

วัชรารภรณ์ พึ่งสมบุญ. (2550). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษของผู้บริโภคชาวไทยกลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บข.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. พนิด กุลศิริ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไค-สแควร์ (Chi-Square) และ Cramer's V

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด และลักษณะทางกายภาพ ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษภายในประเทศ ด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านประเภทการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการท่องเที่ยว ด้านช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง และด้านค่าใช้จ่ายการเดินทางเฉลี่ยต่อครั้งต่อคน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุระหว่าง 20 - 29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อให้รางวัลตนเอง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเป็นการท่องเที่ยวที่เคยไปมากที่สุด จำนวนความถี่ 2 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีเพื่อนเป็นบุคคลที่ร่วมเดินทาง และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวน 4,000 - 6,999 บาท โดยเฉลี่ยต่อครั้งต่อคน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า

1. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ เพศ
2. ประเภทการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพ
3. ความถี่ในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย
4. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ อาชีพ และด้านการจัดจำหน่าย
5. บุคคลที่ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กับ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ
6. ค่าใช้จ่ายการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ และปัจจัยทางการตลาดด้านราคา

Watcharaporn Pungsomboon (2007). *Marketing Factors Influencing Thai Consumers in Working Age in Bangkok Toward Special Interest Tourism*: Master's Project, M.B.A. (Marketing) Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Panid Kulsiri.

The purpose of this research is to study behavior toward special interest tourism of consumers in Bangkok. The samples are 400 consumers, ages 20 years old and older. Questionnaires were used as the instruments to collect data. The statistical methods of frequencies, percentage, mean, standard deviation, chi-square test, and Cramer's V were used in the data analyses and hypotheses testing.

The independent variables include gender; age; marital status; education; occupation; monthly income; product; price; place; promotion and physical evidence. The dependent variable is the behavior of consumers toward special interest tourism in term of object of the special interest, interest traveling, type of traveling, frequency of traveling, time of traveling, travel companion and travel expenses.

The study found that most of the respondents are female, ages between 20 and 29 years old, single, hold a bachelor's degree, work in private companies, earning not over 20,000 baht per month. Most of the respondents travel as a self reward. The most favorite type of tourism is eco and adventural. Most of the respondents traveled twice per year, last year. They could travel at any time. Friends were travel companions. Their travel expenses were at the amount of between 4,000 – 6,999 baht per time per one person.

Results of the hypotheses testing at the statistical significant level of 0.05 are as follows:

1. The purpose of traveling has relationship with gender.
2. The type of traveling has relationship with age, marital status, and occupation.
3. The frequency of traveling has relationship with marital status, income and place.
4. The time of travel has relationship with occupation and place.
5. The travel companion has relationship with age, marital status, income, price, promotion and physical evidence.
6. The travel expense has relationship with marital status, occupation, income, and price.