



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์
: ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร



ธนาภรณ์ เมทนีสุดดี

อภิรักษ์นาคาร

ห้องสมุดคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2543

ISBN 974-663-957-9

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

๗๗

๗๘๔๖๓

๒๕๔๓

๓.๓

3937673 ENAT/M : สาขาวิชา : เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร ;

วท.ม. (เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร)

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ / ความพึงพอใจ / การรับบริการสื่อวีดิทัศน์ /

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

รศ.ดร.เมทนีสุดดี : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการ

สื่อวีดิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

(TOURIST 'S SATISFACTION TOWARD VIDEO PRESENTATION : A CASE STUDY OF WAT PHRA CHETUPHON VIMOLMANGKLARARM RAJWARAMAHA VIHARN.)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : จิระศักดิ์ พูนผล, M.S. in E.E. , สัจชัย สุทธิพันธุ์วิหการ, วท.ม.,

ปิยะกาญจน์ เทียรทิพย์, วท.ม., 143 หน้า ISBN 974-663-957-9

การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ อันเป็นประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้ และเกิดความต้องการเก็บประวัติการท่องเที่ยวของตนเอง และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจในการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 240 ราย โดยใช้สื่อวีดิทัศน์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS/PC) สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test และการทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มของคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ โดยใช้วิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference)

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ สัญชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ระดับการศึกษา ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว สำหรับการศึกษาจุดคุ้มทุนของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ รวมถึงการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ พบว่า ปริมาณของยอดขายที่ก่อให้เกิดจุดคุ้มทุน เท่ากับ 8 ม้วนต่อวัน

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ควรมีการจัดตั้งคณะทำงานรับบริการสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนวัดพระเชตุพนฯ ผู้แทนชุมชน ผู้แทนโรงเรียนมหาราชพาราม และผู้แทนบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเก็บไว้เป็นที่ระลึกหรือเป็นประวัติศาสตร์ และช่วยในการเผยแพร่ศาสนสถานของประเทศไทย รวมทั้งการศึกษาค้นคว้า โดยสิ่งที่ผลิตจะต้องเน้นเรื่องคุณภาพให้เป็นที่พอใจตามวัตถุประสงค์ต่อไป

3937673 ENAT/M : MAJOR : APPROPRIATE TECHNOLOGY FOR RESOURCES DEVELOPMENT

KEY WORDS : TOURIST / SATISFACTION / VIDEO PRESENTATION /

WAT PHRA CHETUPHON VIMOLMANGKLARARM RAJWARAMAHA VIHARN

TANAPORN METANEESADUDEE : TOURIST'S SATISFACTION TOWARD VIDEO

PRESENTATION : A CASE STUDY OF WAT PHRA CHETUPHON VIMOLMANGKLARARM

RAJWARAMAHA VIHARN : THESIS ADVISORS ; CHIRASAKDI POONPOL, M.S. in E.E.,

SANCHAI SUTIPANWIHAN, M.Sc., PIYAKARN TEARTHISAP, M.Sc., 143 pages, ISBN 974-663-957-9

This research is aimed at studying the efficacy of a tourist information video presentation based on Wat Pho, Wat Phra Chetuphon Vimolmangklararm Rajwaramahaviharn. Tourist satisfaction from a video presentation, produced by the researcher. Furthermore, this research attempts classifying the personal factors, such as, style, and type of travelling affecting the satisfaction level of visitors. The study was conducted by a questionnaire and video media presented to hundred and forty tourists selected as the study sample group. SPSS/PC application was used for processing the information gathered. Statistical methods applied in this study were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, t-test values, and F-test values. In addition, Least significant difference is applied for testing the average group difference between tourist satisfaction .

The result of this research indicates that tourists, visiting and being presented information video presentations, have been satisfied with presentation at high level. The factors, which have 0.05 in the significant difference value of level of satisfaction, are Nationality, Career, and Salary. The significant difference value of satisfaction level equal at 0.01 is classified as level of education. On the other hand, gender, age, travel objective, type of tourist, experience, and number of frequency of visits in have shown no significant role or any on effect on the level of satisfaction. The costs factors of production for introducing Wat Pho including personal video recordings, services in charge of sales, show that sale volume of the media of 8 tapes per day is the break even point between cost of the videos and the revenue from them.

In summary, according to the result of research, a working committee should be organized and responsible for producing, servicing and supporting a video media presentation for tourists. And this committee should also be composed of representatives of Wat Pho, local society, Mahannapharam school, and travel agencies. In addition, the video presentation can promote the sales of souvenirs and other related artifacts while promoting the upkeep of historical religious places. Also to achieve this goal, the quality of video media production should meet with the satisfaction of research objectives as well.