

หัวข้อสารนิพนธ์	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวสรวิรัช แก่นแก้ว
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2553 ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

การมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ เพิ่งมาเที่ยวเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อมาทัศนศึกษา/ดูงาน ใช้เวลาในการท่องเที่ยว มาเข้าเย็นกลับภายในวันเดียว โดยพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยว คือ รถเขมานำเที่ยว มีจำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวด้วยมากกว่า 2 คน และมีการหาข้อมูลก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลที่เคยไปเที่ยว

นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุที่นำมาจัดแสดงมีคุณค่าน่าสนใจ

ด้านราคา ภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ด้านราคา ในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ราคาบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์มีความคุ้มค่ากับการเข้าชม

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบมีความร่มรื่น สะอาด เป็นระเบียบ เหมาะสมกับภูมิทัศน์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมเข้าชมให้แก่บุคคลต่างๆ เช่น พระภิกษุ นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประสบการณ์ในการมาเที่ยว และด้านสื่อที่ได้รับข้อมูลก่อนเดินทางมาเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05