

หัวข้อสารนิพนธ์	พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ตำบลดั้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้วิจัย	นายธรรมชาติ แพร่เนื้ทท์
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ตำบลดั้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่บ้านบ่อสร้าง ตำบลดั้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อบริการส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ตำบลดั้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่บ้านบ่อสร้าง ตำบลดั้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 120 คน ในช่วงเดือนเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2553 ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2553 ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41 ปีขึ้นไป มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

พฤติกรรมการณ์ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวบ้านบ่อสร้าง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อน ส่วนใหญ่ รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวยังบ้านบ่อสร้างจากเพื่อน / ญาติ และสนใจกิจกรรมการเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึก

ความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวยังบ้านบ่อสร้าง ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ความประทับใจในการเที่ยวชมร้านค้าและถนนหนทาง

ความเหมาะสมในการจัดเขตพื้นที่ การจัดการคุณภาพอากาศ การจัดการขยะมูลฝอย การจัดการคุณภาพน้ำ และการจัดการคุณภาพเสียง ตามลำดับ

ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ด้านราคา เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในภาพรวมมีความคุ้มค่าต่อสิ่งที่ได้รับจากการท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสม และราคาอาหารและที่พักมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ด้านสถานที่ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การสื่อสารเพื่อเชิญชวนให้มาเที่ยวในท้องถิ่น รองลงมา ได้แก่ การคิดป้ายประกาศให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกเอกสารการท่องเที่ยว ได้แก่ โบรชัวร์, แผ่นพับ ตามลำดับ

ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ด้านการเมือง อยู่ในระดับมาก การจัดการความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน

ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ด้านทัศนะสาธารณชน เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เข้าถึงคุณค่าทางภูมิปัญญาและองค์ความรู้ของท้องถิ่น รองลงมา ได้แก่ การเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น ตามลำดับ

ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ด้านบุคลากร เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพของชุมชน ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การจับบุคลากรผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ด้านเวลา อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการในด้านต่างๆ

ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ด้านจิตวิทยา อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว