

หัวข้อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี
ชื่อผู้วิจัย	นายจักรวัชร จงกลวรานนท์
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2553

### บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวบึงฉวาก โดยการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 400 คน เครื่องที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard) และไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสถานภาพ โสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท

ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเที่ยวบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การมาท่องเที่ยวบึงฉวาก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีประสบการณ์มาเที่ยวมากกว่า 2 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน โดยพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่มาเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ช่วงเวลาที่เลือกท่องเที่ยวบึงฉวาก คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ – อาทิตย์) และสื่อที่ได้รับข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวบึงฉวาก คือ สื่อบุคคล

พบว่า นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบึงฉวาก ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประเภทของสัตว์และพันธุ์พืชที่จัดแสดงมีความน่าสนใจ ความพึงใจในระดับมาก ได้แก่ ประเภทของสัตว์และพันธุ์พืชที่จัดแสดงมีความหลากหลาย

ด้านราคา เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าบัตรเข้าชมแต่ละโซนมีความคุ้มค่าต่อการท่องเที่ยว

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พื้นที่ของบึงฉวากมีความกว้างขวางและรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์มีรายละเอียดที่ครอบคลุม เข้าใจง่าย และสร้างความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวบึงฉวาก

ผลการศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่บึงฉวาก ด้านประสบการณ์ในการมาเที่ยวและด้านการเลือกค้นข้อมูลก่อนเดินทางมาเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของบึงฉวาก ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์