

หัวข้อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวนันท์นภัส สาระพันธ์
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร ศึกษาความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับสูง ได้แก่ ความหลากหลายของนิทรรศการและกิจกรรมที่จัดแสดง

มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสินค้าและของที่ระลึก

มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ อาคารในการจัดแสดง มีการจัดสัดส่วนที่เป็นระเบียบ

มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีกิจกรรมการแสดงต่างๆ ตามช่วงเทศกาล ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามความชอบ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จำแนกด้านระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์