

รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการตลาดและองค์ประกอบของพิพิธภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันด้านการตลาด ด้านองค์ประกอบของพิพิธภัณฑ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของพิพิธภัณฑ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตลาดและองค์ประกอบที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 5) เพื่อเสนอแนะแนวทางพัฒนาการตลาดและองค์ประกอบของสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยคำนวณค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

จากผลการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ในด้านการตลาดและด้านองค์ประกอบของพิพิธภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดและด้านองค์ประกอบของพิพิธภัณฑ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

3. ผลการทดสอบปัจจัยด้านการตลาด และด้านองค์ประกอบพิพิธภัณฑ์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านการตลาด และด้านองค์ประกอบของพิพิธภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

ข้อเสนอแนะสำหรับปัจจัยด้านการตลาดของสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ควรมีการพัฒนาในด้านราคา ในส่วนค่าสินค้าที่ระลึกและค่าอาหารและเครื่องดื่มควรมีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับชนิดของสินค้าต่าง ๆ ไม่ให้มีความแตกต่างมากเกินไป ในด้านสถานที่จอดรถ ควรจัดให้มีสถานที่กว้างขวางและสามารถรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ ในส่วนของ การส่งเสริมการตลาด ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ เพื่อให้มีความหลากหลาย สร้างจุดสนใจให้แก่ผู้ที่สนใจท่องเที่ยว ส่วนด้านองค์ประกอบเกี่ยวกับการเดินทางมาพิพิธภัณฑ์ ควรแนะนำวิธีการเดินทางแก่นักท่องเที่ยวรวมทั้งจัดรถรับส่งจาก สถานีรถไฟ หรือสถานีรถประจำทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าชมพิพิธภัณฑ์

The purposes of this study are 1) to study the current levels of marketing factors, components of museum, and tourist's satisfaction, 2) to study the relationship between marketing factors and the satisfaction of tourists, 3) to study the relationship between the components of a museum and tourist's satisfaction, 4) to investigate the influence of marketing factors and museum components on tourist's satisfaction and 5) to propose a guideline for the development of museum in terms of marketing strategy and its components. Questionnaire is employed in this study as a research instrument to collect data from tourists who visited The Nation Discovery Museum Institute. Data was analyzed by statistical methods as frequency, percentage, Pearson correlation, and multiple regression analysis.

The results of this study were as follows:

1. From tourist's point of view, the high levels of satisfaction were resulted from the marketing factors and components of The Nation Discovery Museum Institute.
2. The significant relationship between marketing factor, the components of a museum, and tourist's satisfaction was positively found.
3. It was also found that marketing factors and the components of museum were the significant predictors of tourist's satisfaction.

The suggestion for marketing factor of Nation Discovery Museum Institute should manage price of souvenirs, foods and beverages appropriate. The car park should be board and could support tourists sufficiently. Promotion should use public relations media such as website, magazine, television and radio for variety, build the attention from tourists. The transportation facilities play an important part in marketing strategy. The museum should support the shuttle bus from the public transportation, such as sky train or bus station to facilitate the tourists to travel to the museum.