the respondents agreed highly agreed on marketing mix factors in all aspects. The most rated aspects was physical evidence and the least rated one was promotion.

The test of demorgraphic differences on marketing mix among sample found that male respondents rated highly on promotion, process and physical more than female. Moreover, there was no demorgraphic differences among sample in terms of age, occupations, monthly income, addresses and education.

**บทนำ**

ธุรกิจไมซ์(MICE) เป็นธุรกิจที่เกิดจากการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและค่าใช้จ่ายตอบแทนสำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแต่ละทริปนั้นค่อนข้างสูงกว่าการท่องเที่ยวประเภทอื่นประมาณ (กรมประชาสัมพันธ์, 2560) ซึ่งธุรกิจไมซ์นั้นมาจากธุรกิจ 4 กลุ่มคือ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (Meeting) การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การจัดประชุมวิชาการนานาชาติ (Conventions) และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) โดยธุรกิจไมซ์ มีความสำคัญต่อการสร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประเทศไทย เนื่องจากนักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) นั้นมีเป้าหมายเฉพาะทางธุรกิจ มีอำนาจการซื้อสูงและมีความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) อยู่ในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560) ด้วยเหตุนี้หลาย ๆ ประเทศจึงให้ความสำคัญกับธุรกิจไมซ์เป็นอย่างมาก โดยประเทศไทยได้มีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ TCEB ในปี พ.ศ.2545 เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์การจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการระดับโลกในภูมิภาคเอเชีย อีกทั้งยังเพื่อเพิ่มรายได้ของประเทศไทย และสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ได้ในตลาดโลก (กรมประชาสัมพันธ์, 2560)

หนึ่งในธุรกิจไมซ์ที่น่าสนใจและสามารถสร้างรายได้อย่างมาก คือ ธุรกิจงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ จากข้อมูลของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2561) แสดงให้เห็นว่า ในปี 2562 ไตรมาสที่ 2 มีนักท่องเที่ยวกลุ่มงานแสดงสินค้านานาชาติจากต่างประเทศและในประเทศเป็นจำนวน 11,612,291 คน สามารถสร้างรายได้ 66,864 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากและสามารถสร้างรายได้มหาศาลทำให้พื้นที่ต่าง ๆ แต่ยังมีอีกสถานที่ที่น่าสนใจและมีศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ที่สุดในภาคใต้ ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย มีทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งก็คืออำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยในปัจจุบันจังหวัดสงขลามีการจัดงานนิทรรศการและแสดงสินค้าต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก โดยมีการจัดงานนิทรรศการและแสดงสินค้าตลอดทั้งปีและได้รับการตอบรับอย่างดีจากคนในจังหวัดสงขลาและพื้นที่ใกล้เคียง โดยในช่วงเดือนเมษายนในแต่ละปีนั้นจะมีการจัดงาน Summer Bitter Sweet โดยงาน Summer Bitter Sweet 2018 เป็นงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับ เบเกอร์รี่ ขนมต่าง ๆ เครื่องดื่ม ชา กาแฟ และไอศกรีมที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ โดยงานนี้มีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชอบของหวาน เบเกอร์รี่ ชา กาแฟ เครื่องดื่มและไอศกรีม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาพฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กรณีศึกษา งานแสดงสินค้า Summer Bitter Sweet 2018 ซึ่งข้อมูลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ สามารถนำไปปรับใช้กับการจัดแสดงสินค้าอื่น ๆ ได้ในครั้งต่อไป ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลการศึกษา จากนั้นนำมารวบรวมข้อมูลและองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาโดยคาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการ นักการตลาด รวมไปถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการตลาดของธุรกิจงานจัดแสดงสินค้าต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้และที่อยู่ปัจจุบันของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018
3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 ต่อความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

**ทบทวนวรรณรกรรม**

## 1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ที่มีลักษณะคล้ายกัน กล่าวคือ ประชากรศาสตร์คือการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ในด้านพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงในทางประชากร (สันทัด เสริมศรี, 2541; อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2543; ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552; นงนุช กันธะชัย, 2551; สุปัญญา ไชยชาญ, 2550)

## 2. แนวคิดและทฤษฎีด้านธุรกิจไมซ์ และพฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของธุรกิจไมซ์ไว้คล้ายกัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2559; อารีรัตน์ ไชยช่อฟ้า, 2558; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555, สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2561) ซึ่งนักวิชาการเหล่านี้ได้กล่าวว่า ธุรกิจไมซ์ หรือ MICE ย่อมาจาก Meetings, Incentives, Conventions (หรือ Conferencing), Exhibitions ไมซ์เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การประชุมวิชาการ การจัดงานแสดงสินค้า นิทรรศการและการจัดอีเว้นท์ต่าง ๆ โดยมีการจัดการอย่างมืออาชีพ ทั้งด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านการจัดประชุม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านการจัดส่งสินค้าที่จะแสดง และด้านพิธีการศุลกากร และนักเดินทางไมซ์ (MICE Visitors จะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางที่เฉพาะเจาะจงที่เกี่ยวเนื่องกับการเดินทางเพื่อร่วมประชุมขององค์กรข้ามชาติ การท่องเที่ยวจากรางวัลที่ได้รับ การเข้าร่วมงานประชุมวิชาการนานาชาติ หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติ

## 3. แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้า

มีองค์กรและนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้าที่มีความสอดคล้องกัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา,2559; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555; A.V. Seaton, 1996; สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย), 2553) โดยให้ความหมายไว้ว่า งานแสดงสินค้าหมายถึงงานที่จัดขึ้นเพื่อเป็นจุดนัดพบของผู้ที่อยู่ในวงการธุรกิจเดียวกันหรือเกี่ยวข้องกัน โดยที่ฝ่ายผู้จัดงานจัดให้ผู้ที่ต้องการนำสินค้าหรือบริการมานำเสนอ ได้จัดแสดงสินค้าให้แก่ผู้ชมงานและมีกิจกรรมหลายอย่างนอกเหนือจากการแสดงสินค้า เพื่อให้งานนั้นเกิดความสมบูรณ์ในการเป็นศูนย์รวมของธุรกิจมากขึ้น

## 4. แนวคิดและทฤษฎีด้านการตลาด

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการตลาดที่มีลักษณะคล้ายกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546; สุปัญญา ไชยชาญ, 2550; เสรี วงษ์มณฑา, 2542; นงนุช กันธะชัย, 2551; พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา, 2540; ปรีชญา ชุมศรี, 2554) กล่าวว่า การตลาดหมายถึง กระบวนการทางสังคมและกระบวนการบริหารที่ทำให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งของที่ต้องการและอยากได้โดยอาศัยหลักการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าขึ้นมาแล้วนำไปแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่น โดยมีกระบวนการวางแผน (Planing) และการบริหารแนวความคิด (Executing the conception) การกำหนดราคา (Pricing) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่ายความคิด สินค้า และบริการ (Distibution of ideas, goods and services) ซึ่งมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่ในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า เพื่อจะให้ธุรกิจได้ผลกำไร

**วิธีการดำเนินการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ นักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่มาเยี่ยมชมงาน Summer Bitter Sweet 2018

400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแสดงค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย เพื่อสรุปข้อมูลขั้นต้นจากแบบสอบถามที่เก็บได้และ ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (T-Test) และใช้สถิติ (One Way ANOVA) ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 ต่อความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกจาก เพศ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ และด้านพฤติกรรม

**ผลการศึกษา**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 21-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอและมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

## ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้มางาน Summer Bitter Sweet 2018 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจุดประสงค์ในการมางานเพื่อซื้อสินค้าเป็นหลัก ส่วนใหญ่มางาน Summer Bitter Sweet เป็นครั้งแรก เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018กับเพื่อน เข้าชมงานพร้อมสมาชิกจำนวน 2-3 คน ใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทาง ทราบข้อมูลของการจัดงานจากอินเตอร์เน็ต / โซเชียลมีเดีย มีค่าใช้จ่ายในงาน Summer Bitter Sweet 2018 ครั้งนี้ ต่ำกว่า 500 บาท ส่วนใหญ่มางานในช่วง 12.01 น.-15.00 น. และส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตัวเองในการมาร่วมงานในครั้งนี้

## ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( = 3.89, S.D.= 0.62) เรียงจากมากไปน้อยได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ( = 4.19, S.D.= 0.57) ด้านกระบวนการ (Process) ( = 4.07, S.D.= 0.60 ) ด้านบุคลากร (People) ( = 3.98, S.D.= 0.62 ) ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ( = 3.95, S.D.= 0.62 )ด้านบริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ( = 3.87, S.D.= 0.60) ด้านการตลาดบริการด้านด้านราคา (Price) ( = 3.64, S.D.= 0.64 ) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ( = 3.55, S.D.= 0.70 ) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ .212 มากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้น เพศที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามอายุ พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ .072 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 แต่เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ .305 มากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 แต่เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 จำนวน 2 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ .197 มากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 แต่เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 จำนวน 2 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยการแบ่งที่อยู่ปัจจุบันออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) พื้นที่อำเภอหาดใหญ่ 2) พื้นที่อำเภอเมืองสงขลา 3) อื่น ๆ พบว่า ค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ .375 มากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้น ที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันตามภาพรวม

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ .031 น้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้น ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันตามภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีด้านที่แตกต่าง จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

**อภิปรายผล**

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยแบ่งประเด็นการอภิปรายตามรายข้อของวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. **ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018** พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งเป็นไปได้ว่างาน Summer Bitter Sweet 2018 ที่ผู้วิจัยได้ไปเก็บข้อมูล เป็นงานที่เน้นไปทางขนมและเครื่องดื่มซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของเพศหญิงจึงทำให้มีผู้เข้าชมงานเพศหญิงที่มีความสนใจเข้าชมเป็นจำนวนมาก และกลุ่มตัวอย่างที่ได้ในงานวิจัยครั้งนี้มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียนและนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่างาน Summer Bitter Sweet 2018 นั้นจัดที่ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งอยู่ใกล้กับสถานศึกษาคือ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ทำให้ผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่ซึ่งเป็นนักเรียนและนักศึกษาสามารถเดินทางมาเข้าร่วมงานได้สะดวก ซึ่งผู้เข้าชมส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปีและมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้น ผู้จัดงานควรปรับลักษณะงานให้เหมาะสมกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักเดินทางไมซ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าชมงานสูงสุด และตรงตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน
2. **พฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018** พบว่า ผู้เข้ามาชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 ส่วนใหญ่มางานเป็นครั้งแรก ซึ่งทราบข้อมูลของการจัดงานจากอินเตอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย โดยเป็นไปได้ว่าเหตุที่ผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการจัดงาน Summer Bitter Sweet 2018 จากอินเตอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียนั้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งมีการส่งต่อข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ต่อกันอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้เข้าชมส่วนใหญ่นั้นสามารถรับรู้ได้ถึงการจัดงานในครั้งนี้ได้ ผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่เข้ามาชมงานกับเพื่อนและตัดสินใจมาเข้าร่วมงานด้วยตัวเอง มีจำนวนสมาชิกที่เข้าชมงาน 2-3 คน โดยส่วนใหญ่เดินทางมางานโดยใช้พาหนะส่วนตัวในการเดินทางมาเข้าร่วมงาน ซึ่งเป็นไปได้ว่าเหตุที่ผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่เดินทางมางานโดยใช้พาหนะส่วนตัวนั้นเนื่องจากสถานที่จัดงานนั้นไม่มีรถโดยสารประจำทางผ่านในเส้นทางดังกล่าว โดยช่วงเวลาที่ผู้เข้ามาชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 มากที่สุดคือ ช่วง 12.01 น. – 15.00 น. และค่าใช้จ่ายในงาน Summer Bitter Sweet 2018 ต่ำกว่า 500 บาท ซึ่งเป็นไปได้ว่าเหตุที่ผู้เข้าชมมาในดังเวลาดังกล่าวมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงพักรับประทานอาหารเที่ยง และเหตุที่ผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายภายในงานต่ำกว่า 500 บาท เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่และส่วนใหญ่ยังไม่สามารถทำงานและมีรายได้ด้วยตนเอง
3. **ความคิดเห็นของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018 ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เข้าชมงานเห็นด้วยกับคุณภาพสินค้าภายในงานมากที่สุด ซึ่งเป็นไปได้ว่าร้านค้าที่เข้าร่วมงานแสดงในครั้งนี้นำสินค้าที่มีคุณภาพมาจำหน่ายภายในงาน ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เข้าชมงานเห็นด้วยกับการติดป้ายราคาสินค้าที่ชัดเจนมากที่สุดเนื่องจากภายในงานมีการติดป้ายราคาของสินค้าอย่างชัดเจน ทำให้ผู้เข้าชมงานสามารถรับรู้ถึงราคาของสินค้าได้ง่าย ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เข้าชมงานเห็นด้วยกับสถานที่จัดงานมีความสะดวกต่อการเดินทางมากที่สุด เนื่องจากสถานที่จัดงานในครั้งนี้จัดขึ้นที่ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี โดยตั้งอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ซึ่งจากการสำรวจพบว่าผู้เข้าชมส่วนใหญ่นั้นเป็นนักเรียนและนักศึกษา ทำให้มีความสะดวกในการเดินทางมาเข้าชมงาน ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เข้าชมงานเห็นด้วยกับการประชาสัมพันธ์และโฆษณาอย่างทั่วถึงมากที่สุด โดยมีการประชาสัมพัน์ผ่านสื่อออนไลน์ อินเตอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ทำให้การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงผู้คนได้ง่าย ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เข้าชมงานเห็นด้วยกับอัธยาศัยไมตรีที่ดีของเจ้าหน้าที่และผู้จัดจำหน่ายสินค้าภายในงานมากที่สุด ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เข้าชมงานเห็นด้วยกับขั้นตอนในการเข้างานมีความสะดวก ไม่ซับซ้อนมากที่สุด ซึ่งเป็นไปได้ว่ามีการจัดร้านและสถานที่ที่สามารถเข้าถึงง่ายและสะดวกต่อการเดินชมสินค้าภายในงาน และในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านด้านลักษณะทากายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้เข้าชมงานเห็นด้วยกับสถานที่มีความสะอาดมากที่สุด
4. **ความแตกต่างของลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของนักเดินทางไมซ์ชาวไทยที่เข้าชมงาน Summer Bitter Sweet 2018** **ต่อความคิดเห็นในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** พบว่า นักเดินทางไมซ์เพศชายมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมากกว่านักเดินทางไมซ์เพศหญิง ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรไม่พบความแตกต่าง นอกจากนั้นพบว่าอายุ ช่วงอายุ 15-20 ปี กับช่วงอายุ 41-50ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพ ในส่วนของอาชีพ พบว่าที่นักเรียน/นักศึกษา กับ อาชีพเจ้าของธุรกิจ/กิจการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันใน ด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับช่วงรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านการส่งเสริม ที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้านไม่พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยที่อยู่ปัจจุบันของผู้เข้าชมงานไม่มีผลต่อการติดใจเข้าชมงาน

ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. กับปริญญาตรี มีความคิดเห็นแตกต่างกันใน ด้านผลิตภัณฑ์ ราคาและด้านบุคลากร และ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. กับสูงกว่าปริญญาโท มีความคิดเห็นแตกต่างกันใน ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากร

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ศึกษาข้อมูลจากนักเดินทางชาวไมซ์ที่จากงานแสดงสินค้าและนิทรรศการด้านขนมหวาน ในงานอื่น ๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากงาน Summer Bitter Sweet 2018

5.3.2.2 ศึกษาปัญหาของการเตรียมความพร้อมของเมืองหาดใหญ่สำหรับธุรกิจไมซ์ โดยเฉพาะในด้านการแสดงสินค้าและนิทรรศการ

5.3.2.3 ศึกษาข้อมูลการรับรู้ถึงการเข้าชมงานงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ของประชาชนในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

5.3.2.4 ศึกษาข้อมูลจากนักเดินทางชาวไมซ์ที่เป็นชาวต่างชาติซึ่งเดินทางมาเพื่อเข้าชมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เพื่อการรับรู้ข้อมูลที่แตกต่างออกไป

**เอกสารอ้างอิง**

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *แถลงข่าว สถานการณ์ท่องเที่ยว.* สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2562 จาก http://www.mots.go.th/more\_news.php?cid=421&filename=index

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2558). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 27). กรุงเทพฯ: สามลดา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560*). Thailand Tourism Confidence Index: ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย.* กรุงเทพ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ซี.พ๊.บุ๊ค สแตนดาร์ด.

ศาลากลางจังหวัดสงขลา. (2562). *จังหวัดสงขลา*. สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2562 จากhttps://www.songkhla.go.th/content/strategy

ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี. (2561). *about ICC Hat Yai.* สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2561 จาก http://www.icchatyai.com/floorplan.html

สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย). (2553). *ความรู้เบื้องต้นการจัดแสดงสินค้า.* กรุงเทพฯ : สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2559). *Introduction to MICE Industry.* กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2560). *อุตสาหกรรมไมซ์ ในภูมิภาคเอเชีย.* กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2561). *MICE ไม่ได้แปลว่าหนู.* กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2562)*. คู่มืออบรมบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ภายในประเทศ.* กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2562). *MICE Statistic*. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2562 จาก https://intelligence.businesseventsthailand.com/en/page/mice-statistics

Bennett, M., Seaton, A. (1996). *Marketing Tourism Products*. United Kingdom: Cengage Learning.

McCartney, G. (2010). *Event Management as Asian perspective*. Singapore: Mcgraw-Hill Education (Asia)

Preston, C. (2012). *Event marketing: How to Successful Promote Event, Festivals, Conventions, and Expositions.* New York: John Wiley & Sons Inc.

1. นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ สถานที่ทำงาน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา Email: [Punyariththongklin@gmail.com](mailto:Punyariththongklin@gmail.com) [↑](#footnote-ref-1)
2. อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริหารวิชาการ คณะศิลปศาสตร์ จัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ Email: banthita.l@psu.ac.th [↑](#footnote-ref-2)
3. อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการจัดการการประชุมนิทรรศการฯ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ Email: songsin.t@psu.ac.th [↑](#footnote-ref-3)
4. อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการจัดการการประชุมนิทรรศการฯ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ Email: patcharaporn.bun@gmail.com [↑](#footnote-ref-4)