

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการ
ท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ผู้เขียน

นายสิทธิโชค จิตต์ประสงค์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

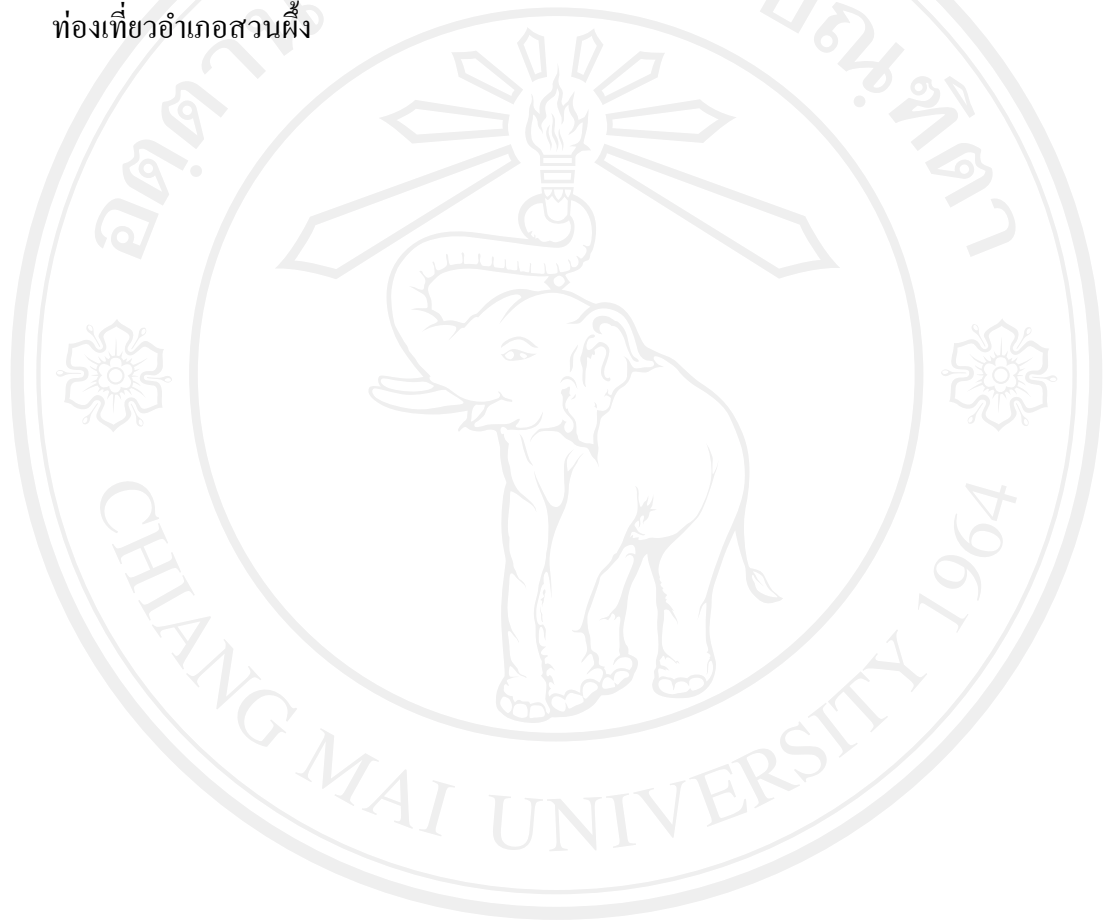
บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร สถานะภาพเป็นโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เดินทางด้วยรถส่วนตัว จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2 คน ส่วนมากเป็นกลุ่มเพื่อนสนิท การเตรียมข้อมูลก่อนการเดินทางในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต แหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้มากที่สุดคือคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ เกณฑ์การเลือกแหล่งท่องเที่ยวคือสภาพแหล่งท่องเที่ยว ดัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เดินทางมาเองมีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พักพาหนะล่วงหน้า ส่วนมากพักค้างในอำเภอสวนผึ้ง เป็นจำนวน 1 คืน ในบังกะโล/รีสอร์ท ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว ต่อคนต่อวันเท่ากับ 1,501-2,000 บาท จ่ายเป็นค่าที่พักเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 500-1,000 บาท และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-วันอาทิตย์ มีวัตถุประสงค์หลักคือต้องการเยี่ยมชมธรรมชาติ

ปัจจัยด้านการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (3.54) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (4.08) ปัจจัยด้านกระบวนการ (3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มี

ความสำคัญต่อการตัดสินใจ 5 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม (4.22) สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพทางธรรมชาติที่ร่มรื่น (4.11) สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว (4.04) โปรแกรมการท่องเที่ยวมีให้เลือกอย่างหลากหลาย (3.74) และค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.66) กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก จะกลับมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้งอีก และจะแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Tourism Behavior of Thai Tourist in Amphor Suanpeung,
Changwat Rajchaburi

Author Mr. Sittichoke Jitprasong

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Orachorn Maneesong

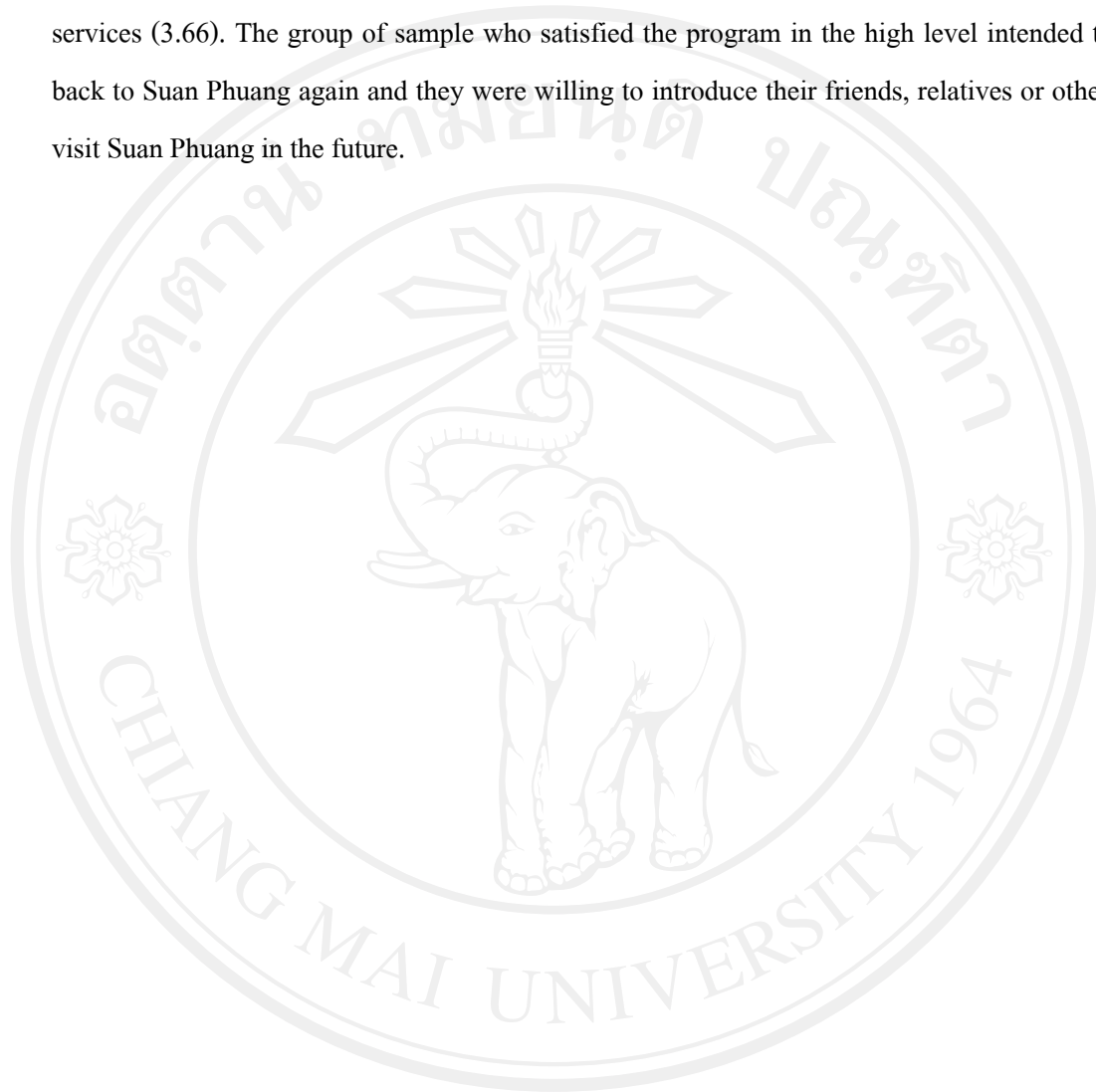
ABSTRACT

The objective of this study aims to analyze traveling behaviors of tourism behavior of Thai tourist in Amphor Suanpeung, Changwat Rajchaburi. The research data was collected from 400 tourists by using a questionnaire and was analyzed by using descriptive statistics which are frequency, percentage and average value.

The results of the study found that most of samples were office-working, single male, age between 25 -34 years old, resided in the middle part of Thailand, traveled from Bangkok, held Bachelor's degree and earned average salary of 15,000 – 30,000 THB. The purpose of travelling to Suan Phuang, Rachaburi were to sightseeing and taking rest. Most of them commuted by their own car with 2 partners whose are their friends. They mostly prepared traveling information in advance from the internet and they mostly believed in the information from their friends or relatives. The criteria of choosing the destination was place circumstances. Most of samples thought they could make decision by themselves without another influence, the travel was well prepared by booking the residence and vehicle in advance. They mostly stayed at Suang Phuang for 1 night by accommodating Bungalow or Resort. The average total expenses per head were 1,501 – 2000 THB per day including average room rate 500 -1,000 THB per day. Most of samples loved to travel during weekend visiting the fascinating nature.

The marketing factors that group of samples place important on high level were factor of price (3.54), factor of external characteristic (4.08), factor of process (3.59). The five most important factors affecting tourist decision were the beautiful natural tourist site (4.22), the

pleasantness natural tourist site (4.11), the peaceful and private natural tourist site (4.04), the varieties of tourist program they can choose (3.74) and the proper expenses compare to level of services (3.66). The group of sample who satisfied the program in the high level intended to be back to Suan Phuang again and they were willing to introduce their friends, relatives or others to visit Suan Phuang in the future.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved