

วรมน สาระ: ปัจจัยในการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. (FACTORS OF THAI CONSUMER WORKING AGE GROUP TOWARDS DOMESTIC PACKAGE TOUR IN BANGKOK METROPOLIS)

อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย, 204 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ (Physical evidence) กลุ่มตัวอย่างเป็นคนวัยทำงานที่ทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า "ที" (t-test) ในการเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายระหว่างกลุ่มคนวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุของกลุ่มคนวัยทำงาน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: ANOVA) กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ จะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นด้วยวิธี LSD ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มคนวัยทำงานเพศหญิง อายุ 25 - 29 ปี มีการศึกษาขั้นสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศ เดินทางเที่ยวภายในประเทศ 1 - 2 ครั้ง/ปี ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน 2 คืน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ - อาทิตย์) เดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว นิยมเดินทางท่องเที่ยวในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและเป็นผู้ร่วมเดินทางคือเพื่อน งบประมาณในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท ใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลทางการท่องเที่ยว เหตุผลสำคัญที่เดินทางท่องเที่ยวคือ ต้องการไปพักผ่อน

2. การเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศของกลุ่มคนวัยทำงานตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($X = 2.74$) ด้านราคา ($X = 2.71$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($X = 2.77$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($X = 2.61$) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ($X = 3.17$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($X = 3.31$) ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ($X = 3.02$)

3. เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศของกลุ่มคนวัยทำงานตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศของกลุ่มคนวัยทำงานตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างอายุ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ

สาขาวิชา.....วิทยาศาสตร์การกีฬา..... ลายมือชื่อนิสิต..... วรมน สาระ.....
ปีการศึกษา.....2552..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....