

หัวข้อสารนิพนธ์	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดร้อยปีสามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี
ชื่อผู้เขียน	นายอลงกรณ์ นีราศ
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง /คณะนิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2551

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดร้อยปีสามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของตลาดร้อยปีสามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี 2) ศึกษาการมาท่องเที่ยวตลาดร้อยปีสามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ตลาดร้อยปีสามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดกับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ตลาดร้อยปีสามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี

ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-24 ปี เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษาหรือว่างงาน สถานภาพโสด นับถือศาสนาพุทธ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดกับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ตลาดร้อยปีสามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ด้านสถานที่ การส่งเสริมการตลาด และด้านราคาคามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตลาดร้อยปีสามชุก นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 พบว่า เพื่อการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว และวิถีชีวิตตลาดร้อยปีสามชุก ได้มาท่องเที่ยวตลาดร้อยปีสามชุก จำนวน 2-5 ครั้ง โดยปกตินิยมมาท่องเที่ยวตลาดร้อยปีสามชุกในวันจัดงานพิเศษ /วันใดก็ได้ไม่แน่นอน ของฝากที่นิยมซื้อเป็นของฝากประเภทอาหาร และลักษณะการท่องเที่ยวร่วมด้วยในการเที่ยวตลาดร้อยปีสามชุก จะมีคนร่วมเดินทางมากกว่า 2 คน

(2)

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดกับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ตลาดร้อยปีสามชุก พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตลาดร้อยปีสามชุก ด้านการเลือกซื้อของฝาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน