

หัวข้อสารนิพนธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่น้ำตกวังตะไคร้ อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก
ชื่อผู้เขียน	คาบคำรวง โอลัน เกตุพิจิตร
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดกับพฤติกรรม  
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่น้ำตกวังตะไคร้ อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์  
ในการศึกษา ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดของน้ำตกวังตะไคร้ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม  
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่น้ำตกวังตะไคร้ และ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์  
ระหว่างปัจจัยส่วนผสมการตลาดของน้ำตกวังตะไคร้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว  
ชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่น้ำตกวังตะไคร้

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม  
เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปเที่ยวน้ำตกวังตะไคร้ อ.เมือง  
จ.นครนายก ในระหว่างเดือนพฤษภาคม 2552 ถึงเดือน กรกฎาคม 2552 จำนวนรวม 150 ราย  
ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ  
ไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่น้ำตกวังตะไคร้ ส่วนใหญ่เป็นเพศ  
ชาย มีอายุระหว่าง 21 -25 ปี จบการศึกษาระดับอนุปริญญา มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา มี  
รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวของ  
น้ำตกวังตะไคร้ จำแนกตามด้านต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่ม  
ตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้าน  
สินค้าและบริการ (Product) รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (Price) ด้านการส่งเสริมการตลาด  
(Promotion) และด้านสถานที่ (Place)

กลุ่มตัวอย่างมาท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้เพิ่งมาเป็นครั้งแรก กลุ่มตัวอย่างเคยมาท่องเที่ยวบ้างแล้ว โดยใช้เวลาท่องเที่ยวจำนวน 1 วัน มีคนร่วมเดินทางมาเที่ยวจำนวน 2 คน มาท่องเที่ยวด้วยรถส่วนบุคคล ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเลือกมาท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ในวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ สำหรับฤดูกาลที่กลุ่มตัวอย่างชอบมาท่องเที่ยวคือ ฤดูร้อน ส่วนใหญ่จะมาพักที่บ้านพักภายในบริเวณน้ำควังตะไคร้ และกลุ่มตัวอย่างจะรับประทานอาหารที่ร้านค้าภายในบริเวณน้ำควังตะไคร้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านสินค้าและบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ จำแนกตามจำนวนวันที่เดินทางมาเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยว วันที่มาที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ ฤดูกาลที่มาที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ ประเภทที่พัก และประเภทการรับประทานอาหาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ จำแนกตามจำนวนวันที่เดินทางมาเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยว วันที่มาที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ ฤดูกาลที่มาที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ ประเภทที่พัก และประเภทการรับประทานอาหาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ จำแนกตามจำนวนวันที่เดินทางมาเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยว วันที่มาที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ ฤดูกาลที่มาที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ ประเภทที่พัก และประเภทการรับประทานอาหาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ จำแนกตามประสบการณ์ในการเคยมาที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ จำนวนวันที่เดินทางมาเที่ยว จำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยว วันที่มาที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ ฤดูกาลที่มาที่เขื่อนน้ำควังตะไคร้ ประเภทที่พัก และประเภทการรับประทานอาหาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05