

หัวข้อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจในปัจจัยการสื่อสารการตลาดของนักท่องเที่ยวที่ เข้าชมพิพิธภัณฑ์เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพรพยนต์ ลิมปิยวรรณ
สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/คณะนิเทศศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ บำรุง สุขพรรณ
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจในปัจจัยการสื่อสารการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เข้าชม พิพิธภัณฑ์เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อการศึกษาความพึงพอใจในปัจจัยการสื่อสารการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในปัจจัยการสื่อสารการตลาดของนักท่องเที่ยวไทยที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ

การศึกษานี้มีวิธีการดำเนินการศึกษาจากการค้นคว้าจากเอกสารและการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าชม พิพิธภัณฑ์เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 100 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง คือ เลือกสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่ให้ความร่วมมือ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นนักธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,00 บาท ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก ชอบจุดเด่นในเรื่องของความสวยงามของสถานที่ ชอบสถานที่จำลองต่างๆ มากที่สุด เดินทางโดยรถทัวร์และนอกจากนี้ยังเดินทางไปฟาร์มจระเข้ นอกจากนี้ในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในปัจจัยการสื่อสารการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์เมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจรายข้อในทุกด้านและในภาพรวมของการท่องเที่ยวในครั้งนี้ อยู่ในระดับมากทั้งหมด

ทั้งนี้จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในปัจจัยการสื่อสารการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในปัจจัยการสื่อสารการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้