

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ART AND CULTURAL BEHAVIORS AND SATISFACTION OF TOURISM

โดย นายวรงค์ นันทารัมภ์

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอ่างทอง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม 3) เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และ 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอ่างทอง จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลไปทำการประมวลผลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical package for the social sciences) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย นักท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 อายุ 50 - 59 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 อาชีพข้าราชการ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 สถานภาพสมรส จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบวัดไชโยวรวิหาร จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีลักษณะการเดินทางมากับญาติ/ครอบครัว จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวจำนวน 383 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8 มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อสักการบูชาพระ/ปฏิบัติธรรม จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 เสียค่าใช้จ่ายไปกับค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง มากกว่า 1,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ด้านราคาของสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ด้านสถานที่ ส่วนใหญ่พอใจ จำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 96.5 ด้านการบริการและอำนวยความสะดวก ส่วนใหญ่ พอใจ จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 91.5 ด้านการคมนาคม ส่วนใหญ่พอใจ จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.3 ด้านความปลอดภัย ส่วนใหญ่พอใจ จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ส่วนใหญ่พอใจ จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 ด้านบทบาทของรัฐ ส่วนใหญ่ พอใจ จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว, ศิลปวัฒนธรรม, ความพึงพอใจ

ABSTRACT

This research attempts to Art and Cultural Behaviors and Satisfaction of Tourism in order to 1) Study the personal information of Tourist who come for tour at Angthong. 2) Study of Art and Cultural Behaviors of Tourism 3) Study of Marketing Factor of Art and Cultural Tourism 4) Study of Satisfaction of Art and Cultural Tourism. The data were collected from Thai Tourism who came for tour at Angthong. Questionnaires were distributed to 400 people. The statistical data analysis is SPSS Program (Statistical Package for the Social Sciences) to indicator of the frequency distribution including percentage, mean (\bar{x}), standard deviation (SD).

The findings reveal that the majority of Art and Cultural Tourism were females 277 persons, accounting for 69.3%. Most of them were between 50 - 59 years old total 141 persons, accounting for 35.3%. There were Graduate bachelor's degree 234 persons, accounting for 58.5%. There were civil servant total 105 persons, accounting for 26.3%. The revenue of them were over 40,000 Baht total 174 persons, accounting for 43.5% and they are married total 215 persons, accounting for 53.8%.

The findings reveal that the majority of Art and Cultural Tourism for behavior and factor that affect to Satisfaction of Art and Cultural Tourism, most of Tourism are satisfied Chaiyo Worawihan Temple total 133 persons, accounting for 33.3%, Travelled with family total 323 persons, accounting for 80.8%, travelled by personal car total 383 persons, accounting for 95.8%, Travelled for make merit/dharma practice total 176 persons, accounting for 44.0%, mostly expense are Miscellaneous expenses total 144 persons, accounting for 36.0% and average expense over 1,000 Baht/time total 173 persons, accounting for 43.3%. Marketing Factor of Art and Cultural Tourism in order to Tourism Product, the opinion is the most (\bar{x} = 4.24), in order to price and service, the opinion is more (\bar{x} = 3.74), in order to distributors, the opinion is more (\bar{x} = 3.80) and Marketing Promotion, the opinion is more (\bar{x} = 3.55). The Satisfaction of Art and Cultural Tourism in order to place mostly is satisfied 386 persons, accounting for 96.5%. The service and facilitate mostly is satisfied 366 persons, accounting for 91.5%. The communications mostly is satisfied 361 persons, accounting for 90.3%. The safety mostly is satisfied 340 persons, accounting for 85.0%. The personnel mostly is satisfy 318 persons, accounting for 79.5% and government role mostly is satisfy 271 persons, accounting for 67.8%.

Keywords: Behaviors, Art and Culture, Satisfaction

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ในแง่ศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในระดับโลกและได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติหลายรางวัล อีกทั้งยังมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ แม้จะยังมีศักยภาพที่รอการพัฒนาอยู่ในหลายๆ ด้านก็ตาม ในแง่ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงในภาพรวมที่เป็นไปในทางบวก ทั้งการใช้จ่ายต่อหัวที่เพิ่มมากขึ้นและนักท่องเที่ยวในตลาดศักยภาพ ที่เดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมากขึ้น สร้างรายได้ให้แก่ประเทศมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน เป็นต้น ซึ่งในปี พ.ศ. 2557 - 2561 ที่ผ่านมา การท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ ปี พ.ศ. 2557 - 2561 มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่ราชอาณาจักรและรายได้จากการท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอีกเช่นกัน

เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย รัฐบาลและหน่วยงานของรัฐจึงให้ความสำคัญและมีแผนในการพัฒนาด้านท่องเที่ยว ได้แก่

1. แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ด้านการท่องเที่ยวปรากฏเนื้อหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ชาติภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ประเด็นที่ 3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลกและเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงมุ่งพัฒนารัฐกิจด้านการท่องเที่ยวด้วยการเพิ่มมูลค่าจากอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทยที่สร้างสรรค์ ใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจ ส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค สอดรับกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ ที่ใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมในการส่งเสริมตลาด พร้อมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกและการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

2. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว คือ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท และอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (The Travel & Tourism Competitive Index : TTCI) ไม่ต่ำกว่าอันดับที่ 30 ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน เพื่อกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับระบบนิเวศ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชื่อมโยงกิจกรรม การท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาดฟื้นฟูความเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทย ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมาย ตลาดศักยภาพเดิมและตลาดใหม่ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าต่อประสบการณ์มากกว่าคุ้มค่าเงิน สนับสนุนคนไทยให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นเพื่อลดการพึ่งพิงตลาดต่างประเทศ พัฒนาทักษะฝีมือบุคลากรในภาคบริการการท่องเที่ยว พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงกัน ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ทันสมัย ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

3. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 - 2564 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ คือ ประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริม การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีผลสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยมีหลายประการ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพ การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ ท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการยกระดับภาพลักษณ์ของการ ท่องเที่ยวไทย ในสายตานักท่องเที่ยวทั่วโลก การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริม การท่องเที่ยวตามแนวคิด “ประเทศไทย 4.0” (“Thailand 4.0”) การประกาศในปี พ.ศ. 2558 เป็นปี “การ ท่องเที่ยววิถีไทย” (“2015 Discover Thainess”) การให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคม (Social Media) เพื่อยกระดับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ การปรับปรุงการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ให้ได้มาตรฐานสากล เป็นต้น อีกทั้งการท่องเที่ยวภายในประเทศเติบโตไปได้อย่างน่าพอใจ สาเหตุหลัก มาจากการผลักดันการท่องเที่ยวภายในประเทศของภาครัฐ เช่น การจัดงานไทยเที่ยวไทย การดำเนิน โครงการ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด และ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด พลัส เพื่อการกระจายการท่องเที่ยวสู่ เมืองในภูมิภาคที่มีศักยภาพนอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลัก 10 เมืองของไทย เป็นต้น (ยุทธศาสตร์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2560 - 2564)

การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเป็นประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณา เนื่องจาก ประเทศไทยมี ธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรมและประเพณี ที่เอื้อต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เน้นการ อนุรักษ์วัฒนธรรมไทย สอดแทรกกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญา ท้องถิ่น วิถีชุมชนแบบดั้งเดิม อัตลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ และ ยังส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจไปสู่ชุมชนต่างๆ สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น ลดอัตราการว่างงาน ลดปัญหาอาชญากรรม ลดปัญหาการย้ายถิ่นที่อยู่ และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ทว่า การท่องเที่ยวเชิง ศิลปวัฒนธรรม ยังคงมีปัญหา ได้แก่ ขาดการส่งเสริมจากภาครัฐ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ รัฐบาลมีงบประมาณที่จำกัดไม่เพียงพอในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ดังนั้นรัฐบาลควร อนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอ่างทอง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. รู้กลุ่มที่ไปท่องเที่ยวโดยการทำฐานข้อมูลเก็บไว้เพื่อนำไปทำข้อมูลการท่องเที่ยว
2. เข้าใจถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมได้อย่างถูกต้อง
3. วิเคราะห์ปัจจัยการตลาดที่ก่อประโยชน์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ซึ่งมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตประชากร ทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอ่างทอง

2. ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอ่างทองทั้งเพศชายและเพศหญิง ไม่จำกัดอายุ

3. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ทางผู้วิจัยทราบจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอ่างทอง จำนวน 719,189 คน จึงใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรของ Yamane (1967) ที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % พบว่าจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องทำการศึกษาขึ้นอยู่กับที่ 400 ตัวอย่าง

4. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

5. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการทำวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยการสำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอ่างทอง โดยมีตัวแปร 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ

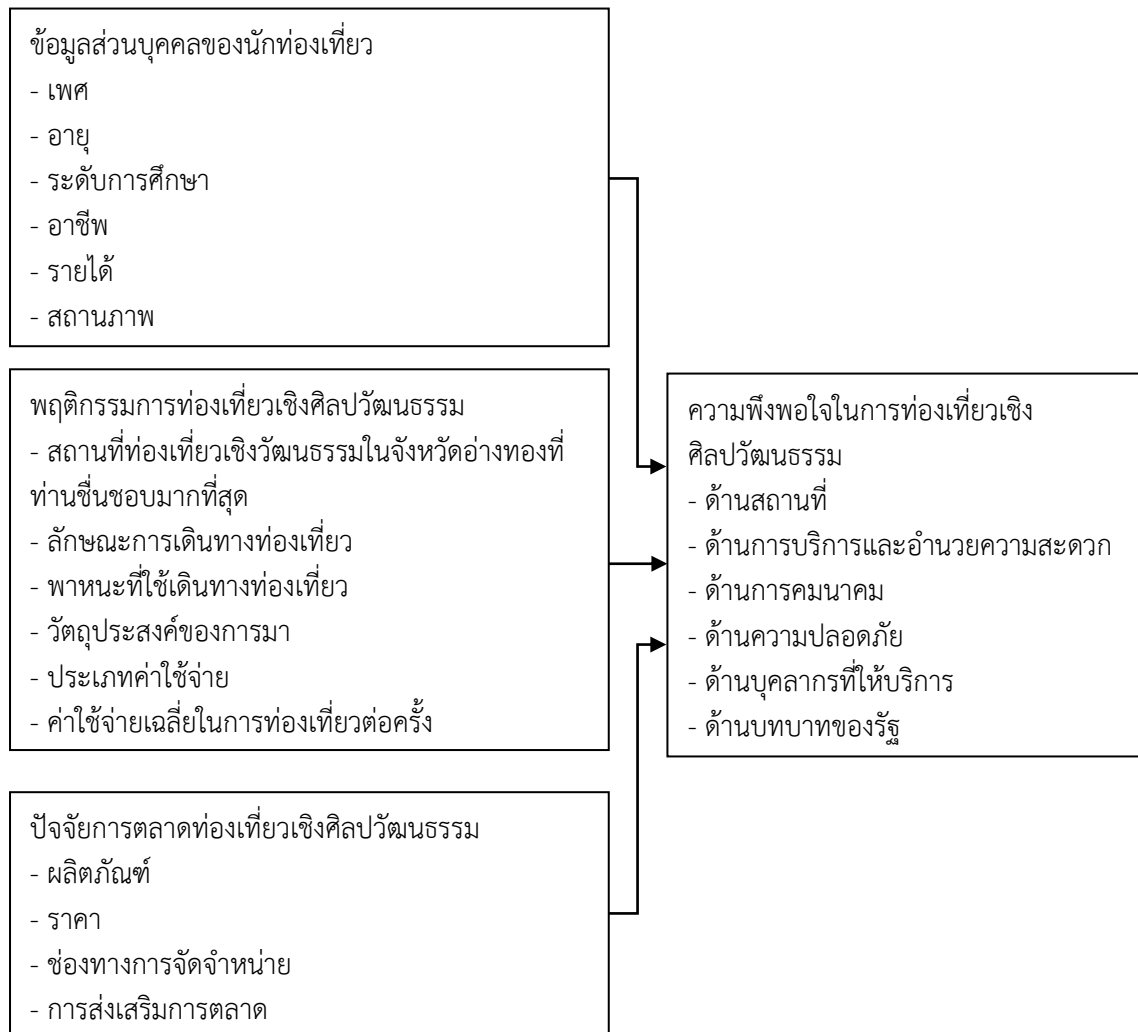
1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน) สถานภาพ

1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งประกอบไปด้วย สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอ่างทองที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว ประเภทค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

1.3 ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



การออกแบบการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพต่างๆ ที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ ที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional Study) คือ เก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย/ สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแบบชนิดกำหนดให้เลือกตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแบบชนิดกำหนดให้เลือกตอบ (Checklist) เพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended response question) ลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert scale

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended response question) มี 6 ข้อ

ผู้วิจัยได้นำร่างแบบสอบถามดังกล่าว ที่จัดสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ก่อน

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลไปทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical package for the social sciences) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 69.3 อายุ 50 - 59 ปี ร้อยละ 35.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 58.5 อาชีพข้าราชการ ร้อยละ 26.3 มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 43.5 สถานภาพสมรส ร้อยละ 42.3

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่ชื่นชอบวัดไชโยวรวิหาร ร้อยละ 33.3 มีลักษณะการเดินทางมากับญาติ/ครอบครัว ร้อยละ 80.8 เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 95.8 มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อสักการบูชาพระ/ปฏิบัติธรรม ร้อยละ 44.0 เสียค่าใช้จ่ายไปกับค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ร้อยละ 36.0 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง มากกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 43.3

3. ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ด้านราคาของสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$)

4. ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ด้านสถานที่ ส่วนใหญ่ พอใจ ร้อยละ 96.5 ด้านการบริการและอำนวยความสะดวก ส่วนใหญ่ พอใจ ร้อยละ 91.5 ด้านการคมนาคม ส่วนใหญ่ พอใจ ร้อยละ 90.3 ด้านความปลอดภัย ส่วนใหญ่ พอใจ ร้อยละ 85.0 ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ส่วนใหญ่ พอใจมากที่สุด ร้อยละ 79.5 ด้านบทบาทของรัฐ ส่วนใหญ่ พอใจ ร้อยละ 67.8

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. ผลการวิจัยทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 50 - 59 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท สถานภาพสมรส มาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กมลพร มูลอามาตย์ (2556) วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของผู้สูงอายุในจังหวัด

ขอนแก่น ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 64 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท

2. ผลการวิจัยทราบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่ชื่นชอบวัดไชโยวรวิหาร มีลักษณะการเดินทางมากับญาติ/ครอบครัว เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อสักการบูชาพระ/ปฏิบัติธรรม เสียค่าใช้จ่ายไปกับค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง มากกว่า 1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2550) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวภายในวัดเนื่องจากต้องการมาสักการะรูปหล่อสมเด็จพระพุฒาจารย์โตและเดินทางมาเพื่อต้องการไหว้พระ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว

3. ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคาของสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กมลพร มุลอมาตย์ (2556) วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของผู้สูงอายุใน จังหวัดขอนแก่น ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา และมีความพึงพอใจในระดับมาก

4. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ด้านสถานที่ ด้านการบริการ และอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านบทบาทของรัฐ อยู่ในระดับพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วริศรา บุญสมเกียรติ (2555) วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช วัดพระมหาธาตุวรวิหาร วัดธาตุน้อย และโบราณสถานวัดโมคลาน ผลการวิจัยพบว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากในด้านกายภาพ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของวัดพระมหาธาตุวรวิหาร วัดธาตุน้อย และโบราณสถานวัดโมคลาน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่ชื่นชอบ วัดไชโยวรวิหาร นักท่องเที่ยวเดินทางมากับญาติ/ครอบครัว เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อสักการบูชาพระ/ปฏิบัติธรรม เนื่องจากวัดไชโยวรวิหารเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดอ่างทอง ที่เป็นสถานที่ที่รู้จัก และมีชื่อเสียง เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้น ควรมีการบริหารจัดการด้านสถานที่ให้มีความสะอาด ปลอดภัย และจัดสถานที่ให้มีความสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ สถานที่พักผ่อน ลานจอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ปัจจัยการตลาดท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ควรมีการสร้างจุดเด่นหรือจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ให้เป็นเอกลักษณ์ (Landmark) ในแต่ละสถานที่ของจังหวัดอ่างทอง และควรมีการทำนุบำรุงสถานที่ให้สวยงาม

3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ด้านสถานที่ ด้านการบริการ และอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านบทบาทของรัฐ อยู่ในระดับพอใจ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า มีนักท่องเที่ยวที่รู้สึกไม่พอใจหรือไม่แน่ใจ กับด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านบทบาทของรัฐ ดังนั้น รัฐบาลหรือหน่วยงานท้องถิ่น ควรให้

ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น โดยการจัดสรรงบประมาณหรือโครงการเพื่อพัฒนาด้านความปลอดภัย และจัดหาบุคลากรอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมให้ดียิ่งขึ้นไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ดังนั้นในการวิจัยให้สมบูรณ์ในครั้งต่อไป ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วย โดยการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เพื่อการสนับสนุนข้อมูลให้สมบูรณ์ต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดอ่างทองเท่านั้น ดังนั้น ควรจะขยายเขตการศึกษาในเขตพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ภาคกลาง เป็นต้น เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ในการศึกษาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 6).

กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กมลพร มูลอามาตย์. (2556). การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของผู้สูงอายุ ใน จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาระบบบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วริศรา บุญสมเกียรติ. (2555). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช: วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อย และโบราณสถานวัดโมคลาน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

วิยะวรรณ ปันโพธิ์. (2561). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว อำเภอ บางละมุง จังหวัดชลบุรี. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยพะเยา

รุ่งกาญจน์ แสวงกาญจน์. (2551). ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สุรียา แสงพงศ์. (2560). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, กลุ่มวิชาบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา

หม่า ชิหยวน. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ศิริรัตน์ ทิมเจริญสุข. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหารระดับต้น, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา**. การศึกษาเฉพาะบุคคลการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). **สถิติด้านการท่องเที่ยวปี 2563**. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563.
เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
จังหวัดอ่างทอง. (2563). **ประวัติความเป็นมาจังหวัดอ่างทอง**. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2563. เข้าถึงได้จาก
<http://www.angthong.go.th/>
จังหวัดอ่างทอง. (2563). **แผนพัฒนาจังหวัดอ่างทอง (พ.ศ.๒๕๖๑ -๒๕๖๔) ฉบับทบทวนปี 2559**. สืบค้น
เมื่อ 20 เมษายน 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.angthong.go.th/>
ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2563). **จำนวนประชากรแยกอายุ จังหวัดอ่างทอง**. สืบค้นเมื่อ 20
เมษายน 2563. เข้าถึงได้จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php
สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ**. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2563. เข้าถึงได้
จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>
สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **การท่องเที่ยวในประเทศ**. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2563. เข้าถึงได้จาก
<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>