

ชลธิชา เฟ่งพินิจ. (2550). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี*.

สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร. ไพบุญย์ อาชารุ่งโรจน์.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี ใน 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพบริเวณริมแม่น้ำเมืองกาญจนบุรี จำนวน 460 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอิสระ 2 กลุ่ม โดยการ ใช้ t-test และใช้สถิติวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยการใช้การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีพบค่าความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัย พบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป-25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาท

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าด้านบุคลากรและด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแพล่องจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแพล่องจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแพล่องจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้นผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยงที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแหล่งจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแหล่งจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

Chonticha Pengpinij. (2006). *Satisfaction of Thai Tourists Toward Rafting at Kanchanaburi Province*. Master Project M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Dr. Paiboon Archarungroj.

The purpose of this research was to study satisfaction of Thai tourists toward rafting at Kanchanaburi province in 6 aspects which were product, price, place, promotion, people and physical evidence & presentation. The sample group for this research were 460 tourists.

The method of data collecting was questionnaire. Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. One-Way ANOVA and t-test were used to compare the satisfaction of Thai tourists towards rafting at Kanchanaburi. Least Significant difference was found using One-Way ANOVA.

The research results were as follows :

Most of tourists aged 20 years– 25 years, having education of bachelor degree, working as employee of private business/employee, single status, having average monthly income lower/equivalent 10,000 baht.

The overall satisfaction of Thai tourists towards rafting at Kanchanaburi were at moderately satisfied level. For each aspect, the tourists were moderately satisfied in all aspects except in the aspects of people and product which they were highly satisfied.

Tourists with different age had different in satisfaction level in rafting at Kanchanaburi for overall and all marketing aspects, except in the aspects of product price physical evidence & presentation.

Tourists with different education had no different in satisfaction level in rafting at Kanchanaburi for overall and all marketing aspects, except in the aspects of physical evidence & presentation.

Tourists with different occupation had different in satisfaction level in rafting at Kanchanaburi for overall and all marketing aspects, except in the aspects of product price and place.

Tourists with different status had no different in satisfaction level in rating at Kanchanaburi for overall and all marketing aspects, except in the aspects of promotion and people.

Tourists with different average monthly income had no different in satisfaction level in rating at Kanchanaburi for overall and all marketing aspects, except in the aspects of product.