

หัวข้อสารนิพนธ์	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง
ชื่อผู้วิจัย	นายเจฟฟี่ นิลสัน
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2553

### บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทยกับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำจังหวัดระยอง ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ.2554 ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยไครสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ จังหวัดระยอง ส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 มีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน ใช้เวลาในการท่องเที่ยว โดยมาเข้าเย็นกลับภายในวันเดียว ใช้จ่ายส่วนตัวส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางมาเที่ยว มีจำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวด้วยมากกว่า 2 คน และสื่อที่ได้รับข้อมูลก่อนเดินทางมาเที่ยว คือ สื่อเว็บไซต์

นักท่องเที่ยวมีความเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ จังหวัดระยอง ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ จังหวัดระยอง ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ รูปแบบในการจัดแสดงสัตว์น้ำ มีความน่าสนใจ ความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ สัตว์น้ำที่จัดแสดงมีความหลากหลาย รองลงมา ได้แก่ สัตว์น้ำที่จัดแสดงมีความสวยงาม แตกต่างจาก

พิพิธภัณฑ์อื่น และเทคโนโลยีต่างๆ ที่ใช้ประกอบในการจัดแสดง มีความน่าสนใจและสามารถสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลินในการเข้าชม ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ จังหวัดระยอง ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ราคาบัตรเข้าชมมีความคุ้มค่ากับความสนุกสนาน เพลิดเพลินที่ได้รับ รองลงมา ได้แก่ ราคาบัตรเข้าชมมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ จังหวัดระยอง ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แก่ ที่จอดรถ ห้องน้ำ ฯลฯ มีความเหมาะสมและเพียงพอต่อการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ สภาพแวดล้อมของห้องจัดแสดง ได้แก่ พื้นที่ สภาพอาคาร แสงสว่าง ฯลฯ มีความเหมาะสม

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ จังหวัดระยอง ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ รายละเอียดในแผ่นพับ เอกสารประชาสัมพันธ์ มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และช่วยให้รู้จักพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำมากขึ้น รองลงมา ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำผ่านสื่อต่างๆ มีผลทำให้เกิดการเข้ามาชม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสื่อที่ได้รับข้อมูลก่อนเดินทางมาเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ จังหวัดระยอง ด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05