

หัวข้อสารนิพนธ์	พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาด ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
ชื่อผู้ศึกษา	นายชยวีร์ศรั พงคงธวัช
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2553

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาด ชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม การณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชายหาดชะอำ ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้ดำเนินการคัดเลือกจากประชากรในการศึกษา โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 250 คน

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 8,000 – 20,000 บาทต่อเดือน

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชายหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาข้อมูลก่อนเดินทางมาเที่ยวจากสื่อบุคคล สิ่งดึงดูดใจให้เดินทางมาเที่ยว คือ ความสะอาดและสวยงามของธรรมชาติ เดินทางมาเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวกับบุคคลในครอบครัว มีประสบการณ์ในการมาเที่ยว 2 – 5 ครั้ง และชอบกิจกรรมเล่นน้ำทะเลมากที่สุด

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ จำแนกด้านต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์

รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่ ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา ได้แก่ ราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ภูมิทัศน์

นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ ด้านราคาในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมเครื่องเล่น

นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ ด้านสถานที่ในระดับมาก ได้แก่ ที่จอดรถ

นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมประจำปีในวันเทศกาลกินหอย ดูนก ตกหมึก ชายหาดชะอำ

ความสัมพันธ์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชายหาดชะอำ ด้านสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เดินทางมาเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชายหาดชะอำในทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ ด้านราคา

ด้านสถานที่ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชายหาดชะอำ ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ ด้านสถานที่

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชายหาดชะอำในทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดชายหาดชะอำ ด้านการส่งเสริมการตลาด