

หัวข้อสารนิพนธ์	ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
ชื่อผู้วิจัย	นายสุธีร์ วงศ์อุ๋นใจ
หลักสูตร/สาขาวิชา มหาวิทยาลัย	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต/สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ประจัน วัลลิโก
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย (2) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย และ (4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย กับปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 231 คน สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 - 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ที่กรุงเทพมหานคร อีกร้อยละ 25.5 อยู่ต่างจังหวัด ได้แก่ สุพรรณบุรี รองลงมา ได้แก่ สระบุรี อุทัยฯ ปทุมธานี นครราชสีมา ลพบุรี ขอนแก่น ร้อยเอ็ด จันทบุรี ชัยนาท ชลบุรี ชัยภูมิ นครนายกบุรีรัมย์ ตามลำดับ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัยพบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อมาทัศนศึกษาทั่วไป ซึ่งเดินทางมากันเป็นหมู่คณะ เดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก พาหนะในการเดินทางมาเที่ยวคือ รถยนต์ส่วนบุคคล

สำหรับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เปิดรับสื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวของฟาร์มโชคชัยจากสื่อบุคคล รองลงมา ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เปิดรับสื่อไม่ถึง 1 ชั่วโมง ส่วนปัจจัย ส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางมาเที่ยว และพาหนะในการเดินทางมาเที่ยว) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย (ได้แก่ สื่อกิจกรรมการท่องเที่ยว และระยะเวลาที่เปิดรับสื่อ) กับปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาเที่ยวฟาร์มโชคชัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05