

หัวข้อสารนิพนธ์	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพิมพ์ภัทน์ สุภาสุธาวสุกุล
สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง/ คณะนิเทศศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 340 คน สถิติที่ใช้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 26 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ยังเป็นนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความสำคัญระดับมากที่สุดได้แก่ ความมีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ที่ดี ด้านการท่องเที่ยวของอุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาได้แก่ บรรยากาศของอุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ ความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ มีสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้และกิจกรรมที่หลากหลาย รองลงมาได้แก่ ได้ศึกษาถึงวัฒนธรรมภูมิปัญญาต่าง ๆ จากการจัดแสดงนิทรรศการในแหล่งเรียนรู้อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา ภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาให้ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ความคุ้มค่าเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาได้แก่ความเหมาะสมของราคาสินค้าที่ระลึกและของฝาก

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ ความสะดวกสบายของเส้นทางการเดินทางสู่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาได้แก่ มีระบบการจราจรที่ชัดเจน เช่น สัญญาณการจราจร ป้ายจราจรและป้ายบอกทาง ส่วนที่ให้ความสำคัญระดับปานกลางได้แก่ มีธนาคารและสถาบันทางการเงินให้เลือกใช้บริการ รองลงมาได้แก่ มีตู้โทรศัพท์สาธารณะเพียงพอ

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานหลวงราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่าการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ มีการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น งานปีใหม่สากล, งานดนตรี, การแสดงผลในช่วงเทศกาล ฯลฯ ได้แก่ มีส่วนลดค่าเข้าชมและการส่งเสริมการขายพิเศษในช่วงนอกฤดูกาลส่วนการให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ เจ้าหน้าที่ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลอย่างละเอียดชัดเจน รองลงมาได้แก่ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ