

หัวข้อสารนิพนธ์	การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดของ การท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดจันทบุรี
ชื่อผู้เขียน	นางนิสากร ยินดีจันทร์
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร. สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2552

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชายทะเลจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดจันทบุรี

วิธีดำเนินการศึกษา เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้เครื่องมือ คือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 150 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบธรรมดา (Simple Random Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi - Square)

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}=2.96$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านแหล่งท่องเที่ยว(PRODUCT) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมระดับปานกลาง ( $\bar{x}=3.10$ ) ได้แก่ ความสะอาด, สภาพแวดล้อม การบริการภายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหารและร้านสินค้าที่ระลึก

ด้านราคา (PRICE) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมระดับปานกลาง ( $\bar{x}=3.67$ ) ได้แก่ ราคาอาหารและสินค้า ราคาที่พัก และราคาค่าบริการมีความเหมาะสม

ด้านสถานที่ (PLACE) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.17$ ) ได้แก่ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เรื่องที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการซื้ออาหารและสินค้าภายในแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.37$ ) ได้แก่ ส่วนลดที่หักพร้อมอาหารเช้า และการประชาสัมพันธ์ เรื่องที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญ สุภาพ และให้คำแนะนำ การบริการที่ดี และส่วนลดราคาอาหารและสินค้า

#### (2) การทดสอบสมมติฐาน

- นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และที่อยู่ปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดจันทบุรี

- นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดจันทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พบว่า การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดจันทบุรี กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

(3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนมากไม่มีข้อเสนอแนะ ส่วนปัญหาเกี่ยวกับถนนทางเข้าชายหาด การประชาสัมพันธ์ และการจัดร้านอาหารให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย รวมทั้งองค์ประกอบในเรื่องของความพอใจด้านอื่นๆ ที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว เช่น ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคา และด้านสถานที่ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมาก มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น จึงส่งผลให้ความพึงพอใจในภาพรวมของการท่องเที่ยวครั้งนี้อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น