

หัวข้อสารนิพนธ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของฟาร์มจะระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ
ชื่อผู้เขียน	นายวิชาญ ฤทธิบัณฑิตย์
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษารั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของฟาร์มจะระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของฟาร์มจะระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวฟาร์มจะระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ

วิธีดำเนินการศึกษา เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบธรรมชาติ (Simple Random Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลรั้งนี้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และสถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistics) ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

(1) ผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวฟาร์มจะระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ จำแนกตามด้านต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ พนักงาน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

(2) ผลการศึกษาเกี่ยวกับการทดสอบสมมติฐาน

1) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวฟาร์มจะและส่วนสัมภาระในการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว วันที่มาเที่ยวฟาร์มจะและส่วนสัมภาระในการเดินทางท่องเที่ยวคํานึงถึงทางสถิติกิที่ 0.05

2) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวฟาร์มจะและสวนสัตว์สมุทรปราการ จำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางมาเที่ยวฟาร์มจะและสวนสัตว์สมุทรปราการ

3) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวfarmerจะระบุและส่วนสัตว์สมูทรปราการ จำนวน
ตามวัดถูกประสงค์ในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมา
เที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว วันที่มาเที่ยวfarmerจะระบุและส่วนสัตว์สมูทรปราการ ที่
ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4) ป้องกันและลดความเสี่ยงทางการค้าด้านราคาน้ำมันสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวฟาร์มจะระเหยและสวนสัตว์สมบูรณ์ปราการ จำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางเที่ยวฟาร์มจะระเหยและสวนสัตว์สมบูรณ์ปราการ

5) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มานิม่าเที่ยวฟาร์มจะระเหยและสวนสัตว์สมุทรปราการ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว วันที่มานิม่าเที่ยวฟาร์มจะระเหยและสวนสัตว์สมุทรปราการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มานเที่ยวฟาร์มจะระเหยและสวนสัตว์สมุทรปราการ จำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางเที่ยวฟาร์มจะระเหยและสวนสัตว์สมุทรปราการ

7) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดค้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวฟาร์มจะเรียกว่าและสวนสัตว์สมุทรปราการ จำนวน จำแนกตามวัสดุประสงค์ในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว วันที่มาเที่ยวฟาร์มจะเรียกว่าและสวนสัตว์สมุทรปราการ ที่ระดับน้ำสำรองทางสถิติที่ 0.05