

หัวข้อวิทยานิพนธ์	“การสื่อสารการตลาดเพื่อujungใจและสร้างความพึงพอใจให้กับ นักท่องเที่ยวของโรงแรมสิดารีรีสอร์ท จังหวัดนครนายก”
ชื่อผู้เขียน	บวรสรรค์ เขียวคำรง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดของโรงแรมสิดารีรีสอร์ท พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยujungใจ และความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวโรงแรมสิดารีรีสอร์ท

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสำรวจเอกสาร จากผู้บริหารโรงแรมสิดารีรีสอร์ท และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแบบสัมมนา และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ทำการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ โรงแรมสิดารีรีสอร์ทในช่วงเดือน มีนาคม-เมษายน ปี 2549 มีจำนวน 36,999 คน โดยใช้เกณฑ์กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) โดยคิดจากจำนวนประชากรที่ 25,000 คนขึ้นไป ค่าระดับความเชื่อมั่นในการเลือก 95% กำหนดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ไม่เกิน 5% เพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดปรากฏว่าได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 394 คน(400)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS v.12 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่(Frequency) ค่าเฉลี่ย (Means) ค่าร้อยละ(Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า การสื่อสารการตลาดเพื่อujungใจนักท่องเที่ยวของโรงแรมสิดารีรีสอร์ทใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อujungใจนักท่องเที่ยวโดยพบว่าสื่อที่ทางโรงแรมสิดารีรีสอร์ทใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 9 ประเภท ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารสื่อกลางแจ้ง แผ่นพับ โบปปลิว สื่อบุคคล การส่งเสริมการขาย

และสื่อกิจกรรมพิเศษ ซึ่งการสื่อสารของโรงแรมสิดารีรีสอร์ทมีความสอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า นักท่องเที่ยวอิสระส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท รองลงมา คือ รับราชการ ส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,001 ขึ้นไป โดยส่วนใหญ่สถานภาพยังโสด

การเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดโดยเฉลี่ยรับชมโทรทัศน์ในช่วง 18.01-24.00 น. มากกว่า 21 ครั้ง/เดือน และนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงแรมสิดารีรีสอร์ท จากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อมวลชน และ อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

มูลเหตุที่มุ่งใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวโรงแรมสิดารีรีสอร์ทมากที่สุด คือ ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา คือ ต้องการสัมผัสธรรมชาติ ภูเขา น้ำตกภายในโรงแรมสิดารีรีสอร์ท และการเดินทางสะดวกและต้องการมาเอง ตามลำดับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรม / นันทนาการ โดยเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อการบริการและสถานที่นักท่องเที่ยวอิสระมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

Thesis Title	The Marketing Communication to Persuasive and Satisfaction to Tourism of Sida Resort Hotel Nakhonnayok
Author	Bavonsan Cheadumrong
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Asawin Nedpogaeo
Department	Business Communication
Academic Year	2007

ABSTRACT

The study of The Marketing Communication to Persuasive and Satisfaction to Tourism of Sida resort Hotel. The objectives of thesis were to study the Marketing Communication for Persuasive , news perception, persuasion factors and Satisfaction to Sida Resort Hotel of tourists.

This thesis was qualitative and survey research by using in-depth interviews conducted with administrator, observation and questionnaire for data compilation. The subject are Thai tourists Sida Resort Hotel during January – December 2006 total 36,999 persons. The sample size were prescribed by suing readymade table of Taro Yamane based on 25,000 onwards. The reliability value in selection were approx 95% with error not exceeding 5% to revealed possible error as less as possible. Result selected sample group were 400 subject.

The data collected were analyzed with SPSS program by using the frequency, percentage, means and Standard Deviation.

The marketing communication of Sida Resort Hotel consisted of nine instrument activities : television, radio, magazine, media outdoor, handbill, publications, person media, sale promotion and event marketing media

The results have shown that the majority of tourists were between 26-35 years of age and are company employees the next are government officer the majority education of level was bachelor's degree and income of tourists were more than 20,001 baht per month the status single.

The tourists most received news from television and the majority of tourists received between 1.01 - 12 pm more 21 times per month. The tourists most received

information about Sida Resort Hotels from person media the next are mass communication and www.sida-resort.com

The important factor in making a decision to make a trip to the Sida Resort Hotel is to touch the nature and mountain in the Sida Resort Hotel the second factor is transportation convenience.

The overall Satisfaction of tourists in activities participation is assessed as the medium level, in services and place are assessed the high level.