

หัวข้อสารนิพนธ์	พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสวนสัตว์ดุสิต กรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสาริมน แสนจิตร
สาขาวิชา / คณะ / มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยงและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสวนสัตว์ดุสิต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสวนสัตว์ดุสิต กรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ของสวนสัตว์ดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ สอดถามประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต จำนวน 200 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบธรรมดา(Simple Random Sampling) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 18 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ยังไม่มีอาชีพ โดยอยู่ในระหว่างการศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 6,000 บาท และมีที่พักอาศัยปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร

นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวที่สวนสัตว์ดุสิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ใช้วันที่มาท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ และวันนักขัตฤกษ์

(2)

ลักษณะการมาเที่ยวคือมากับครอบครัว การมาเที่ยวครั้งนี้เคยมากกว่า 2 ครั้ง มีสมาชิกที่มาด้วยกันประมาณ 3-5 คน ประเภทกลุ่มของสมาชิกที่มาท่องเที่ยวเป็นสมาชิกในครอบครัว ใช้รถประจำทางเป็นพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวประมาณ 3-4 ชั่วโมง และมีการรับประทานอาหาร จากร้านอาหารภายในสวนสัตว์

นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญแก่ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสวนสัตว์คูสิต ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านราคา รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ตามลำดับ ส่วนความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทของกลุ่มสมาชิกที่มาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสวนสัตว์คูสิต จำแนกด้านราคา นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์