

หัวข้อสารนิพนธ์	การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในปัจจัยส่วนผสม การตลาดของเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ
ชื่อผู้วิจัย	นายภาคภูมิ ชื่นเข้ม
สาขาวิชา/คณะ	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง / คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ประจัน วัลลิโก
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวของเมืองโบราณ (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในปัจจัยส่วนผสมการตลาดของเมืองโบราณ และ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวของเมืองโบราณ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 250 คน สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา รองลงมา ได้แก่ อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวไทยในการท่องเที่ยวของเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อการท่องเที่ยวของเมืองโบราณจากสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ รองลงมา ได้แก่ นิตยสาร นักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวฯ จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ โทรทัศน์ รองลงมา ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และนักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวฯ จากสื่อบุคคล ได้แก่ บุคคลในครอบครัว รองลงมา ได้แก่ ญาติ / คนรู้จัก

(2)

สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมทางการตลาดของเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ส่วนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวเพราะได้ชมสถานที่ที่หลากหลาย รองลงมา ได้แก่ เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยว และได้รับความรู้ทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวเกินกว่าครึ่ง คือ ร้อยละ 59.6 ต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง อีกร้อยละ 40.4 ไม่ต้องการกลับมาเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) สื่อสิ่งพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมทางการตลาดของเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์ (2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมทางการตลาดของเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ และ (3) สื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันส่วนผสมทางการตลาดของเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ