

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ผู้เขียน นางสาวเกษรี ศรีโปฏก

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ.ดร.รสริน โอสนานันต์กุล

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.ดร.วินัส ฤกษ์ชัย

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแก่งคุดคู้และถนนคนเดินริมโขงในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 400 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการจัดลำดับความสำคัญอาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จาก 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการออมเพื่อการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน โดยมีการจัดการด้วยตนเอง มีการเดินทางท่องเที่ยวรวมกับเพื่อน รับทราบข้อมูลจากเพื่อนและคนรู้จัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยว

อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคานโดยรถยนต์ส่วนตัว ใช้ การท่องเที่ยวโดยการเดิน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่น้อยกว่า 3 วัน วันที่ท่องเที่ยวคือ เสาร์ – อาทิตย์ ส่วนใหญ่พักโฮมสเตย์ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายในค่าเดินทางมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวจะชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จุดชมวิวกว๊ากเป็นที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวมากที่สุด

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดตามลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ ตามลำดับ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวอำเภอเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยลำดับหนึ่ง ดังนี้ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามตามธรรมชาติ 2) ด้านราคา นักท่องเที่ยวพึงพอใจ ราคา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม 3) ด้าน กายภาพของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงง่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวพึงพอใจการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยสื่อต่างๆ จากทางภาครัฐและเอกชน หรือการบอกเล่าปากต่อปาก 5) ด้านกระบวนการให้บริการ นักท่องเที่ยวพึงพอใจการให้บริการที่มีความทั่วถึง 6) ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวพึงพอใจอัธยาศัย ไมตรีจิตของคนในถิ่นที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว

Independent Study Title Factor Affecting Thai Tourists Travelling to Chiangkarn District, Loei Province

Author Miss Ketsaree Sripodok

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Lect.Dr.Rossarin Orsatanunkul

Advisor

Assoc.Prof.Dr.Venus Rauechai

Co-advisor

ABSTRACT

This study has the objectives to 1) understand the Thai tourists' behavior, 2) examine the factors affecting tourism demand, and 3) assess the satisfaction of those visitors to Chiang Kan District of Loei Province.

Primary information was collected by questionnaire interview from 400 samples, identified by accidentally sampling method, of the Thai tourists visiting Khud Khu rapids and Mekong riverside walking street in Chiang Kan District of Loei Province. Analysis was based on the results of descriptive statistics and Likert' rating scale.

The study on general information about the 400 sampled tourists found that the majority of them could be described as being female, aged 21-30, single, living in the northeastern region of Thailand, bachelor's degree graduate or student, and having monthly income not exceeding 10,000 baht.

On their behavior, most Thai tourists under study did not save money for travel purpose, spent this trip for leisure purpose, arranged the trip themselves, traveled with friends, and got travel information from friends and acquaintances. The majority of the sampled tourists indicated they had never visited Chiang Kan before. They traveled to Chiang Kan by private cars,

spending time walking around the tourism attraction places, spending less than three days for the present trip, holidaying during Saturday-Sunday, staying at homestays, and spending less than 1,000 baht for each trip. Their main expense was traveling cost. Their most favorite destination was natural attraction spots especially the highly popular Phu Tok lookout.

The investigation on the marketing mix affecting tourism demand of the Thai visitors to Chiang Kan in the present study revealed that most samples placed the primary importance on the factor of price, followed by place, and service process, respectively. From the assessment of tourists' satisfaction, it was found that those visitors to Chiang Kan expressed their most satisfaction with the following attribute of each marketing factor:-1) Place for the natural attractiveness, 2) Price for the reasonable fee and charge, 3) Physical feature for the easily accessible location 4) marketing promotion for travel information provided by government or private agencies, or by word of mouth, 5) service process for the thoroughly service provision, and 6) Personnel for the local hospitality.