

หัวข้อสารนิพนธ์	การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ของ โรงแรมมาซากิตักชิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี
ชื่อผู้วิจัย	นายกวัด พลธิษฐ์สกุล
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/ คณะนิเทศศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2553

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ของ โรงแรมมาซากิตักชิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชมการแสดงมาซากิตักชิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ของผู้ชมการแสดงมาซากิตักชิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชมการแสดงมาซากิตักชิได้ กับ ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด โรงแรมมาซากิตักชิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี

วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชมการแสดงมาซากิตักชิได้ โรงแรมมาซากิตักชิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี จำนวน 398 คน สถิติที่ใช้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าไคแควร์

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชมการแสดงมาซากิตักชิได้ โรงแรมมาซากิตักชิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท สำหรับการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชมการแสดงมาซากิตักชิได้ โรงแรมมาซากิตักชิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านทาง สื่ออินเทอร์เน็ต ได้รับข่าวสารของ โรงแรมมาซากิตักชิได้ผ่านทาง บุร

ประชาสัมพันธ์ในงานนิทรรศการ และค้นหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของโรงละครมายากล จากสื่ออินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อบัตรชมการแสดงมายากล เพราะสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และมักจะมาชมการแสดงมายากลกับคูรัก สำหรับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด โรงละครมายากลทักษิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกระดับรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชมการแสดงมายากล ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อบัตรชมการแสดง มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด โรงละครมายากลทักษิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี จำแนกด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชมการแสดงมายากล ด้าน เหตุผลในการตัดสินใจซื้อบัตรชมการแสดง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดโรงละครมายากลทักษิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี จำแนกด้านสถานที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชมการแสดงมายากล ด้านการค้นหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์โรงละครมายากลจากสื่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดโรงละครมายากลทักษิได้ พัทยาเหนือ จังหวัดชลบุรี จำแนกด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์