



พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด
ของการท่องเที่ยวที่ ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THE THAI TOURIST TO THE
FACTORS ON THE MARKET FOR THE TOURISM AT BANGKLA
FLOATING MARKET, CHACHENGSAO PROVINCE

โดย

นางสาวเขมิกา ไม้ไหว

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏ

พ.ศ. 2557

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อ
ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวที่
ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

โดย

เขมิกา ไม้ไหว

หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

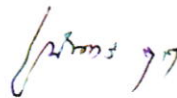
ดร. ชรินทร์ วิชชุดา

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2557


(รองศาสตราจารย์ สุจิตต์ ณ นคร)

ประธานกรรมการ



(ดร. ชรินทร์ วิชชุดา)

กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.พิชัย ทรัพย์เกิด)

กรรมการ/ผู้อำนวยการหลักสูตร

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อปัจจัยส่วนผสม
ทางการตลาดของการท่องเที่ยวที่ ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
ชื่อ - นามสกุล : นางสาวเขมิกา ไม้ไผ่
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ชนินทร์ วิชชุตา
ปีการศึกษา : 2557

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์วิจัย เพื่อศึกษาลักษณะนักท่องเที่ยว ปัจจัยตลาด และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะนักท่องเที่ยวกับปัจจัยตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา รวมถึงเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ข้อมูลส่วนตัวส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย การศึกษาปริญญาตรี อาชีพประกอบอาชีพส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวในตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มาเป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยว คือ มาเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ รถส่วนตัว ลักษณะการมาเที่ยว มากับครอบครัว ส่วนใหญ่ไม่ได้พักค้างคืน นักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมระดับมาก ด้านราคากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมระดับมาก ด้านช่องทางการจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมระดับมาก ด้านนโยบายส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการ

เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมระดับมาก กลุ่มตัวอย่างใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความพึงพอใจด้านราคาเป็นอันดับแรก คือ ค่าเรือโดยสารล่องแม่น้ำชมธรรมชาติอยู่ในระดับที่รับได้ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก

เพศกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความสัมพันธ์กันในด้านราคาอาหารตามร้านอาหาร,ราคาของฝาก,ความสะอาด อายุกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความสัมพันธ์กันในด้านความมีคุณค่าและความโดดเด่นของสถานที่,มีแผนที่ร้านค้าทั้งหมด,มีศูนย์บริการการท่องเที่ยว,มีศูนย์บริการการท่องเที่ยว,การให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ประจำ,มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การศึกษากับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่มีความสัมพันธ์กัน อาชีพกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่มีความสัมพันธ์กัน รายได้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความสัมพันธ์กันในด้านความมีคุณค่าและความโดดเด่นของสถานที่,มีแผนที่ร้านค้าทั้งหมด,มีศูนย์บริการการท่องเที่ยว,มีศูนย์บริการ

เพศกับพฤติกรรมการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่มีความสัมพันธ์กัน อายุกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความสัมพันธ์กัน ในด้านลักษณะการมาเที่ยวส่วนใหญ่ท่านมักมากับผู้ใด การศึกษากับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความสัมพันธ์กันในด้านวัตถุประสงค์ใดที่ท่านมาเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า ,พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า ,ลักษณะการมาเที่ยวส่วนใหญ่ท่านมักมากับผู้ใด อาชีพกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความสัมพันธ์กันในด้าน

ประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ,วัดอุประสงค์ไคที่ท่านมา
เที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า ,พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า ,ลักษณะการ
มาเที่ยวส่วนใหญ่ท่านมักมากับผู้ใด รายได้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัย
ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความสัมพันธ์กันใน
ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า ,การพักผ่อนที่ตลาดน้ำบางคล้า
ประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้าจังหวัดฉะเชิงเทรา กับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า จังหวัด
ฉะเชิงเทรา มีความสัมพันธ์กัน ในเรื่องความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว,ความมีคุณค่าและความ
โดดเด่นของสถานที่,ความสะดวกสบายด้านที่พัก ,มีความเป็นธรรมชาติ,มีร้านขายของที่ระลึกให้
เลือกซื้อหลากหลาย,ราคาของฝาก ,ค่าเรือโดยสาร,มีแผนที่ร้านค้าทั้งหมด,มีป้ายประชาสัมพันธ์, มี
การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว วัดอุประสงค์ไคที่ท่านมาเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า จังหวัด
ฉะเชิงเทรา กับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำบางคล้า กับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กัน ลักษณะการมา
เที่ยวส่วนใหญ่ท่านมักมากับผู้ใดกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กัน จำแนก
ตามการพักผ่อนที่ตลาดน้ำบางคล้ากับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน ในเรื่อง
ความสะดวก

Independent Study Title : BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THE
THAI TOURIST TO THE FACTORS ON THE
MARKET FOR THE TOURISM AT
BANGKLA FLOATING MARKET,
CHACHENSAO PROVINCE

Name - Surname : Khemika Maiwai

Independent Study Advisor : Dr.Chanin witchuta

Academic Year : 2014

ABSTRACT

This research study The objectives of this research was to study the tourist market factors and the behavior of tourists in Thailand Bangkok floating market tourist. chachoengsao province. To study the relationship between tourists and tourist market factors and behaviors. . Including the relationship between the marketing mix to the behavior of tourists. The subjects in the study were 150 tourists from Thailand was used to collect data for this study were used to analyze the data frequency, percentage, mean and standard deviation.

Findings revealed the following that Most of Thailand's tourists. More female than male Graduate degree Self-Employment The average income is less than 10,000 baht mostly been traveling for the first time. The purpose of the tour is on vacation for the holidays. Vehicles traveling in the car. By Family Most do not stay overnight Thailand tourists are satisfied in the marketing mix. At a high level Considering it was found that Product The samples were satisfied in traveling to this area. Overall, the high level Experts were highly satisfied with the tourist attractions in Bangkok floating market tourist. chachoengsao province. Overall, the high level. Promotion policy The samples were satisfied with the trip to Bangkok floating market tourist. chachoengsao province. Overall, the high level Sample. The marketing mix factors are satisfied. The first price is the boat. take visitors along the Nature at the Fair Product at the

highest level, the price was high. The distribution channel at a high level. Marketing Promotion at a high level.

Sexual satisfaction of tourists from Thailand to the marketing mix. Tourism market Bangkla floating market tourist chachoengsao province. There is a relationship in terms of price, restaurants, souvenir price and cleanliness age to the satisfaction of tourists from Thailand to the marketing mix of tourism in Bangkla floating market tourist. chachoengsao province. Well correlated in terms of value and uniqueness of the place. Plans local store Travel Service Center The information officer of And the promotion of tourism The satisfaction of tourists from Thailand to the marketing mix. There was no correlation Career satisfaction of tourists from Thailand to the marketing mix. There was no correlation Income to the satisfaction of tourists from Thailand tourism marketing mix factors. Well correlated in terms of value and uniqueness of the place. Plans local store And a tourist center.

Sexual behavior of tourists from Thailand to factor in the marketing mix bangkla chachoengchao province. No relationship. Age to the satisfaction of tourists from Thailand to factor in the marketing mix. What is the relationship The nature of the tour Most of you come with? The satisfaction of tourists from Thailand tourism marketing mix factors. The relationship between the objectives, what makes you come to the market in Bangkla floating market tourist. chachoengsao province. Most styles come with one. Career satisfaction of tourists from Thailand to the marketing mix tourism market. The relationship between the experience of coming to this market. And what purpose you are traveling to this market. Vehicles used to traveling. Income to the satisfaction of tourists from Thailand to the marketing mix. What is the relationship of the vehicle used to come to market. The satisfaction of tourists from Thailand to the marketing mix. The relationship between the subject of a famous tourist attraction. A valuable and distinctive place. Comfort of accommodation A natural A shop selling souvenirs to buy in bulk. The sale price of the purchase to the others. The boat Plans local store The advocates say And the promotion of tourism What purpose you and your family to visit the floating market of this. On the marketing mix There was no correlation Vehicles used to come to the market in the marketing mix factors. There was no correlation Most of the nature of the tour. Would you like to come with me to the marketing mix factors are interrelated. In terms of cleanliness.