

หัวข้อสารนิพนธ์	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของโรงแรมเดอะไพรเวจ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ชื่อผู้ศึกษา	นายปัญญา ศรีทรงผล
สาขา / คณะ / มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของโรงแรมเดอะไพรเวจ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของ โรงแรม เดอะ ไพรเวจ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา วิธิดำเนินการศึกษาคือ การศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักและติดต่อธุรกิจกับโรงแรมเดอะไพรเวจ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ยและสถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistics)

ผลการศึกษาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พบว่าเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง มีรายได้ 50,001 บาท ต่อเดือนขึ้นไป สถานภาพสมรส โดยส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลของ โรงแรม เดอะ ไพรเวจ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา จากการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ และทาง Internet รวมถึง Travel Agency ต่าง ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ลูกค้าส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างประเทศ โดยเฉพาะจากทวีปยุโรปและสแกนดิเนเวีย มากที่สุดส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ โรงแรม เดอะ ไพรเวจ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของโรงแรม เดอะไพรเวจ บีช แอนด์ สปา รีสอร์ท ภาพรวมอยู่ในระดับสูง จำแนกเป็นรายด้านพบว่า ทัศนคติในระดับสูงได้แก่ ด้านช่องทางจำหน่าย รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ