

หัวข้อสารนิพนธ์	พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตร จังหวัดกาญจนบุรี
ผู้วิจัย	นาง อภิรดี ทศพร
สาขาวิชา / คณะ / มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตร จังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อวิทยุจากการท่องเที่ยวของ โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตรจากสื่อวิทยุ มีการท่องเที่ยว โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตรเคยมากกว่า 2 ครั้ง มีการแนะนำให้มาท่องเที่ยว โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตร มีผู้ร่วมเดินทางมาเยี่ยมชม โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตร คือ มากับคูรัก และมีเหตุผลที่มาท่องเที่ยว โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตรคือสนใจสนใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตร จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ โรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมมิตรจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติระดับเห็นด้วยปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่บริการหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านราคา (Price)