

หัวข้อสารนิพนธ์	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ
ชื่อผู้เขียน	นางสาววลีกาญจน์ โชติเจริญศักดิ์
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง/ คณะนิเทศศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ 2) เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ในช่วงที่ทำการวิจัยจำนวน 56 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-square) โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 26 ปีขึ้นไป มีสถานภาพโสดและสมรสเท่ากัน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามสิ่งจูงใจที่มาท่องเที่ยวคือเข้ามาชมธรรมชาติ และสัตว์ป่า รองลงมาได้แก่ เข้ามาทำกิจกรรม จำแนกตามการเดินทางมาท่องเที่ยวคือ วันหยุด รองลงมาได้แก่วันธรรมดา จำแนกตามประสบการณ์จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยว คือมามากกว่า 2 ครั้ง รองลงมาได้แก่มาเป็นครั้งที่ 2 จำแนกตามสถานที่ที่เลือกพักผ่อนในการมาท่องเที่ยวคือพักในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าฯ รองลงมาได้แก่พักนอกเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าฯ จำแนกตามระยะเวลาของการพักผ่อนในการมา

ท่องเที่ยว คือพักค้างแรมมากกว่า 1 คืน รองลงมา ได้แก่พักค้างแรม 1 คืน และจำแนกตามพาหนะในการใช้เดินทางมาท่องเที่ยว คือรถยนต์ส่วนบุคคล รองลงมา ได้แก่ รถโดยสารประจำทาง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมการตลาดของเซตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ พบว่า พบว่านักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนผสมการตลาดของเซต รักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จ.ชัยภูมิ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ด้านส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เซตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เซตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกด้านพาหนะที่ใช้เดินทางอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เซตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกด้านการเลือกวันเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เซตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกด้านประสบการณ์จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เซตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ จำแนกด้านสถานที่ที่เลือกพักแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์