

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการ
เดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

Marketing Mix Factors(7Ps) and Tourist Behavior of Thai Residents in
Bangkok Metropolitan Region Influencing Tourists' Satisfaction on One-
Day Trip in Nakhon Pathom Province



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต
กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวใน
จังหวัดนครปฐม

Marketing Mix Factors(7Ps) and Tourist Behavior of Thai Residents in Bangkok
Metropolitan Region Influencing Tourists' Satisfaction on One-Day Trip
in Nakhon Pathom Province



แก้วกาญจน์ รัตนศิลป์

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



© 2562

แก้วกาญจน์ รัตนศิลป์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่
พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทาง
ท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัย แก้วกาญจน์ รัตนศิลป์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.มณีนเตร วรชนะนันท์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

28 พฤศจิกายน 2562

แก้วกาญจน์ รัตนศิลป์. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การบริการ และการท่องเที่ยว, พุทธศักราช 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวใน จังหวัดนครปฐม (90 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มี อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม โดยทำการสุ่ม ตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล และใช้โปรแกรมการวิเคราะห์สถิติแบบสำเร็จรูป (SPSS) จากการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความแปรปรวน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่จบปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านช่องทางการเดินทาง ด้าน ราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจปานกลางทางด้าน ลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม จากการที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัด นครปฐม นอกจากนี้ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้าน บุคคล และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทำให้มีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว การ ทราบข้อมูลการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่นิยม ท่องเที่ยว และช่วงวันที่นิยมท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว ชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากต่อการมา ท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมและความพึงพอใจนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล และ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้วย

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ส่วนประสมทางการตลาด, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ท่องเที่ยวแบบวันเดียว

Ratanasilpin, K. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), November 2019, Graduate School, Bangkok University.

Marketing Mix Factors(7Ps) and Tourist Behavior of Thai Residents in Bangkok Metropolitan Region Influencing Tourists' Satisfaction on One-Day Trip in Nakhon Pathom Province (90 pp.)

Advisor: Suchada Chareanpunsirikul, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this study are to investigate the marketing Mix Factors(7Ps) and Tourist Behavior of Thai Residents in Bangkok Metropolitan Region Influencing Tourists' Satisfaction on One-Day Trip in Nakhon Pathom Province. The samples used in the study are tourists who resided in Bangkok Metropolitan and perimeter. The sample size was 400 people. This research employed qualitative method by using questionnaire and used to test the hypothesis by SPSS. According to the analysis results from percentage, mean, standard deviation and statistic tests, the results of this research indicated that the majority of participants were females in the age group of 25 -34 years. The majority of the occupation is employee. The average monthly income is between 15,001 - 20,000 baht. The findings show that most Thai tourists' travel objective is to relax. The results of hypothesis testing the marketing mix reveals very satisfied process, people, travel channel, price, product and promotion. But the marketing mix reveals satisfied Physical Evidence. In addition, the results of hypothesis testing the marketing mix reveals satisfaction depends on human and behavior factors which are age, education, job, salary, purpose of travel, information, vehicles, frequency and time. Therefore, this research can tell that Bangkok Metropolitan tourists have satisfaction on One-Day Trip in Nakhon Pathom Province and the satisfaction depend on human and behavior factors.

Keywords: Satisfied, Marketing Mix Factors, Travel Behavior, One-Day Trip

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา และการทำงาน ตรวจทานข้อบกพร่อง แก้ไขข้อผิดพลาดในการทำวิจัยให้อย่างละเอียด และที่สำคัญให้การสนับสนุน ผู้วิจัยมาโดยตลอด จนทำให้ผู้วิจัยทำการค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.มณีเนตร วรชนะนนท์ ดร.พิพัฒพงศ์ ฝึกแพ และ ผศ.ดร.สมยศ วัฒนากมลชัย ผู้ทรงคุณวุฒิที่ช่วยถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษา และให้ความกรุณาตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย เพื่อให้เป็นมาตรฐานความถูกต้องในด้านต่าง ๆ จนสามารถนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณผู้ร่วมทำแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และให้ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัย มา ณ โอกาสนี้

แก้วกาญจน์ รัตนศิลป์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญรูปภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 คำศัพท์นิยามเฉพาะ	3
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิด และทฤษฎีด้านบุคคลหรือประชากรศาสตร์	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด	6
2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์	6
2.2.2 ด้านราคา	6
2.2.3 ด้านช่องทางการเดินทาง	6
2.2.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	7
2.2.5 ด้านบุคคล	7
2.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ และสิ่งแวดล้อม	7
2.2.7 ด้านกระบวนการ	7
2.3 แนวความคิด และทฤษฎีด้านความพึงพอใจ	7
2.3.1 ด้านการประชาสัมพันธ์	8
2.3.2 ด้านสถานที่แหล่งท่องเที่ยว	8
2.3.3 ด้านกิจกรรม	14
2.4 แนวความคิด และทฤษฎีทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	14
2.4.1 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ) วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.5 งานวิจัย และการศึกษาที่เกี่ยวข้อง	16
2.6 สมมติฐานวิจัย	18
2.7 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย	20
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	21
3.2 กลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	21
3.3 เครื่องมือที่นำมาใช้ในการศึกษางานวิจัย	22
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	23
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย	23
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	23
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics)	23
3.6.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน(Inferential Statistics)	24
บทที่ 4 ผลการวิจัย และผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การสรุปข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์	25
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว	28
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม	34
4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านต่าง ๆ จากการมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม	44
4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม	46
4.5.1 ปัจจัยทางด้านเพศที่ต่างกัน	46
4.5.2 ปัจจัยทางด้านอายุที่ต่างกัน	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิจัย และผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.5.3 ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน	50
4.5.4 ปัจจัยทางด้านอาชีพที่ต่างกัน	52
4.5.5 ปัจจัยทางด้านรายได้ที่ต่างกัน	54
4.6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะพฤติกรรม	56
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและ	
ปริมณฑลที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว	
ในจังหวัดนครปฐม	
4.6.1 ปัจจัยทางด้านแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน	56
4.6.2 ปัจจัยทางด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ต่างกัน	58
4.6.3 ปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาเที่ยวภายใน 1 ปี หรือต่อปีที่ต่างกัน	60
4.6.4 ช่วงที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน	62
4.6.5 ปัจจัยด้านช่วงวันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน	64
4.6.6 ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน	66
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	69
5.2 สรุปผลการทดลองสมมติฐาน	70
5.3 อภิปรายผลการวิจัย	74
5.4 การนำผลการวิจัยไปใช้	75
5.5 ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	81
ประวัติผู้เขียน	90
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1:	ตารางแสดงผลจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
ตารางที่ 4.2:	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามการทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารการณ์ท่องเที่ยว	28
ตารางที่ 4.3:	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	29
ตารางที่ 4.4:	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามความถี่หรือจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว	30
ตารางที่ 4.5:	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามช่วงเดือนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว	30
ตารางที่ 4.6:	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามช่วงวันที่นิยมในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว	31
ตารางที่ 4.7:	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว	31
ตารางที่ 4.8:	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว	32
ตารางที่ 4.9:	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียว	33
ตารางที่ 4.10:	จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว	34
ตารางที่ 4.12: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านราคา (Price) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว	36
ตารางที่ 4.13: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านช่องทางการเดินทางในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว	37
ตารางที่ 4.14: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว	38
ตารางที่ 4.15: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านบุคคล (People) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว	40
ตารางที่ 4.16: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านกระบวนการ (Process) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว	41
ตารางที่ 4.17: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว	43
ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านต่างๆ จากการมาท่องเที่ยวแบบวันเดียว	45
ตารางที่ 4.19: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	46
ตารางที่ 4.20: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	48
ตารางที่ 4.21: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.22: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	52
ตารางที่ 4.23: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	54
ตารางที่ 4.24: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งข้อมูลในการ ท่องเที่ยวโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	57
ตารางที่ 4.25: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อพาหนะที่ใช้ในการ เดินทางมาท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	58
ตารางที่ 4.26: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจำนวนครั้งเดินทาง มาท่องเที่ยวต่อปี โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	61
ตารางที่ 4.27: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อช่วงที่นิยมเดินทาง เข้ามาท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	63
ตารางที่ 4.28: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยด้านช่วงวันที่ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	65
ตารางที่ 4.29: ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ ที่เข้ามาท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน	67
ตารางที่ 5.1: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเดินทาง ท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.2: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม	72



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด	4
ภาพที่ 2.1: แผนที่จังหวัดนครปฐม	9
ภาพที่ 2.2: องค์พระปฐมเจดีย์	10
ภาพที่ 2.3: พระราชวังสนามจันทร์	11
ภาพที่ 2.4: ตลาดน้ำดอนหวาย	12
ภาพที่ 2.5: วัดไร่ขิง พระอารามหลวง	13
ภาพที่ 2.6: ตลาดน้ำลำพญา	13
ภาพที่ 2.7: กรอบแนวความคิดของงานวิจัย	20



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยจะเห็นได้จากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในประเทศจากกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเมืองรอง และการท่องเที่ยวเพื่อลดหย่อนภาษี เป็นต้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสนใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นเป็นการผ่อนคลายความเคร่งเครียดพร้อมกับการได้เรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดต่างๆ ได้เห็นภูมิประเทศที่แปลกตา และได้สร้างความสัมพันธ์เป็นมิตรกับคนต่างถิ่นด้วย (สุชาติดา ธโนภานุวัฒน์ และสมบัติ กาญจนกิจ, 2555) อีกทั้งการคมนาคมภายในประเทศมีความสะดวก ทันสมัย มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่อนข้างต่ำ ทำให้การท่องเที่ยวภายในประเทศกลายเป็นที่นิยมของผู้คนทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ธุรกิจต่างๆ ก็เกิดขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง อาทิเช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการค้า และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม อาทิเช่น การก่อสร้างอาคาร ที่พัก ร้านอาหาร การผลิตสินค้าเกษตรกรรมเพื่อขายให้แก่ธุรกิจที่พักและอาหาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อส่งร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะก่อให้เกิดงานอาชีพใหม่ๆ กระจายรายได้ให้ผู้คนในท้องถิ่น และการเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจ และสังคมให้กับประเทศนั่นเอง (เบญจวรรณ อุซุงศ์อมร, 2557)

จังหวัดนครปฐม เป็นจังหวัดที่มีความเป็นมายาวนานตั้งแต่แผ่นดินสุวรรณภูมิ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวไว้ว่า เมืองนครปฐมแต่เดิมนั้นตั้งอยู่ริมทะเล และเป็นเมืองเก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ อีกทั้งยังเป็นราชธานีสำคัญในสมัยทวารวดีในยุคหนึ่งด้วย เมืองนครปฐมเป็นแหล่งเผยแพร่อารยธรรมจากประเทศอินเดียรวมทั้งพุทธศาสนา นครปฐมจึงเป็นศูนย์กลางของความเจริญ มีชนชาติต่างๆ อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นจำนวนมาก ต่อมาได้เกิดความแห้งแล้งขึ้น เนื่องจากกระแสน้ำที่ไหลผ่านตัวเมืองเปลี่ยนเส้นทาง ชาวบ้านจึงได้อพยพไปตั้งหลักแหล่งสร้างเมืองใหม่ชื่อว่า “เมืองนครไชยศรี” หรือ “ศรีวิชัย” นครปฐมจึงกลายเป็นเมืองร้างมาเป็นเวลาหลายร้อยปี จนกระทั่งในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ขณะที่ยังผนวชได้จุดศรัทธาไปพบพระปฐมเจดีย์ และทรงเห็นว่าเป็นเจดีย์องค์ใหญ่ไม่มีที่ใดเทียบเท่า ครั้นเมื่อได้ครองราชย์พระองค์จึงโปรดฯ ให้ก่อเจดีย์แบบลังกาครอบองค์เดิมไว้ โดยให้ชื่อว่า “พระปฐมเจดีย์” ทรงปฏิสังขรณ์สิ่งต่าง ๆ ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ให้มีสภาพดี และโปรดฯ ให้ขุดคลองเจดีย์บูชาเพื่อให้การเสด็จมานมัสการสะดวกขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529)

นอกจากนี้จังหวัดนครปฐมยังได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีของไทยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งจะช่วยให้การท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตมากขึ้น สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ในจังหวัดนครปฐมได้แก่ องค์พระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ พุททมณฑล พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง วัดไร่ขิง ตลาดน้ำดอนหวาย และลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน เป็นต้น ทั้งยังเป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยผลไม้ และอาหารขึ้นชื่อมานานาชนิดจึงจัดได้ว่า เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี (BLT Bangkok, 2562)

ด้วยเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมีพฤติกรรม และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่จังหวัดนครปฐมอย่างไร เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เพื่อให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยพำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1.2.2 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1.2.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยพำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1.2.4 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยพำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

1.3.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1.3.3 ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.3.4 ขอบเขตด้านเนื้อหาสาระ การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณผลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1.3.5 พื้นที่ที่ใช้ศึกษา คือ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

1.3.6 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

1.3.6.1 ประชากรในงานวิจัยนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย

1.3.6.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะสะดวก

1.3.6.3 ระยะเวลาการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1.4.2 ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณผลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1.4.3 ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1.4.4 ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดปรับปรุง และพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมต่อไป

1.4.5 ผู้ที่เกี่ยวข้องในการดูแล และพัฒนาจังหวัดปฐมสามารถนำผลวิจัยนี้ไปใช้เพื่อปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

1.4.6 ผลการศึกษาวิจัยของงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาริชัยต่อไป

1.5 คำศัพท์นิยามเฉพาะ

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องไว้ เพื่อให้ผู้ที่จะนำงานวิจัยนี้ไปศึกษาต่อได้เกิดความเข้าใจในแนวทางเดียวกัน ดังนี้

ความพึงพอใจ คือ สิ่งที่เกิดจากความรู้สึกชอบ พึงพอใจ หรือประทับใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้

การท่องเที่ยวแบบวันเดียว คือ การที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบไม่ได้ค้างคืน หรือมาเพียงแค่วันเดียว ไม่กี่ชั่วโมง

การตัดสินใจ คือ ทางเลือกที่มีหลายทางหรือตัวเลือกที่มีอยู่ โดยการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ไม่ใช่การกระทำ จะไม่เปลี่ยนแปลงและคงที่

ส่วนประสมทางการตลาด คือ องค์ประกอบในการดำเนินงานทางการตลาด เป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ โดยกิจการหรือธุรกิจใดๆ จะต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมขึ้นมาเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์หรือวางแผนทางการตลาดให้กับธุรกิจนั้น ๆ ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านช่องทางการจำหน่ายหรือช่องทางการเดินทาง ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ดังภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1: องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด



ที่มา: MYBLOGGERTHEMES. (2562). ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix). สืบค้นจาก <http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02marketingMix.pdf>.

บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ด้านบุคคลหรือประชากรศาสตร์
- 2.2 ด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
- 2.3 ด้านความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว
- 2.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- 2.5 งานวิจัย และการศึกษาที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 สมมติฐานของการศึกษางานวิจัย
- 2.7 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.1 แนวคิด และทฤษฎีด้านบุคคลหรือประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ในด้านพฤติกรรมทางประชากร และการเปลี่ยนแปลงในปรากฏการณ์ทางประชากร (สันทัต เสริมศรี, 2539)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, หน้า 41) กล่าวว่า ลักษณะของประชากรศาสตร์นั้นจะประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ และการศึกษา องค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งสัดส่วนทางการตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์จึงวิเคราะห์จากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศนั้นทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่ต่างกันคือเพศหญิงมีแนวโน้ม และมีความต้องการที่จะส่ง และรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่ง และรับข่าวสารนั้นเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ในการศึกษา และวางแผนการดำเนินงานทางด้านการตลาด

3. การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการรับรู้สารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวาง และเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำ มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์

4. รายได้ (Income) เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดสัดส่วนของการตลาด เนื่องจากเป็นตัวหลักสำคัญที่ทำให้ธุรกิจหรือสถานประกอบการอยู่รอด

จากแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวข้างต้นมา ผู้วิจัยจึงได้นำลักษณะด้านประชากรศาสตร์มาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่ออิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด

ธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจการบริการจำเป็นต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ ศาสตราจารย์ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) นักวิชาการด้านการตลาดชั้นนำของโลก ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สนองความต้องการและสนองความจำเป็นของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และได้รับคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์จะแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2.2.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการอย่างชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกการบริการที่แตกต่างกัน

2.2.3 ด้านช่องทางการเดินทาง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความอำนวยความสะดวก

2.2.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotions) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากในการติดต่อสื่อสารให้กับผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือเกิดการชักจูงให้เกิดทัศนคติหรือพฤติกรรมการใช้บริการ และซื้อสินค้านั้น ๆ

2.2.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน ซึ่งจำเป็นต้องคัดเลือกการอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เจ้าหน้าที่จึงจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองได้รวดเร็ว มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และต้องสามารถแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ จึงจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและส่งผลดีต่อธุรกิจนั้น ๆ อีกด้วย

2.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence/Environment) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม โดยจะพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายให้เรียบร้อย สะอาด หน้าตาสดใส การเจรจาสุภาพเป็นสำคัญ และให้บริการที่รวดเร็ว

2.2.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและบอกต่อ

จึงเห็นได้ว่าส่วนประสมการตลาด (7Ps) มีความสำคัญที่จะเข้าถึงและครอบคลุมมากกว่าส่วนประสมการตลาดแบบ 4P โดยเฉพาะกับงานบริการที่ต้องพบเจอกับคนเป็นจำนวนมาก การค้นหาบุคลากรที่ดีจึงมีผลเป็นอย่างมากในการทำธุรกิจที่จะให้ดำเนินต่อไปและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้ รวมไปถึงด้านการส่งเสริมด้านกระบวนการระเบียบวิธีการปฏิบัติงานให้มีความรวดเร็วและถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.3 แนวความคิด และทฤษฎีด้านความพึงพอใจ

ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (2528) ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และเป็นความรู้สึกที่ดี ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงาน และได้รับผลเป็นที่พึงพอใจทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีความผูกพันกับหน่วยงาน และมีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อยสอดคล้องกับ ฉัตรชัย คงสุข (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก

หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

จากแนวคิด และทฤษฎีที่กล่าวมานั้นสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ตรงกับความคาดหวังและความต้องการ แต่หากสิ่งนั้นไม่ตรงความสังคาดหวังก็อาจเกิดความไม่พึงพอใจได้ เช่น เรื่องการบริการขององค์กร หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ตรงตามความคาดหวัง

2.3.1 ด้านการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว (Public Relations) มีการให้ความหมายไว้ดังนี้ เป็นความพยายามที่ได้วางแผนไว้ เพื่อให้สามารถสร้างและรักษาค่านิยม (Goodwill) เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชน เป็นการจัดการขององค์กรเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทัศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายใน ภายนอกเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน ความพยายามที่ได้วางแผนอย่างต่อเนื่องที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความปรารถนาดีและความเข้าใจกันระหว่างองค์กรและสาธารณชนที่ เกี่ยวข้องอาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากหน่วยงาน หรือจากผู้บริหารไปยังนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยการใช้สื่อต่างๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของ หน่วยงานให้กลุ่มชนเป้าหมายยอมรับต่อไปลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์

2.3.2 ด้านสถานที่แหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดนครปฐม เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย เป็นหนึ่งในห้าจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร ซึ่งแผนที่จังหวัดนครปฐมแสดงให้เห็นในภาพที่ 2.1 ดังนี้

ภาพที่ 2.1: แผนที่จังหวัดนครปฐม



ที่มา: สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2562). แผนที่จังหวัด. สืบค้นจาก <http://www.nakhonpathom.go.th/content/maps>.

จังหวัดนครปฐมตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีน ซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลาง โดยหน่วยงานบางแห่ง เช่น คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กำหนดให้จังหวัดนครปฐมอยู่ภาคตะวันตก มีพื้นที่ 2,168.327 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,204 ไร่ เท่ากับ ร้อยละ 0.42 ของประเทศ และมีพื้นที่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปตามเส้นทางถนนเพชรเกษม 56 กิโลเมตร หรือตามเส้นทางถนนบรมราชชนนี 51 กิโลเมตร และตามเส้นทางรถไฟ 62 กิโลเมตร (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2550)

จังหวัดนครปฐมมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทางประวัติศาสตร์ และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว อาทิ เช่น

วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรมหาวิหาร ตั้งอยู่ที่ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีจุดเด่นที่สำคัญคือ องค์พระปฐมเจดีย์ หรือ พระบรมเจดีย์ ซึ่งเป็นเจดีย์ที่ใหญ่และสูงที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย (ธรรมไท, 2559) ซึ่งมีภาพถ่ายอย่างแสดงให้เห็นในภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2: องค์พระปฐมเจดีย์



ที่มา: งานองค์พระปฐมเจดีย์ 2562 จัดยิ่งใหญ่ 9 วัน 9 คืน พร้อมมหรสมพริตลอดงาน. (2562).
สืบค้นจาก <https://travel.kapook.com/view213123.html>.

พระราชวังสนามจันทร์ ตั้งอยู่ในตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ห่างจากพระปฐมเจดีย์ประมาณ 2 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 888 ไร่ 3 งาน 24 ตารางวา สร้างขึ้นโดยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว หลังจากพระองค์สวรรคต พระราชวังสนามจันทร์ใช้เป็นที่ทำการของส่วนราชการต่างๆ ของจังหวัดนครปฐม รวมทั้งเป็นวิทยาเขตหนึ่งของมหาวิทยาลัยศิลปากรซึ่งมีภาพตัวอย่างแสดงให้เห็นในภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3: พระราชวังสนามจันทร์



ที่มา: เทียวชม พระราชวังสนามจันทร์เต็มรูปแบบ 1 ก.ค. 61 นี้. (2561). สืบค้นจาก <https://travel.mthai.com/news/181573.html>.

ตลาดน้ำดอนหวาย เป็นตลาดในจังหวัดนครปฐม ตั้งอยู่บนพื้นที่ของวัดคงคารามดอนหวาย หรือ วัดดอนหวาย ห่างจากวัดไร่ขิงประมาณ 5-6 กิโลเมตร ตลาดน้ำดอนหวายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับการจับจ่ายซื้อของฝาก สินค้าท้องถิ่น อาหาร เครื่องดื่ม การท่องเที่ยวทางน้ำ มีวิถีชีวิตเรียบง่ายบรรยากาศโดยรอบร่มรื่น มีพ่อค้าแม่ค้ามาตั้งร้านค้าขายของอยู่บริเวณสองฟาก มีเรือขายของมากมายซึ่งมีภาพตัวอย่างแสดงให้เห็นในภาพ 2.4

ภาพที่ 2.4: ตลาดน้ำดอนหวาย



ที่มา: ซ้อปั้งชีวๆ วันหยุดที่ตลาดน้ำดอนหวาย. (2556). สืบค้นจาก <https://www.sanook.com/women/71273/>.

วัดไร่ขิง พระอารามหลวง ตั้งอยู่ที่ริมแม่น้ำท่าจีนหรือเรียกอีกชื่อว่าแม่น้ำนครชัยศรี สร้างโดย "สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ฟุก)" มีหลวงพ่อวัดไร่ขิงซึ่งเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัยเป็นพระประธาน ที่ชวามครปฐมเคารพนับถือ ระหว่างวันขึ้น 13 ค่ำ ถึงแรม 3 ค่ำ เดือน 5 และช่วงเทศกาลตรุษจีนทุกปีจะมีงานเทศกาลนมัสการปิดทองหลวงพ่อวัดไร่ขิงประจำปี ซึ่งมีภาพตัวอย่างแสดงให้เห็นในภาพ

2.5

ภาพที่ 2.5: วัดไร่ขิง พระอารามหลวง



ที่มา: วัดไร่ขิง. (2556). สืบค้นจาก http://npt.onab.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=130.

ตลาดน้ำลำพญา ตั้งอยู่ภายในวัดลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน เป็นตลาดที่อยู่ติดริมแม่น้ำนครชัยศรีหรือแม่น้ำท่าจีน ซึ่งร้านค้าส่วนใหญ่เป็นร้านของชาวบ้านลำพญาที่นำพืชผักท้องถิ่นมาจำหน่าย ดังภาพที่ 2.6

ภาพที่ 2.6: ตลาดน้ำลำพญา



ที่มา: จะไปเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแต่ไม่มีรถส่วนตัว !!! (2559). สืบค้นจาก <https://pantip.com/topic/35397627>.

2.3.3 ด้านกิจกรรม

งานเทศกาลนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ เป็นประเพณีที่ทำสืบทอดกันมายาวนาน เพื่อให้พุทธศาสนิกชนได้มีโอกาสนมัสการพระบรมสารีริกธาตุที่บรรจุอยู่ในองค์พระปฐมเจดีย์ และนมัสการพระร่วงโรจนฤทธิ์ พระพุทธรูปเก่าแก่คู่บ้านคู่เมืองนครปฐม โดยการจัดงานจะทำขึ้นเป็นระยะเวลา 9 วัน 9 คืน

งานเทศกาลอาหารและผลไม้ นครปฐมจัดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน ประมาณเดือนมกราคม ถึงกุมภาพันธ์ของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ เพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ผลไม้ที่นิยมปลูกในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ส้มโอ มะพร้าว น้ำหอม ฝรั่ง กัลฉ่าย เป็นต้น ส่วนผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ ได้แก่ กุนเชียง หมูแผ่น หมูหยอง ฯลฯ ในงานมีการประกวดโต๊ะจีน และผลไม้ต่างๆ

งานเลี้ยงบุฟเฟ่ต์ข้างและประกวดราชินีข้าง จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันแรงงานแห่งชาติ วันที่ 1 พฤษภาคมของทุกปี ที่ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน เพื่อเป็นการแสดงความขอบคุณแก่ช้างภายในฟาร์ม มีการประกวดราชินีข้างของสาวหุ่นต๋อยน้อย เพื่อหาผู้ที่สามารถถ่ายทอดบุคลิก ความน่ารักอ่อนโยนและนุ่มนวลแบบช้าง

ประเพณีลอยกระทงตรงกับวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 พฤศจิกายนของทุกปี บริเวณพระราชวังสนามจันทร์ สำหรับกิจกรรมภายในงานมีการกิจกรรม ได้แก่ ขบวนแห่นางนพมาศ การประกวดหุ่นน้อยนพมาศ ประกวดกระทงและโคมแขวน การละเล่นพื้นบ้าน การจุดพลุและไฟพะเนียง

2.4 แนวความคิด และทฤษฎีทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ปวีรศา สิทธิสาร (2551) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของบุคคลเกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับการท่องเที่ยวและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดจากแรงดึงดูดจากธรรมชาติ สุขภาพและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น จึงเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการศึกษาว่าบุคคลว่าอยากไปที่ไหน เพราะอะไร อย่างไร และภายในสถานการณ์อย่างไร ซึ่งเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจท่องเที่ยว

กรรณิกา พิมลศรี (2548) ได้พูดถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า การกระทำหรือการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกหรือเป็นพฤติกรรมด้านความรู้พฤติกรรมด้านความคิดค่านิยมความรู้สึกความชอบและพฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

เช่นเดียวกับ ศรี ฮามสุโพธิ์ (2543) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นเงินของสังคมวิทยาเพราะพฤติกรรมหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมมีความ

แตกต่างกันเนื่องจากเกิดสาเหตุที่ต่างกัน เช่น การอบรมเลี้ยงดู การศึกษา เพศ รสนิยมวัย เชื้อชาติ ศาสนา และประสบการณ์

ดังนั้นผู้วิจัยได้สรุปว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวหมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลโดยมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจในสิ่งนั้น ๆ และมีปัจจัยในการเดินทางครั้งนี้ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยพื้นฐาน (สื่อสาร) การขนส่ง การเข้าถึงสถานที่นั้น ๆ เป็นต้น

2.4.1 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ

2.4.1.1 เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2.4.1.2 ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

2.4.1.3 สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

2.4.1.4 การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

2.4.1.5 การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.4.1.6 ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมายที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

2.4.1.7 ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

2.5 งานวิจัย และการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ โดยมีการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

วรรณชน จันทดิษฐ์ (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยได้ทำการศึกษากรณีของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งผลการวิจัยนี้พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวานั้น ส่วนใหญ่เคยมาแล้ว 3 ครั้งขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถส่วนตัว โดยเดินทางแบบครอบครัว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ยครั้งละ 1,000 บาทต่อคน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่อการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาในครั้งนี้

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผลการศึกษาลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อพักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยว 2-5 คน โดยมาท่องเที่ยวกับเพื่อน เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 2-4 ครั้ง เดินทางมาท่องเที่ยววันเดียว และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวต่อครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนเรื่องแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจาก บุคคลใกล้ชิดหรือคนรู้จัก ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมากจากการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้าน

ความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด

สุทธิตี ชิตชอบ (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการวิจัยพบว่าในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านที่พัก และด้านการบริการ ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ยกเว้นเรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก ส่วนการประชาสัมพันธ์ การให้บริการด้านที่พัก และการให้บริการทั่วไป มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ แนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง ข้อเสนอแนะในการพัฒนาให้กิ่งอำเภอเกาะช้างมีชื่อเสียง เป็นที่สนใจของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย การเพิ่มถังขยะ ที่จอดรถสาธารณะ ขยายเส้นทางให้กว้างขึ้น ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วและข้อมูลทันสมัย ครอบคลุม ความต้องการของนักท่องเที่ยวและไฟฟ้าสาธารณะ ด้านการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรักษาความสะอาด ราคาห้องพัก เพิ่มการให้บริการด้านคมนาคม ความปลอดภัย และพัฒนาจุดชมวิวให้มากขึ้น

อภิญา สุธสายธง (2553) การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุตั้งแต่ 35 ถึง 50 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 25,000 บาทขึ้นไป เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางกับเพื่อนด้วยรถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่าย 1,000 - 3,000 บาท ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสถานที่ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก
2. ด้านกิจกรรมในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก
3. ด้านค่าใช้จ่ายต่างๆ ในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจปานกลาง
4. ด้านการให้บริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้าและผู้ให้บริการในภาพรวม พบว่า

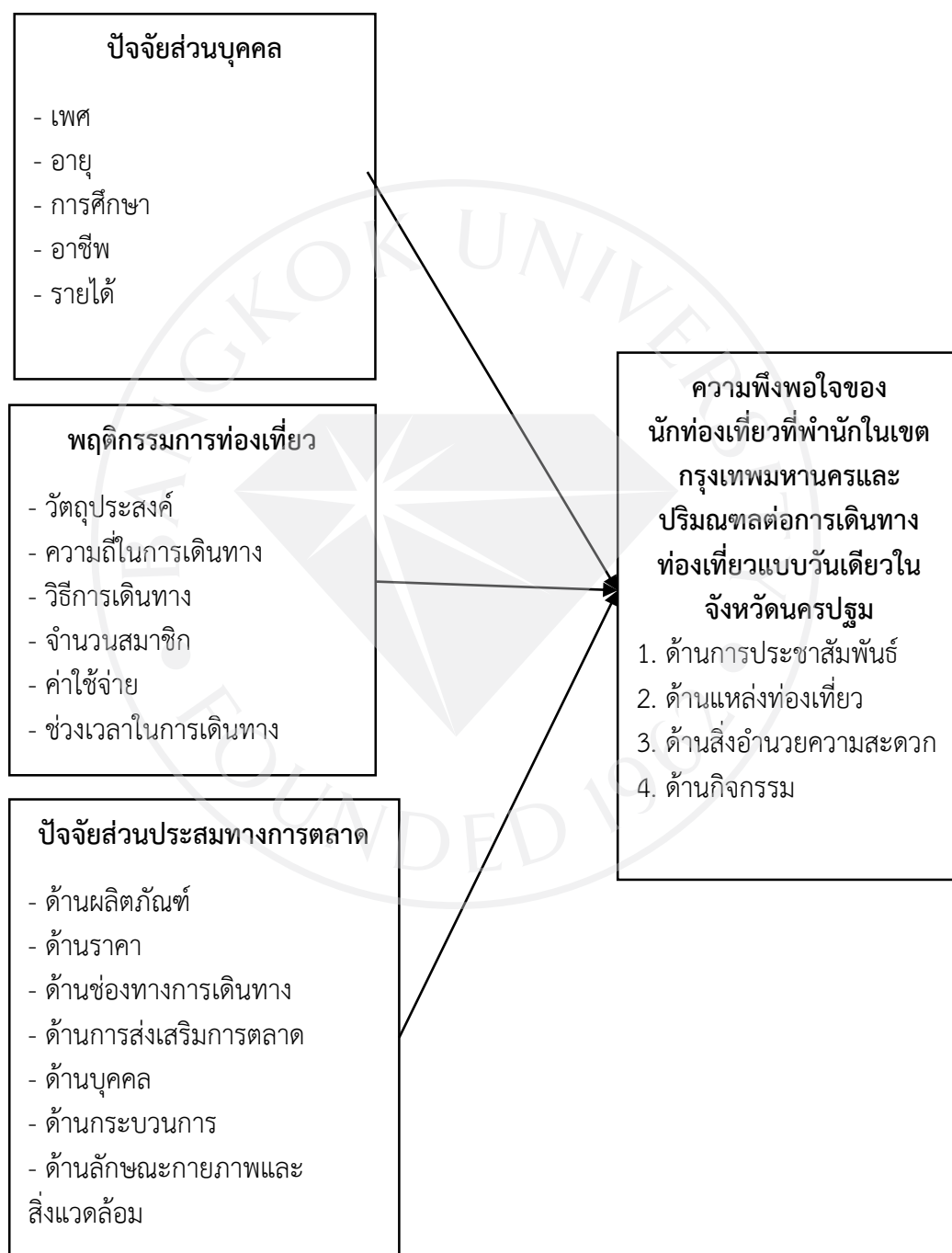
นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

5. ด้านภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อตลาดน้ำดำเนินสะดวกในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

6. นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.7 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย

ภาพที่ 2.7: กรอบแนวความคิดของงานวิจัย



บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม โดยมีรายละเอียด ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประเภทงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจและมีการใช้แบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรกลุ่มเป้าหมายเพื่อการศึกษาและวิจัย โดยเป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวแบบวันเดียวไม่ค้างคืน ณ จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ช่วงเวลาที่จะใช้เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95 % ความผิดพลาดไม่เกิน 5 % ดังสูตรของ Taro Yamane ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง N = จำนวนประชากรทั้งหมด e = จำนวนความคลาดเคลื่อน

3.3 เครื่องมือที่นำมาใช้ในการศึกษางานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยโครงสร้างของแบบสอบถามนั้นเน้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

3.3.1 แบบสอบถาม

การออกแบบสอบถามต้องให้ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านง่ายและเข้าใจชัดเจน จึงได้กำหนดแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์หรือปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด ช่องทางการเดินทาง บุคลากร กระบวนการและลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อม โดยเป็นคำถามแบบLikert Scale

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามด้านความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามทางด้านปัญหา และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

คำถามในส่วนที่ 3 และ 4 นั้นเป็นแบบ Likert Scale ซึ่งในแต่ละคำถามนั้นมีคำตอบให้เลือกทั้งสิ้น 5 ระดับเท่านั้น ซึ่งรายละเอียดในการวัดค่านี้มีทั้งสิ้น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับ 5	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	พึงพอใจมาก
ระดับ 3	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษานววิจัยครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เสร็จเรียบร้อยแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบเนื้อหาว่ามีคำถามถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้คำแนะนำ และแนวทางการแก้ไขแบบสอบถาม เพื่อให้แบบสอบถามนี้มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง แม่นยำ และให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอ่านง่าย เข้าใจชัดเจน และสามารถทำแบบสอบถามนี้ได้

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ ได้แก่

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมจำนวน 400 ชุด

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นส่วนของข้อมูลที่ใช้ประกอบการงานวิจัย ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลมีวิธีดังต่อไปนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.6.1.1 การใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) แสดงผลเป็นค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.6.1.2 การใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนค่ามาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การกำหนดราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว ช่องทางการเดินทาง การส่งเสริมทางการตลาด กระบวนการในการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และด้านบุคคล การแปรค่าลำดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยวที่มีการกำหนดการให้คะแนน มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุดในการมาท่องเที่ยว
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.59	หมายถึง มีความพึงพอใจมากในการมาท่องเที่ยว
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.59	หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลางในการมาท่องเที่ยว
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยในการมาท่องเที่ยว

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในการมาท่องเที่ยว

3.6.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน(Inferential Statistics)

3.6.2.1 ค่าสถิติ t-test โดยใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจำแนกตามเพศและวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

3.6.2.2 ค่าสถิติ One-Way Anova ใช้ทดสอบค่า f-test โดยใช้เปรียบเทียบกลุ่มตัวแปรอิสระที่มีมากกว่า 3 กลุ่มขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานในด้านความแตกต่างระหว่างอายุ รายได้เฉลี่ย อาชีพ และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณผลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม



บทที่ 4

ผลการวิจัย และผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวินิจฉัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม โดยผู้ทำวิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด และผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูลจะมีสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{x}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ค่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
N	หมายถึง	จำนวนของตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์
t-test	หมายถึง	ค่าสถิติสำหรับทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
F-test	หมายถึง	ค่าสถิติสำหรับทดสอบค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม
df	หมายถึง	ค่าความเป็นอิสระของข้อมูล
MS	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสองของคะแนนเบี่ยงเบน/ค่าความแปรปรวน
SS	หมายถึง	ผลรวมกำลังสองของคะแนนเบี่ยงเบน
*	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

4.1 การสรุปข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: ตารางแสดงผลจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปรส่วนบุคคล	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	142	35.50
	หญิง	258	64.50
อายุ	15-24 ปี	68	17.00
	25-34 ปี	165	41.25
	35-44 ปี	126	31.50
	45-54 ปี	30	7.50
	55-64 ปี	9	2.25
	64 ปี ขึ้นไป	2	0.50
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา/ปวช.	27	6.75
	อนุปริญญา/ปวส.	41	10.25
	ปริญญาตรี	325	81.25
	สูงกว่าปริญญาตรี	7	1.75
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	112	28.00
	พนักงานบริษัท	205	51.25
	รับจ้างทั่วไป	9	2.25
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	9.75
	เกษตรกร/ชาวประมง	14	3.50
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	18	4.50
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3	0.75
	อื่น ๆ	0	0.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): ตารางแสดงผลจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปรส่วนบุคคล	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท	0	0.00
	5,000 - 10,000 บาท	8	2.00
	10,001 - 15,000 บาท	135	33.75
	15,001 - 20,000 บาท	169	42.25
	มากกว่า 20,000 บาท	81	20.25
	ยังไม่มีรายได้	7	1.75

จากตารางแสดงผลที่ 4.1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 และเพศชาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50

ผลการวิเคราะห์ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 25-44 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 อายุ 15-24 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อายุ 45-54 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 อายุ 55-64 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และช่วงอายุมากกว่า 64 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ระดับศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาคือ มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และอาชีพเป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 ถึง 15,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 ถึง 10,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และยังไม่มีรายได้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ประกอบด้วย การทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งท่องเที่ยวต่อปี ช่วงเดือนที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงวันที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่นิยมท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2: จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามการทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

การทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	185	46.25
โทรทัศน์/วิทยุ	32	8.00
บริษัทนำเที่ยว	3	0.75
เว็บไซต์	174	43.50
หนังสือ/นิตยสาร	1	0.25
ป้ายโฆษณา	5	1.25
อื่น ๆ	0	0.00

จากตารางแสดงผลที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน นั้น ส่วนใหญ่มีทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จากเพื่อน/ญาติ และคนรู้จัก จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมาคือเว็บไซต์ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 และทราบจากโทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนบุคคล	379	94.75
รถประจำทาง	0	0.00
รถตู้	15	3.75
รถทัวร์/คณะทัวร์	0	0.00
รถจักรยานยนต์	6	1.50
อื่น ๆ	0	0.00

จากตารางแสดงผลที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.75 รองลงมาคือรถตู้ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 และรถจักรยานยนต์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามความถี่หรือจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมต่อปี

จำนวนครั้งท่องเที่ยวแบบวันเดียวต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	12	3.00
1 – 2 ครั้ง/ปี	123	30.75
3 – 4 ครั้ง/ปี	234	58.50
มากกว่า 4 ครั้ง/ปี	31	7.75

จากตารางแสดงผลที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม 3 – 4 ครั้ง/ปี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาคือ 1 – 2 ครั้ง/ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 และมากกว่า 4 ครั้ง/ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามช่วงเดือนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ช่วงเดือนที่นิยมในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พฤศจิกายน - มกราคม	189	37.25
กุมภาพันธ์ - เมษายน	133	33.25
พฤษภาคม - กรกฎาคม	64	16.00
สิงหาคม - ตุลาคม	14	3.50

จากตารางแสดงผลที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีความนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมช่วงเดือนพฤศจิกายน -

มกราคม จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมาคือ กุมภาพันธ์ - เมษายน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 และเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามช่วงวันที่นิยมในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ช่วงวันที่นิยมในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เสาร์ - อาทิตย์	166	41.50
วันหยุดนักขัตฤกษ์	214	53.50
จันทร์ - ศุกร์	20	5.00
อื่น ๆ	0	0.00

จากตารางแสดงผลที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีความนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ วันเสาร์ - อาทิตย์ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 และช่วงวันจันทร์ - ศุกร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์ของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ทัศนศึกษา	16	4.00
เยี่ยมเพื่อน /ญาติ	4	1.00
ประชุม/สัมมนา	11	2.75

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์ของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ทำธุระส่วนตัว	19	4.75
พักผ่อน	350	87.50
อื่น ๆ	0	0.00

จากตารางแสดงผลที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมเพื่อพักผ่อน จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ ทำธุระส่วนตัวจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 และเพื่อทัศนศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมด้วย

บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	18	4.50
เพื่อน	269	67.25
ครอบครัว	113	28.25
อื่น ๆ	0	0.00

จากตารางแสดงผลที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 รองลงมาคือ เดินทางมา

กับครอบครัว จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และเดินทางคนเดียว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามสถานที่ที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

สถานที่ที่นิยมท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วัด	224	56.00
พิพิธภัณฑ์	10	2.50
ตลาดน้ำ	161	40.25
พระราชวัง	5	1.25
อื่น ๆ	0	0.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวที่วัด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ ตลาดน้ำ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 และพิพิธภัณฑ์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: จำนวน และร้อยละของข้อมูลทางพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท/ครั้ง	155	38.75
1,000 – 2,000 บาท/ครั้ง	231	57.75
2,001 – 3,000 บาท/ครั้ง	12	3.00
มากกว่า 3,000 บาท/ครั้ง	2	0.50

จากตารางแสดงผลที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 1,000 – 2,000 บาท จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 และมีค่าใช้จ่าย 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

จากการสำรวจความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย ตามสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดนครปฐมมีความ หลากหลายให้เลือกซื้อ	2	6	131	210	52	3.77	4.72	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในการท่องเที่ยวแบบ วันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
คุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความเหมาะสม	1	12	253	107	27	3.37	5.13	ปานกลาง
ปริมาณของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความเหมาะสม	0	2	159	231	8	3.61	5.19	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความหลากหลายและน่าสนใจ	0	3	25	118	254	4.56	5.21	มากที่สุด
รวม						3.83	5.06	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = 5.06) เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความหลากหลายและน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายให้เลือกซื้อ ปริมาณของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจในเรื่องของคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมนั้นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าโดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจมากเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4.12: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านราคา (Price) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวใน จังหวัดนครปฐม

ด้านราคา	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ราคาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3	5	68	229	95	4.02	4.80	มาก
สินค้าและบริการของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีการแจ้งราคาที่ชัดเจน	1	3	257	75	64	3.50	5.11	มาก
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมน้อยกว่าเมื่อเทียบการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดอื่น	1	6	269	81	43	3.40	5.25	ปานกลาง
การเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	0	2	12	154	232	4.54	5.16	มากที่สุด
รวม						3.87	5.08	มาก

จากตารางแสดงผลที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยพำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความพึงพอใจมากในด้านราคาจากการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 5.08) เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องราคาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม สินค้าและบริการของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีการแจ้งราคาที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจในเรื่องค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดอื่น อยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าโดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจมากเกี่ยวกับด้านราคา (Price) จากการมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4.13: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านช่องทางการเดินทางในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐม

ด้านช่องทางการเดินทาง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมสามารถเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	0	2	16	117	265			มากที่สุด
สามารถเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมแบบวันเดียวได้หลายวิธี เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถตู้สาธารณะ	(0.00)	(0.50)	(4.00)	(29.25)	(66.25)	4.61	5.33	
สามารถเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไปยังจังหวัดนครปฐมได้อย่างสะดวก	1	5	125	243	26			มาก
ใช้เวลาในการเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่นาน	(0.25)	(1.25)	(31.25)	(60.75)	(6.50)	3.72	5.10	
มีรถโดยสารสาธารณะในจังหวัดนครปฐมคอยให้บริการ ณ จุดสำคัญต่างๆ หากท่านไม่สะดวกขับรถยนต์ส่วนตัวมาท่องเที่ยว	4	7	38	212	139			มาก
	(1.00)	(1.75)	(9.50)	(53.00)	(34.75)	4.19	4.79	
	0	3	63	271	63			มาก
	(0.00)	(0.75)	(15.75)	(67.75)	(15.75)	3.99	5.26	
	4	40	198	136	22			ปานกลาง
	(1.00)	(10.00)	(49.50)	(34.00)	(5.50)	3.33	4.56	
รวม						3.97	5.00	มาก

จากตารางแสดงผลที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับความพึงพอใจมากในด้านการเดินทางจากการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 5.00) เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมสามารถเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องสามารถเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไปยังจังหวัดนครปฐมได้อย่างสะดวก ใช้เวลาในการเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่นาน สามารถเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเพื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมแบบวันเดียวได้หลายวิธี เช่น รถยนต์ส่วนตัวและรถตู้สาธารณะอยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจในเรื่องมีรถโดยสารสาธารณะในจังหวัดนครปฐมคอยให้บริการ ณ จุดสำคัญต่าง ๆ หากท่านไม่สะดวกขับรถยนต์ส่วนตัวมาท่องเที่ยวใน จังหวัดนครปฐม แสดงว่าโดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจมากเกี่ยวกับด้านช่องทางการเดินทางจากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4.14: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีการโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออินเทอร์เน็ต น่าสนใจและจดจำง่าย	2	15	51	178	154	4.17	4.49	มาก
ข้อมูลที่เผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในนครปฐม มีความถูกต้องและชัดเจน	0	0	6	136	258	4.63	5.36	มากที่สุด
โรงแรม ร้านอาหาร และร้านค้าในจังหวัดนครปฐมมีส่วนลด เมื่อซื้ออาหาร บริการ สินค้า และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ	14	167	158	41	20	2.72	4.36	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ร้านจำหน่ายของที่ระลึกหรือสินค้าต่าง ๆ มีจำนวนเพียงพอ	1	7	41	231	120	4.16	4.91	มาก
โปรโมชั่นของสินค้าและบริการในจังหวัดนครปฐมมีความน่าสนใจและนำเชิญชวนให้เดินทางไปท่องเที่ยว	16	198	157	20	9	2.52	4.74	ปานกลาง
จังหวัดนครปฐมมีจุดบริการข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	0	4	261	134	1	3.33	5.39	ปานกลาง
รวม						3.62	4.87	มาก

จากตารางแสดงผลที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับความพึงพอใจมากในด้านการส่งเสริมทางการตลาดจากการท่องเที่ยวในจังหวัด ($\bar{x} = 3.62$, S.D. = 4.87) เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในเรื่องข้อมูลที่เผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในนครปฐม มีความถูกต้อง ชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องมีการโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต น่าสนใจ และจดจำง่าย ร้านจำหน่ายของที่ระลึกหรือสินค้าต่างๆ มีจำนวนเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจในเรื่องจังหวัดนครปฐมมีจุดบริการข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ โรงแรม ร้านอาหาร และร้านค้าในจังหวัดนครปฐมมีส่วนลด เมื่อซื้ออาหาร บริการ สินค้า และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โปรโมชั่นของสินค้าและบริการในจังหวัดนครปฐมมีความน่าสนใจ และเชิญชวนให้เดินทางไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าโดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจมากเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) จากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4.15: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านบุคคล (People) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวใน จังหวัดนครปฐม

ด้านบุคคล (People)	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
เจ้าหน้าที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยวอำนวยความสะดวกได้ดี เช่น มีการประชาสัมพันธ์ และให้คำแนะนำที่ดี	0	3	68	223	106	4.08	4.78	มาก
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	(0.00)	(0.75)	(17.00)	(55.75)	(26.25)	3.88	5.26	มาก
เจ้าหน้าที่หรือพนักงานภายในโรงแรม และร้านอาหาร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาสุภาพ และเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	1	2	84	269	44	4.55	5.21	มากที่สุด
พนักงานภายในโรงแรม ร้านอาหาร และร้านค้า แต่งกายสุภาพเรียบร้อย	(0.25)	(0.50)	(21.00)	(67.25)	(11.00)	3.60	4.79	มาก
พนักงานหรือคนขายของภายในร้านอาหารให้บริการอย่างถูกต้อง	2	3	185	174	36	4.28	5.17	มาก
คนขายของภายในร้านค้าและแผงลอยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาสุภาพ และเอาใจใส่นักท่องเที่ยว	(0.25)	(0.25)	(4.75)	(60.75)	(34.00)	3.99	5.49	มาก
รวม	0	6	48	289	57	4.06	5.11	มาก

จากตารางแสดงผลที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับความพึงพอใจมากในด้านบุคคลจากการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 5.11) เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจเรื่องเจ้าหน้าที่หรือพนักงานภายในโรงแรม และร้านอาหาร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาสุภาพและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเรื่อง พนักงานหรือคนขายของภายในร้านอาหาร ให้บริการอย่างถูกต้อง เจ้าหน้าที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยวอำนวยความสะดวกได้ดี เช่น มีการประชาสัมพันธ์ และให้คำแนะนำที่ดี คนขายของภายในร้านค้าและแผงลอยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาสุภาพ และเอาใจใส่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่หรือพนักงานภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูลต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี พนักงานภายในโรงแรม ร้านอาหาร และร้านค้า แต่งกายสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.16: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านกระบวนการ (Process) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ด้านกระบวนการ (Process)	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ขั้นตอนในการเข้าชมหรือท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ง่ายและสะดวก	0	3	69	145	183	4.27	4.54	มาก
ในสถานที่ท่องเที่ยวมีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลังและไม่เลือกปฏิบัติ	0	1	14	251	136	4.32	5.26	
มีความรวดเร็วในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว	2	3	155	134	106	3.85	4.27	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านกระบวนการ (Process) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ด้านกระบวนการ (Process)	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ในร้านอาหารและร้านค้ามีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลังและไม่เลือกปฏิบัติ	1	1	122	162	114	3.97	4.31	มาก
มีความรวดเร็วในการให้บริการใน ร้านค้า และร้านอาหารต่าง ๆ	0	0	78	125	197	4.30	4.59	มาก
	(0.00)	(0.00)	(19.50)	(31.25)	(49.25)			
รวม						4.14	4.59	มาก

จากตารางแสดงผลที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับความพึงพอใจในด้านกระบวนการมากจากการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ($\bar{x} = 4.14$, S.D. = 4.59) เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลังและไม่เลือกปฏิบัติ มีความรวดเร็วในการให้บริการใน ร้านค้า และร้านอาหารต่าง ๆ ขั้นตอนในการเข้าชมหรือท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ง่ายและสะดวก ในร้านอาหารและร้านค้ามีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลัง และไม่เลือกปฏิบัติ มีความรวดเร็วในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.17: ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ด้านลักษณะทางกายภาพ และสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
สถานที่จอดรถที่เพียงพอ	5	40	194	136	25			
ต่อจำนวนรถของ นักท่องเที่ยวในแต่ละวัน	(1.25)	(10.00)	(48.50)	(34.00)	(6.25)	3.34	4.50	ปานกลาง
สถานที่จอดรถสะอาด และ ปลอดภัย	2	2	274	115	7			
	(0.50)	(0.50)	(68.50)	(28.75)	(1.75)	3.30	5.16	ปานกลาง
ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอต่อ ความต้องการของ นักท่องเที่ยว	0	5	171	123	101			
	(0.00)	(1.25)	(42.75)	(30.75)	(25.25)	3.80	4.33	มาก
ห้องน้ำมีความสะอาด	8	105	226	51	10			
	(2.00)	(26.25)	(56.50)	(12.75)	(2.50)	2.88	4.76	ปานกลาง
ที่นั่งพักผ่อนเพียงพอต่อ ความต้องการของ นักท่องเที่ยว	11	54	196	127	12			
	(2.75)	(13.50)	(49.00)	(31.75)	(3.00)	3.19	4.47	ปานกลาง
ที่นั่งพักผ่อนร่มรื่น และ สะอาด	2	67	145	152	34			
	(0.50)	(16.75)	(36.25)	(38.00)	(8.50)	3.37	4.08	ปานกลาง
ที่นั่งพักผ่อนมีความ ปลอดภัย	1	4	295	62	38			
	(0.25)	(1.00)	(73.75)	(15.50)	(9.50)	3.33	5.54	ปานกลาง
มีป้ายบอกทาง และป้ายให้ ข้อมูลต่าง ๆ ตามสถานที่ ท่องเที่ยว	5	81	264	42	8			
	(1.25)	(20.25)	(66.00)	(10.50)	(2.00)	2.92	5.18	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.17(ต่อ): ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ด้านลักษณะทางกายภาพ และสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
ป้ายบอกทาง และป้ายให้ ข้อมูลต่าง ๆ มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	3	5	176	142	74	3.70	4.42	มาก
บริเวณพื้นที่ภายในสถานที่ ท่องเที่ยวสะอาด ปราศจาก กลิ่นไม่พึงประสงค์	12	22	193	84	89	3.54	4.24	มาก
	รวม					3.34	4.66	ปานกลาง

จากตารางแสดงผลที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับความพึงพอใจปานกลางในด้านลักษณะทางกายภาพ และสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 4.66) เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจเรื่องห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง และป้ายให้ข้อมูลต่าง ๆ มีความชัดเจน เข้าใจง่าย บริเวณพื้นที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยวสะอาด ปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเรื่องที่นั่งพักผ่อนร่มรื่น และสะอาด สถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อจำนวนรถของนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน ที่นั่งพักผ่อนมีความปลอดภัย สถานที่จอดรถสะอาด และปลอดภัย ที่นั่งพักผ่อนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีป้ายบอกทาง และป้ายให้ข้อมูลต่าง ๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยว ห้องน้ำมีความสะอาด อยู่ในระดับปานกลาง

4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านต่าง ๆ จากการมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมทั้งหมดนั้น สามารถนำมาสรุประดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่

พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านต่าง ๆ จากการมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านต่างๆ	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.83	5.06	มาก
ด้านราคา	3.87	5.08	มาก
ด้านช่องทางการเดินทาง	3.97	5.00	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.62	4.87	มาก
ด้านบุคคล	4.06	5.11	มาก
ด้านกระบวนการ	4.14	4.59	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม	3.34	4.66	ปานกลาง

จากตารางแสดงผลที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) และด้านกระบวนการ (Process) ได้รับความพึงพอใจมากจากการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยทางด้านกระบวนการ (Process) มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.14 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจจากปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคคล (People) มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ปัจจัยด้านช่องทางการเดินทาง มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ปัจจัยด้านราคา (Price) มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ตามลำดับ

4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้มี 400 ตัวอย่าง ในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีต่อระดับความพึงพอใจด้านต่างๆ ที่ได้รับการมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวที่จังหวัดนครปฐม โดยทำการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.5.1 ปัจจัยทางด้านเพศที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพศชายและเพศหญิง มีความแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพศชายและเพศหญิง ไม่มีความแตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพศชายและเพศหญิง มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.19: ผลทดสอบปัจจัยทางด้านเพศที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านต่างๆ	เพศ	N	Mean	S.D.	T-test	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ชาย	142	3.31	0.81	-0.85	0.40
	หญิง	258	3.36	0.79		
ด้านราคา (Price)	ชาย	142	3.35	0.56	-0.22	0.83
	หญิง	258	3.38	0.54		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.19 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยทางด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยด้านต่างๆ	เพศ	N	Mean	S.D.	T-test	Sig.
ด้านช่องทางการเดินทาง	ชาย	142	3.51	0.69	-1.1	0.23
	หญิง	258	3.45	0.60		
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ชาย	142	3.00	0.80	-1.21	0.39
	หญิง	258	3.27	0.78		
ด้านบุคคล (People)	ชาย	142	3.62	0.65	0.40	0.68
	หญิง	258	3.65	0.73		
ด้านกระบวนการ (Process)	ชาย	142	3.70	0.53	0.42	0.67
	หญิง	258	3.72	0.58		
ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	ชาย	142	3.13	0.82	-0.27	0.79
	หญิง	258	3.21	0.74		

จากตารางแสดงผลที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่ส่งผลให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) แตกต่างกัน

4.5.2 ปัจจัยทางด้านอายุที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยทางด้านอายุที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านอายุที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านอายุที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.20: ผลทดสอบปัจจัยทางด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านอายุ				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	5	4.87	1.62		
	ภายในกลุ่ม	394	127.09	0.32	5.06	0.00*
	รวม	399	131.96			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5	12.24	4.08		
	ภายในกลุ่ม	394	126.95	0.32	12.726	0.00*
	รวม	399	139.19			
ด้านช่องทางการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	7.33	2.44		
	ภายในกลุ่ม	394	143.79	0.36	6.72	0.00*
	รวม	399	151.12			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.20 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยทางด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านอายุ				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	5	7.48	2.92		
	ภายในกลุ่ม	394	111.58	0.46	6.30	0.00*
	รวม	399	119.06			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	5	18.46	3.70		
	ภายในกลุ่ม	394	231.13	0.59	6.30	0.00*
	รวม	399	249.59			
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	5	20.24	4.05		
	ภายในกลุ่ม	394	231.49	0.59	6.89	0.00*
	รวม	399	251.73			
ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	5	28.75	5.75		
	ภายในกลุ่ม	394	160.84	0.41	14.08	0.00*
	รวม	399	189.59			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.20 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่งผลให้ระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการ

ส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีความแตกต่างกัน

4.5.3 ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.21: ผลทดสอบปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านการศึกษา				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	5	6.12	1.22		
	ภายในกลุ่ม	394	193.63	0.49	2.62	0.00*
	รวม	399	199.75			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5	8.55	1.71		
	ภายในกลุ่ม	394	170.33	0.43	3.96	0.00*
	รวม	399	178.88			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.21 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านการศึกษา				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านช่องทาง การเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	3.77	1.88		
	ภายในกลุ่ม	394	128.19	0.32	5.83	0.00*
	รวม	399	131.96			
ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	5	12.95	6.47		
	ภายในกลุ่ม	394	188.63	0.47	13.62	0.03*
	รวม	399	201.58			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	5	7.95	1.60		
	ภายในกลุ่ม	394	24377	0.62	2.57	0.02*
	รวม	399	251.72			
ด้าน กระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	5	2.40	1.21		
	ภายในกลุ่ม	394	148.70	0.37	3.21	0.04*
	รวม	399	151.10			
ด้านลักษณะ ทางกายภาพ และสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	5	4.98	2.50		
	ภายในกลุ่ม	394	210.45	0.53	4.69	0.01*
	รวม	399	215.43			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.21 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยต่าง ๆ น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้าน

บุคคล (People) ด้านกระบวนการ(Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีความแตกต่างกัน

4.5.4 ปัจจัยทางด้านอาชีพที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยทางด้านอาชีพที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านอาชีพที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านอาชีพที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.22: ผลทดสอบปัจจัยทางด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านอาชีพ				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	7	0.92	0.46		
	ภายในกลุ่ม	392	127.53	0.32	1.43	0.24
	รวม	399	128.45			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	7	1.99	1.00		
	ภายในกลุ่ม	392	247.59	0.62	1.60	0.20
	รวม	399	249.58			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยทางด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านอาชีพ				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านช่องทางการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	7	1.96	0.98		
	ภายในกลุ่ม	392	194.99	0.50	1.99	0.14
	รวม	399	196.95			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	7	4.99	2.49		
	ภายในกลุ่ม	392	210.45	0.53	4.69	0.10
	รวม	399	215.44			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	7	0.21	1.36		
	ภายในกลุ่ม	392	257.26	0.87	0.60	0.54
	รวม	399	257.47			
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	7	1.62	0.81		
	ภายในกลุ่ม	392	177.26	0.44	1.82	0.16
	รวม	399	178.88			
ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	7	0.38	0.19		
	ภายในกลุ่ม	392	118.67	0.31	0.64	0.53
	รวม	399	119.05			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.22 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่งผลให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ไม่มีความแตกต่างกัน

4.5.5 ปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.23: ผลทดสอบปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	5	8.17	1.64		
	ภายในกลุ่ม	394	243.54	0.62	2.65	0.02*
	รวม	399	251.71			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5	5.74	1.15		
	ภายในกลุ่ม	394	191.21	0.49	2.37	0.04*
	รวม	399	196.95			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านช่องทาง การเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	11.43	2.27		
	ภายในกลุ่ม	394	178.26	0.45	5.00	0.00*
	รวม	399	189.69			
ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	5	9.20	1.84		
	ภายในกลุ่ม	394	169.69	0.43	4.27	0.01*
	รวม	399	178.89			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	5	4.14	0.83		
	ภายในกลุ่ม	394	114.92	0.29	2.83	0.01*
	รวม	399	195.06			
ด้าน กระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	5	4.70	0.94		
	ภายในกลุ่ม	394	123.74	0.31	3.00	0.01*
	รวม	399	127.44			
ด้านลักษณะ ทางกายภาพ และสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	5	2.21	1.51		
	ภายในกลุ่ม	394	188.45	0.42	2.14	0.02*
	รวม	399	189.66			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.23 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนัก

ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมมีความแตกต่างกัน

4.6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

จากการสำรวจความพึงพอใจด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามเป็นจำนวน 400 ตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านต่าง ๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.6.1 ปัจจัยการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.24: ผลทดสอบปัจจัยการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสาร				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	6	1.15	0.50		
	ภายในกลุ่ม	393	126.30	0.32	1.34	0.02*
	รวม	399	127.45			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	6	9.53	1.90		
	ภายในกลุ่ม	393	242.19	0.61	3.10	0.01*
	รวม	399	251.72			
ด้านช่องทางการ เดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	6	6.32	1.26		
	ภายในกลุ่ม	393	182.56	0.44	2.88	0.01*
	รวม	399	188.88			
ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	6	7.30	1.45		
	ภายในกลุ่ม	393	186.29	0.46	3.15	0.00*
	รวม	399	190.59			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	6	4.39	0.87		
	ภายในกลุ่ม	393	245.19	0.62	1.41	0.21
	รวม	399	249.58			
ด้าน กระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	6	10.00	2		
	ภายในกลุ่ม	393	186.95	0.47	4.80	0.00*
	รวม	399	196.95			
ด้านลักษณะทาง กายภาพและ สิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	6	12.04	2.36		
	ภายในกลุ่ม	393	231.13	0.6	3.91	0.00*
	รวม	399	243.17			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.24 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านต่าง ๆ น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัด นครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีความแตกต่างกัน

4.6.2 ปัจจัยทางด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยว แบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ต่างกันของนัก ท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละ ปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัด นครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยพาหนะที่ ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผล ให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.25: ผลทดสอบปัจจัยพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ต่างกันมีผลต่อความพึง พอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านพาหนะ				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้าน	ระหว่างกลุ่ม	5	9.74	2.97		
ผลิตภัณฑ์	ภายในกลุ่ม	394	179.60	0.61	5.01	0.00*
(Product)	รวม	399	189.34			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ	ปัจจัยด้านพาหนะ					
	df	SS	MS	F-test	Sig.	
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5	9.97	2.00		
	ภายในกลุ่ม	394	115.47	0.30	6.63	0.01*
	รวม	399	132.44			
ด้านช่องทางการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	10.34	2.07		
	ภายในกลุ่ม	394	168.54	0.42	4.83	0.00*
	รวม	399	178.88			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	5	8.51	1.70		
	ภายในกลุ่ม	394	187.43	0.47	3.52	0.00*
	รวม	399	195.94			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	5	14.12	2.96		
	ภายในกลุ่ม	394	239.89	0.60	4.93	0.00*
	รวม	399	254.01			
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	5	10.34	2.06		
	ภายในกลุ่ม	394	234.60	0.42	3.91	0.00*
	รวม	399	247.94			
ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	5	11.58	3.32		
	ภายในกลุ่ม	394	237.12	0.20	3.97	0.00*
	รวม	399	248.7			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.25 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยทางด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีความแตกต่างกัน

4.6.3 ปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปีที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปีที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปีที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปีที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.26: ผลทดสอบปัจจัยจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปีที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ	ปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี					
	df	SS	MS	F-test	Sig.	
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	4	4.08	1.32		
	ภายในกลุ่ม	395	245.50	0.61	2.20	0.08
	รวม	399	249.58			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	4	2.19	3.11		
	ภายในกลุ่ม	395	168.32	0.98	2.47	0.06
	รวม	399	170.51			
ด้านช่องทางการ เดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	4	1.25	0.41		
	ภายในกลุ่ม	395	166.32	0.26	0.24	0.15
	รวม	399	167.57			
ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	4	2.59	0.86		
	ภายในกลุ่ม	395	117.46	0.29	2.93	0.03*
	รวม	399	120.05			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	4	3.06	1.02		
	ภายในกลุ่ม	395	193.88	0.50	2.09	0.10
	รวม	399	196.94			
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	4	8.94	1.24		
	ภายในกลุ่ม	395	190.62	0.45	2.59	0.12
	รวม	399	199.56			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.26 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปีที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปี				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านลักษณะทาง	ระหว่างกลุ่ม	4	2.36	1.71		
กายภาพและ	ภายในกลุ่ม	395	237.41	0.43	3.95	0.08
สิ่งแวดล้อม						
(Physical Evidence	รวม	399	239.77			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.26 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยทางด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวต่อปีที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความแตกต่างกัน

4.6.4 ปัจจัยทางด้านช่วงเดือนที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยด้านช่วงเดือนที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านช่วงเดือนที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านช่วงเดือนที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.27: ผลทดสอบปัจจัยทางด้านช่วงเดือนที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านช่วงเดือนที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	4	9.70	3.24		
	ภายในกลุ่ม	395	122.24	0.31	10.51	0.00*
	รวม	399	131.94			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	4	10.76	3.58		
	ภายในกลุ่ม	395	205.68	0.51	6.93	0.00*
	รวม	399	216.44			
ด้านช่องทางการ เดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	4	6.23	2.07		
	ภายในกลุ่ม	395	132.96	0.33	6.18	0.00*
	รวม	399	139.19			
ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	4	3.29	1.10		
	ภายในกลุ่ม	395	125.16	0.32	3.45	0.01*
	รวม	399	128.45			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	4	4.00	1.33		
	ภายในกลุ่ม	395	174.87	0.44	3.03	0.00*
	รวม	399	178.87			
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	4	6.34	2.11		
	ภายในกลุ่ม	395	245.24	0.64	3.45	0.01*
	รวม	399	251.58			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.27 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยทางด้านช่วงเดือนที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านช่วงเดือนที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านลักษณะทาง	ระหว่างกลุ่ม	4	7.32	2.41		
กายภาพและ	ภายในกลุ่ม	395	182.33	0.48	4.43	0.04*
สิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	รวม	399	189.65			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.27 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยทางด้านช่วงเดือนที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีความแตกต่างกัน

4.6.5 ปัจจัยด้านช่วงวันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยด้านช่วงวันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านช่วง

วันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยด้านช่วงวันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.28: ผลทดสอบปัจจัยทางด้านช่วงวันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยช่วงวันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	3	9.97	2.01		
	ภายในกลุ่ม	396	108.50	0.30	5.62	0.00*
	รวม	399	118.47			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	3	8.52	1.70		
	ภายในกลุ่ม	396	188.44	0.78	3.56	0.04*
	รวม	399	196.96			
ด้านช่องทางการ เดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	3	15.23	2.97		
	ภายในกลุ่ม	396	238.90	0.71	5.00	0.00*
	รวม	399	254.13			
ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	3	9.67	2.00		
	ภายในกลุ่ม	396	179.61	0.42	4.37	0.01*
	รวม	399	190.28			
ด้านบุคคล (People)	ระหว่างกลุ่ม	3	4.11	0.822		
	ภายในกลุ่ม	396	116.01	0.293	2.61	0.08
	รวม	399	120.12			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.28 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยทางด้านช่วงวันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ช่วงวันที่ท่านนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านกระบวนการ (Process)	ระหว่างกลุ่ม	3	10.34	2.01		
	ภายในกลุ่ม	396	168.54	0.43	4.83	0.00*
	รวม	399	177.88			
ด้านลักษณะทาง กายภาพและ สิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	ระหว่างกลุ่ม	3	12.00	2.41		
	ภายในกลุ่ม	396	237.61	0.60	3.98	0.02*
	รวม	399	249.61			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.28 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยทางด้านปัจจัยด้านช่วงวันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีความแตกต่างกัน

4.6.6 ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน

สมมติฐานในการทดสอบ

ค่านัยสำคัญของความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจากปัจจัยวัตถุประสงค์ที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

โดยกำหนดระดับนัยสำคัญหรือ Sig ที่ 0.05 และทำการเปรียบเทียบกับค่า Sig ของแต่ละปัจจัย ถ้าค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยวัตถุประสงค์ที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากปัจจัยวัตถุประสงค์ที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.29: ผลทดสอบปัจจัยวัตถุประสงค์ที่เข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระหว่างกลุ่ม	5	9.96	2.00		
	ภายในกลุ่ม	394	121.47	0.30	6.63	0.00*
	รวม	399	131.43			
ด้านราคา (Price)	ระหว่างกลุ่ม	5	14.73	2.96		
	ภายในกลุ่ม	394	246.90	0.60	4.93	0.00*
	รวม	399	261.63			
ด้านช่องทางการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	10.34	1.71		
	ภายในกลุ่ม	394	188.44	0.47	3.56	0.03*
	รวม	399	198.78			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระหว่างกลุ่ม	5	4.11	0.82		
	ภายในกลุ่ม	394	113.95	0.29	2.81	0.01*
	รวม	399	118.06			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.29 (ต่อ): ผลทดสอบปัจจัยวัตถุประสงค์ที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความพึงพอใจ		ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์				
		df	SS	MS	F-test	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	5	9.12	1.99		
ด้านบุคคล (People)	ภายในกลุ่ม	394	197.65	0.45	4.93	0.00*
	รวม	399	206.77			
	ระหว่างกลุ่ม	5	6.35	2.13		
ด้านกระบวนการ (Process)	ภายในกลุ่ม	394	191.56	0.48	4.42	0.00*
	รวม	399	197.91			
	ระหว่างกลุ่ม	5	4.00	1.33		
ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)	ภายในกลุ่ม	394	174.87	0.42	3.02	0.02*
	รวม	399	178.87			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางแสดงผลที่ 4.29 พบว่า มีค่า Sig. ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยทางด้านวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมมีความแตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม โดยเก็บข้อมูลชุดแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ดังมีผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษาข้อมูลที่เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท

5.1.2 ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวที่ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีการทราบแหล่งข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์เป็นหลัก มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว 3 – 4 ครั้งต่อปี สถานที่ที่นิยมมาท่องเที่ยวคือวัด มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ที่ 1,000 – 2,000 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงเดือนพฤศจิกายน – มกราคม และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์

5.1.3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาในระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

จำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคคล ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับความพึงพอใจจากการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมด้านกระบวนการมากที่สุด เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ การได้รับการบริการที่ดีจากร้านค้าและร้านอาหาร เป็นต้น และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมน้อยสุด เช่น ความสะอาดของห้องน้ำหรือที่นั่งสำหรับพักผ่อน ป้ายบอกทางและป้ายให้ข้อมูลต่าง ๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

5.2 สรุปผลการทดลองสมมติฐาน

5.2.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1.1 เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกันในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

5.2.1.2 อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

5.2.1.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

5.2.1.4 อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจที่แตกต่างกันในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

5.2.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

จากผลการสรุปผลตามสมมติฐานของงานวิจัยด้านประชากรศาสตร์ สามารถนำมาแสดงได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานด้านประชากรศาสตร์	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
5.2.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
5.2.1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5.2.1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5.2.1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
5.2.1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

5.2.2 ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.2.1 การได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

5.2.2.2 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

5.2.2.3 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

5.2.2.4 ช่วงเดือนที่นิยมท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

5.2.2.5 ช่วงวันที่นิยมท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

5.2.2.6 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

จากผลสรุปผลตามสมมติฐานของงานวิจัยด้านพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว สามารถนำมาแสดงดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2: ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานด้านพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยว	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
5.2.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

สมมติฐานด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
5.2.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5.2.2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5.2.2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีช่วงเดือนในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5.2.2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีช่วงวันในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5.2.2.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

5.2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้านนั้นพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริม

การตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) และด้านกระบวนการ (Process) มีความพึงพอใจมาก จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเดินทางมาท่องเที่ยว แบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์ที่ได้โดยรวมนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมมีความพึงพอใจมากในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการ เดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมนั้น สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

จากผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรธรรม จันทดิษฐ์ (2552) โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 25 ถึง 34 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และส่วน ใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001- 20,000 บาท มีการทราบแหล่งข่าวสาร ข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์เป็นหลัก วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางมา ท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวแล้ว 3 ถึง 4 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ที่ 1,000 – 2,000 บาท สถานที่ที่นิยม มาท่องเที่ยวนั้นคือวัด มี ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึง มกราคม และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์และลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ในจังหวัดนครปฐมนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา สุตสายธง (2553) โดยปัจจัยทางด้าน ประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีผลทำให้ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวใน จังหวัดนครปฐมมีความแตกต่างกัน และพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับมาก ใน ด้านปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน บุคคลและด้านกระบวนการ แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านลักษณะทางกายภาพและ สิ่งแวดล้อม ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์ที่ได้โดยรวมนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมมีความพึงพอใจมากในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้

นอกจากนี้ยังพบว่าการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมทางด้านปัจจัยทางเพศและอาชีพ เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครปฐมนั้นไม่ว่าจะเป็นหญิงหรือชายก็สามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้เหมาะสมกับทุกเพศ อาทิเช่น วัด ตลาดน้ำ พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น และการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะประชากรศาสตร์และลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมนั้นไม่สอดคล้องคลอคลึงกับการศึกษาของสุรดี ชิดชอบ (2548) เนื่องจากผลการศึกษาของสุรดี ชิดชอบนั้นมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาครั้งนี้ที่มีผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากในการเดินทางมาท่องเที่ยว

5.4 การนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมนั้น ผลที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ควรนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์โดยใช้เป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมต่อไป สรุปได้ดังนี้

ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมซึ่งได้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง เช่น ความสะอาด และปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายให้ข้อมูล และป้ายบอกทางต่าง ๆ นั้น ถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ดังนั้นทางภาครัฐและเอกชนสามารถนำผลการศึกษาเบื้องต้นนี้ไปเป็นแนวทางการแก้ไขและพัฒนา เช่น จัดทำนโยบายการท่องเที่ยวที่เข้มงวด ทั้งในเรื่องการดูแลรักษา ความปลอดภัย ความสะอาด และความสะดวกสบาย และกำหนดบทลงโทษแก่ผู้กระทำผิดให้ชัดเจน หรือมีการกำหนดนโยบายจัดหางบประมาณเพื่อมาดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครปฐมอีกครั้ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น ส่วนลดในการซื้อสินค้า และบริการนั้น ทางภาครัฐ และเอกชน ควรมีการจัดการส่งเสริมทางการตลาดให้มากขึ้น และทั่วถึง หากมีการจัดกิจกรรม หรือให้

ส่วนลดต่าง ๆ ในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น

5.5 ข้อเสนอแนะ

5.5.1 ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยพำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท เดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว มาท่องเที่ยวกับเพื่อนและครอบครัว โดยวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน และสถานที่ที่นิยมท่องเที่ยวคือวัด ซึ่งอาจจะต้องศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึก เช่น กรณีศึกษา หรือสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ผลเชิงลึก ได้ทราบกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง และพัฒนาไปสำรวจกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนได้

5.5.2 ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าควรมีการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของการเดินทาง คมนาคมการขนส่ง ความสะอาดของสถานที่ต่าง ๆ และสถานที่จอดรถบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้ ด้านคมนาคม ควรปรับปรุงแก้ไขให้มีความสะดวกสบายมากกว่านี้ ควรมีรถบริการสาธารณะคอยให้บริการท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สำหรับผู้ที่ไม่ได้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และควรมีป้ายบอกทางหรือป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย

ด้านความสะอาดของสถานที่ต่าง ๆ เช่น บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว ห้องน้ำ ที่นั่งสำหรับพักผ่อน ควรสะอาดและปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ ไม่ควรมีเศษขยะวางหรือทิ้งไว้

สถานที่จอดรถในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว ควรมีกีจัดสรรพื้นที่ให้เพียงพอกับจำนวนของนักท่องเที่ยว และควรมีความปลอดภัยให้มากขึ้นกว่านี้

5.5.3 ทางภาครัฐและเอกชน ควรมีการจัดทัวร์ท่องเที่ยว หรือ Travel tour ไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

5.5.4 ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะลักษณะประชากรศาสตร์พฤติกรรม การท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยพำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมเท่านั้น ไม่ได้ทำการศึกษาทางด้านผลกระทบการท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการธุรกิจ สังคมและเศรษฐกิจที่อาจจะเกิดขึ้น จึงอาจจะทำให้การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้อย่างไม่สามารถนำไปใช้ในระดับจังหวัดและระดับประเทศได้ทั้งหมด ดังนั้นสำหรับการศึกษางานวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านผลกระทบต่าง ๆ จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลด้วย

5.5.5 ในศึกษาการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเท่านั้น ดังนั้นสำหรับในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในนักท่องเที่ยวชาวไทยทั่วไปที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม หรือศึกษาวิจัยในกลุ่มชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม และนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจจากปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงแก้ไขและทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และสร้างความประทับใจให้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังสามารถจัดเก็บเป็นข้อมูลพื้นฐานความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมของนักท่องเที่ยวอีกด้วย



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยว. (2555). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2554-2558 (รายงาน
บทสรุปฉบับผู้บริหาร)*. กรุงเทพฯ: กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการ
ท่องเที่ยว
- งานองค์พระปฐมเจดีย์ 2562 จัดยิ่งใหญ่ 9 วัน 9 คืน พร้อมมหกรรมพรีตลอดงาน. (2562).
สืบค้นจาก <https://travel.kapook.com/view213123.html>.
- จะไปเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแต่ไม่มีรถส่วนตัว !!! (2559). สืบค้นจาก
<https://pantip.com/topic/35397627>.
- ฉัตรชัย คงสุข. (2535). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการของแผนกคลังพัสดุฝ่ายภัตตาการ และ
โภชนาการภายในประเทศ บริษัท การบินไทยจำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก
<https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>.
- ข้อปิ้งซิ่วๆ วันหยุดที่ตลาดน้ำดอนหวาย. (2556). สืบค้นจาก
<https://www.sanook.com/women/71273/>.
- ดารา ทีปะपाल. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์น การพิมพ์.
- ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย. (2528). *ทฤษฎีความพึงพอใจ*. สืบค้นจาก
<http://www.research.doae.go.th/Textboo>.
- เที่ยวชม พระราชวังสนามจันทร์เต็มรูปแบบ 1 ก.ค. 61 นี้. (2561). สืบค้นจาก
<https://travel.mthai.com/news/181573.html>.
- ธรรมไท. (2559). *วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร*. สืบค้นจาก
<http://www.dhammadham.org/watthai/central/watprapathomchedi.php>.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2553). *การศึกษาสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมใน
จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุศรา เกิดแก้ว. (2550). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่ง
ท่องเที่ยว ในจังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา.
- ประเสริฐ รัตนการ. (2555). *ทฤษฎีความพึงพอใจ*. สืบค้นจาก
[https://www.gotoknow.org/posts/492000%20\(12](https://www.gotoknow.org/posts/492000%20(12).

- ปวีริศา สิทธิสาร. (2551). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัสดร์ หิรัญญการ. (2554). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว องค์พระปฐมเจดีย์จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 1(พ.ศ. 2548-2552). กรุงเทพฯ: CURSUA ลาดพร้าว.
- วรรณชน จันทดิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณี ตลาดน้ำอัมพวา. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์. สืบค้นจาก http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html.
- วิลาวัลย์ มาเมือง. (2556). งานกิจกรรมประเพณี. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/panpoon18/home/5-ngan-prapheni-kickrrm-k-hxng-canghwad-nkhrphtm>.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงาน กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิคินัย มายอ. (2555). การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วัดไร่ขิง. (2556). สืบค้นจาก http://npt.onab.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=130.
- ศิวพล เลาราดา. (2555). ตกหลุมรักนครปฐม เที่ยวง่ายๆ สบายๆ ใกล้ กรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://footprintsfollower.blogspot.com/2012/08/blog-post.html>.
- สิริวรรณ เสรีรัตน์. (2551). ส่วนผสมทางการตลาดกับธุรกิจ. สืบค้นจาก <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>.
- สุชาติ ธโนภาณวัฒน์ และสมบัติ กาญจนกิจ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ. วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, 13(1). สืบค้นจาก http://www.spssc.chula.ac.th/backupnew/web_older/main2007/journal/journal/13-1/11.pdf.

- สุธดี ชิตชอบ. (2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2562). *แผนที่จังหวัด*. สืบค้นจาก
<http://www.nakhonpathom.go.th/content/maps>.
- อภิญา สุตสายธง. (2553). *การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำดำเนิน
สะดวกจังหวัดราชบุรี(รายงานผลการวิจัย)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- BLT Bangkok. (2562). *ท่องเที่ยวปลายปีคึกคัก เงินสะพัด 6 หมื่นล้านบาท*. สืบค้นจาก
[https://www.bltbangkok.com/CoverStory/รายได้ท่องเที่ยวไทย-ท่องเที่ยว
ไทย-นักท่องเที่ยวไทย-นักท่องเที่ยวต่างชาติ-ปีใหม่-สิ้นปี](https://www.bltbangkok.com/CoverStory/รายได้ท่องเที่ยวไทย-ท่องเที่ยว
ไทย-นักท่องเที่ยวไทย-นักท่องเที่ยวต่างชาติ-ปีใหม่-สิ้นปี).
- MYBLOGGERTHEMES. (2562). *ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)*. สืบค้นจาก
<http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02marketingMix.pdf>.



แบบสอบถามความพึงพอใจเพื่องานวิจัย

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

คำชี้แจงหลัก แบบสอบถามเพื่องานวิจัยนี้ มีทั้งหมด 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว และส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 15 – 24 ปี 2. 25 – 34 ปี
3. 35 – 44 ปี 4. 45 – 54 ปี
5. 55 – 64 ปี 6. 64 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด / กำลังศึกษา

1. มัธยมศึกษา/ปวช. 2. อนุปริญญา/ปวส.
3. ปริญญาตรี 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. พนักงานบริษัท
3. รับจ้างทั่วไป 4. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
5. เกษตรกร/ชาวประมง 6. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
7. แม่บ้าน/พ่อบ้าน 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 5,000 บาท 2. 5,001 - 10,000 บาท
3. 10,001 - 15,000 บาท 4. 15,001 – 20,000 บาท
5. มากกว่า 20,000 บาท 6. ยังไม่มีรายได้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. ท่านทราบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จากแหล่งใดบ่อยที่สุด

1. <input type="checkbox"/> เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	2. <input type="checkbox"/> โทรทัศน์/วิทยุ
3. <input type="checkbox"/> บริษัทนำเที่ยว	4. <input type="checkbox"/> เว็บไซต์
5. <input type="checkbox"/> หนังสือ/นิตยสาร	6. <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา
7. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)	
2. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมโดยใชยานพาหนะชนิดใด

1. <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนบุคคล	2. <input type="checkbox"/> รถประจำทาง
3. <input type="checkbox"/> รถตู้	4. <input type="checkbox"/> รถทัวร์/คณะทัวร์
5. <input type="checkbox"/> รถจักรยานยนต์	6. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)
3. ท่านมาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมจำนวนกี่ครั้งต่อปี

1. <input type="checkbox"/> ครั้งแรก	2. <input type="checkbox"/> 1 - 2 ครั้ง/ปี
3. <input type="checkbox"/> 3 - 4 ครั้ง/ปี	4. <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 ครั้ง/ปี
4. ช่วงใดที่ท่านนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1. <input type="checkbox"/> พฤศจิกายน - มกราคม	2. <input type="checkbox"/> กุมภาพันธ์ - เมษายน
3. <input type="checkbox"/> พฤษภาคม - กรกฎาคม	4. <input type="checkbox"/> สิงหาคม - ตุลาคม
5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)	
5. ช่วงวันที่ท่านนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1. <input type="checkbox"/> เสาร์ - อาทิตย์	2. <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์
3. <input type="checkbox"/> จันทร์ - ศุกร์	4. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)
6. วัตถุประสงค์ใดที่ท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

1. <input type="checkbox"/> ทักษะศึกษา	2. <input type="checkbox"/> เยี่ยมเพื่อน /ญาติ
3. <input type="checkbox"/> ประชุม/สัมมนา	4. <input type="checkbox"/> ทำธุระส่วนตัว
5. <input type="checkbox"/> พักผ่อน	6. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)
7. บุคคลที่ท่านเดินทางมาด้วย

1. <input type="checkbox"/> คนเดียว	2. <input type="checkbox"/> เพื่อน
3. <input type="checkbox"/> ครอบครัว	4. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)

8. สถานที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> วัด | 2. <input type="checkbox"/> พิพิธภัณฑ์ |
| 3. <input type="checkbox"/> ตลาดน้ำ | 4. <input type="checkbox"/> พระราชวัง |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |

9. ค่าใช้จ่ายโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม (ต่อครั้ง)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,000 บาท | 2. <input type="checkbox"/> 1,001 – 2,000 บาท |
| 3. <input type="checkbox"/> 2,001 – 3,000 บาท | 4. <input type="checkbox"/> มากกว่า 3,000 บาท |

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง กรุณาประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

หมายเหตุ: ระดับความพึงพอใจ 5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม		ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
1	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1	ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความหลากหลายให้เลือกซื้อ					
1.2	คุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความเหมาะสม					
1.3	ปริมาณของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความเหมาะสม					
1.4	สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความหลากหลาย และน่าสนใจ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม		ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
2	ด้านราคา (Price)					
2.1	ราคาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม					
2.2	สินค้าและบริการของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีการแจ้งราคาที่ชัดเจน					
2.3	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมน้อยกว่าเมื่อเทียบการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดอื่น					
2.4	การเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐมคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป					
3	ด้านช่องทางการเดินทาง					
3.1	สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมสามารถเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล					
3.2	สามารถเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมแบบวันเดียวได้หลายวิธี เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถตู้สาธารณะ					
3.3	สามารถเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลไป ยังจังหวัดนครปฐมได้อย่างสะดวก					
3.4	ใช้เวลาในการเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ไม่นาน					
3.5	มีรถโดยสารสาธารณะในจังหวัดนครปฐมคอยให้บริการ ณ จุดสำคัญต่าง ๆ หากท่านไม่สะดวกขับรถส่วนตัวมาท่องเที่ยว					
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1	มีการโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต น่าสนใจ และจดจำง่าย					
4.2	ข้อมูลที่เผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในนครปฐม มีความถูกต้อง ชัดเจน					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม		ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
4.3	โรงแรม ร้านอาหาร และร้านค้าในจังหวัดนครปฐมมีส่วนลดเมื่อซื้ออาหาร บริการ สินค้า และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ					
4.4	ร้านจำหน่ายของที่ระลึกหรือสินค้าต่าง ๆ มีจำนวนเพียงพอ					
4.5	โปรโมชั่นของสินค้าและบริการในจังหวัดนครปฐมมีความน่าสนใจและเชิญชวนให้เดินทางไปท่องเที่ยว					
4.6	จังหวัดนครปฐมมีจุดบริการข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
5	ด้านบุคคล (People)					
5.1	เจ้าหน้าที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยวอำนวยความสะดวกได้ดีเช่น มีการประชาสัมพันธ์ และให้คำแนะนำที่ดี					
5.2	เจ้าหน้าที่หรือพนักงานภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี					
5.3	เจ้าหน้าที่หรือพนักงานภายในโรงแรม และร้านอาหาร มีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว					
5.4	พนักงานภายในโรงแรม ร้านอาหาร และร้านค้า แต่งกายสุภาพเรียบร้อย					
5.5	พนักงานหรือคนขายของภายในร้านอาหารให้บริการอย่างถูกต้อง					
5.6	คนขายของภายในร้านค้าและแผงลอยมีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพและเอาใจใส่นักท่องเที่ยว					
6	ด้านกระบวนการ (Process)					
6.1	ขั้นตอนในการเข้าชมหรือท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ง่ายและสะดวก					
6.2	ในสถานที่ท่องเที่ยวมีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลัง และไม่เลือกปฏิบัติ					
6.3	มีความรวดเร็วในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว					
6.4	ในร้านอาหารและร้านค้ามีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลัง และไม่เลือกปฏิบัติ					
6.5	มีความรวดเร็วในการให้บริการใน ร้านค้า และร้านอาหารต่าง ๆ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม		ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
7	ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)					
7.1	สถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อจำนวนรถของนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน					
7.2	สถานที่จอดรถสะอาด และปลอดภัย					
7.3	ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
7.4	ห้องน้ำมีความสะอาด					
7.5	ที่นั่งพักผ่อนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
7.6	ที่นั่งพักผ่อนร่มรื่น และสะอาด					
7.7	ที่นั่งพักผ่อนมีความปลอดภัย					
7.8	มีป้ายบอกทาง และป้ายให้ข้อมูลต่าง ๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยว					
7.9	ป้ายบอกทาง และป้ายให้ข้อมูลต่าง ๆ มีความชัดเจน เข้าใจง่าย					
7.10	บริเวณพื้นที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยวสะอาด ปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม คำชี้แจง กรุณาประเมินปัจจัยด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม ว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

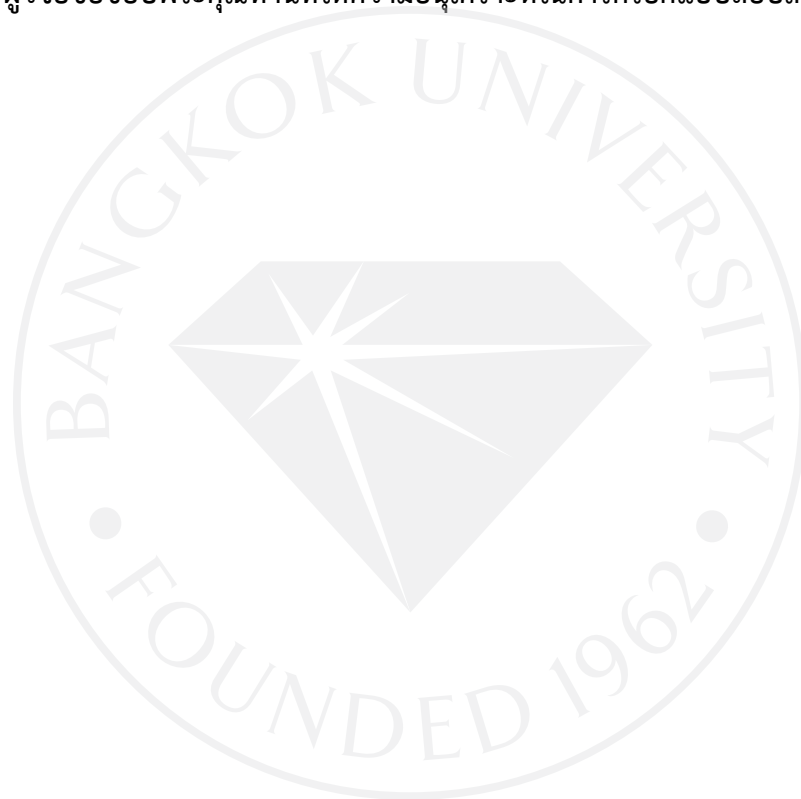
หมายเหตุ: ระดับความพึงพอใจ 5 = พึงพอใจมากที่สุด 4 = พึงพอใจมาก 3 = พึงพอใจปานกลาง 2 = พึงพอใจน้อย 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม		ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
1	ด้านการประชาสัมพันธ์					
1.1	จังหวัดนครปฐมมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอย่างสม่ำเสมอ					
1.2	การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความถูกต้องและครบถ้วน					
1.3	มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย					
2	ด้านแหล่งท่องเที่ยว					
2.1	จังหวัดนครปฐมมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย					
2.2	การจัดสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปอย่างเหมาะสม					
2.3	ที่แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด และปลอดภัย					
3	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
3.1	สามารถเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมได้สะดวก					
3.2	มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการอย่างเพียงพอ					
3.3	มีรถเข็นตามจุดต่างๆ ไว้คอยบริการแก่ผู้พิการและสูงอายุ					
4	ด้านกิจกรรม					
4.1	จังหวัดนครปฐมมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ					
4.2	นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมได้อย่างเหมาะสม					
4.3	ที่กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมีความหลากหลาย					
4.4	ระยะเวลาของกิจกรรมมีความเหมาะสม					

ส่วนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑลที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม
คำชี้แจง กรรณาใส่ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัด
นครปฐม

.....
.....
.....

*****ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถามฉบับนี้*****



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวแก้วกาญจน์ รัตนศิลป์
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2536
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ที่อยู่	89/241หมู่บ้านศุภาลัยวิลล์ ซ.ช่างอากาศอุทิศ5 เขตดอนเมือง แขวงดอนเมือง กทม 10210
E-mail	Kaewkam.rata@bumail.net
ประวัติการศึกษา	ปี พ.ศ. 2554 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียน นาวิรุติ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ปี พ.ศ. 2558 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัย กรุงเทพ สาขาการประชาสัมพันธ์ ปี 2560-ปัจจุบัน ศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะศิลปศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว
ประวัติการฝึกงาน	ปี พ.ศ. 2559 Mcof,Thailand ตำแหน่งการประชาสัมพันธ์
ประวัติการทำงาน	ปีพ.ศ.2561 - ปัจจุบัน ทำงานที่ Investment Center ธนาคาร ไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ตำแหน่ง Customer relationship ประจำสาขา โรงพยาบาลสมิติเวชสุขุมวิท

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 11 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [REDACTED] อยู่บ้านเลขที่ 89/241

ซอย จากตลิ่งชัน 5 ถนน - ตำบล/แขวง ดอนเมือง

อำเภอ/เขต ดอนเมือง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10260

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600 500099

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

คณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยส่งเสริมประสิทธิภาพและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวในจังหวัดนครปฐม

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร