



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

A Study of Tourist's Satisfaction toward Factor of the
Market Samchuk, Suphan Buri Provinceวรุณี เชาว์สุกม (Warunee Chouwasukum)¹

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมและรายด้าน พร้อมทั้งทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สูตรแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของคอคเรน (W.G. Cochran) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ซึ่งวัดค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.92 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบค่าทีแบบอิสระต่อกัน และค่าความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุกอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในสินค้าที่ระลึก มากเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุกในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวที่มี อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพหลักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุกแตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ องค์ประกอบการท่องเที่ยว ตลาดสามชุก

Abstract

The purposes of this study were: (1) to survey the satisfaction of the tourist toward the tourist factors of Samchuk Market, Suphan Buri in overall and each aspect and (2) to test the satisfaction of the tourist toward the tourist factors of Samchuk Market, Suphan Buri classified by variables consisting of sex, age, education, income and profession. The population included the tourists visiting Samchuk Market, Suphan Buri whose number was unstable, therefore, the researcher used the WC Cochran formula with the reliability of 95 percent, the result was 384 sample of tourists. The instrument was a set of questionnaire with the reliability of 0.92. The statistics used for data analysis consisted of frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test (independent) and one way ANOVA. Overall, the satisfaction of the Tourists toward the component of tourist place, that is, Samchuk Market, is at the high level. The research findings were as follows: the results ranging from the highest levels to the lowest levels were as follows: souvenirs tourist resources and the lowest level-convenient factors As for the level of satisfaction of the tourist toward the tourist factors of Samchuk Market in the overall aspect, there was no significant difference. However, there was significant difference in the level of satisfaction of the tourist with different age, education, income and profession.

Keywords: Satisfaction, Tourist factors, Market Samchuk

1 รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

บทนำ

ผลจากการพัฒนาประเทศ ทำให้ประชาชนในชุมชนนิยมสร้างอาคารพาณิชย์ที่เป็นตึกแถวแทนเรือนไม้ อาจเป็นเพราะไม้หาได้ยากและมีราคาแพง นอกจากนี้ตลาดน้ำที่มีมาแต่โบราณ ซึ่งเกิดขึ้นจากในอดีต ประชาชนนิยมเดินทางและขนส่งสินค้าทางน้ำ ทำให้เกิดตลาดริมแม่น้ำเพื่อทำหน้าที่เป็นที่พักเรือ หรือเป็นท่าขนถ่ายคนและสินค้า เมื่อความเจริญเปลี่ยนจากทางน้ำมาเป็นทางบก ตลาดริมน้ำที่เคยเป็นแหล่งพักเรือและแวะทำกิจกรรมต่างๆ จึงซบเซาลง เพราะนอกจากการเดินทางจะเปลี่ยนจากทางน้ำเป็นทางบกแล้ว ศูนย์ราชการที่ตั้งขึ้นใหม่ก็ย้ายมาตั้งบริเวณริมถนนหลักแทน สามชุกเป็นตลาดเก่าแก่ที่มีพัฒนาการมากกว่า 100 ปี การก่อตัวของตลาดสามชุกมีวิวัฒนาการมาจากชุมชนริมน้ำขนาดเล็ก และกลายมาเป็นตลาดประจำอำเภอ ตลาดสามชุกจึงเป็นเมืองท่าที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจ เป็นสถานที่แลกเปลี่ยนซื้อขาย เป็นจุดพักพ่อค้าในการล่องเรือขึ้นลงกรุงเทพฯ (อรุณี จำปานิล, 2550) นอกจากนั้นตลาดสามชุกยังเป็นแหล่งที่ตั้งโรงแรม รีสอร์ท ร้านค้าทองคำ ร้านถ่ายรูป ร้านกาแฟ ร้านขายยาโบราณ ร้านเสริมสวย ฯลฯ ตลาดสามชุกก็เหมือนตลาดอื่นๆ ที่จะถูกรื้อเพื่อนำไปสร้างศูนย์การค้าหรืออาคารพาณิชย์ใหม่ เพราะปัญหาเศรษฐกิจ ปัจจุบันกระแสความนิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้คนทั่วโลกได้เปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวเริ่มหันมาสนใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งเป็นความสนใจที่เกิดขึ้นพร้อมกับความรู้สึกระหว่างกันรักษาสิ่งแวดล้อม บรรยากาศในอดีต นักท่องเที่ยวเริ่มเดินทางมาด้วยตนเองมากขึ้น โดยเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ต้องการสัมผัสธรรมชาติมากขึ้น และต้องการจะเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมท้องถิ่นมากขึ้น จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวเฉพาะเจาะจงหลายรูปแบบที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและการท่องเที่ยวเชิงการเกษตร เป็นต้น (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543) เทศบาลและชุมชนที่มองเห็นความสำคัญของการพัฒนาอาคารเก่าให้สามารถกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างเช่น ตลาดน้ำอัมพวา และตลาดน้ำดำเนินสะดวก ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งในการสร้างรายได้ให้กับพื้นที่ แม้ว่าอาจมีประเด็น ในเรื่องของความแท้หรือเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยเฉพาะในเรื่องของความแท้ นั้น ถูกคุกคามโดยธุรกิจท่องเที่ยวที่เน้นหนักในด้านการสร้างรายได้เชิงเศรษฐกิจ มีการสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่ ซึ่งอาจจะไม่ได้เป็นวัฒนธรรมของท้องถิ่นเดิม แต่เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยว แม้ว่าการท่องเที่ยวจะมีบทบาทสำคัญในการรักษาพื้นที่มรดกทางวัฒนธรรมเอาไว้ โดยการให้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ แต่ก็ให้ผลในด้านลบได้เช่นกัน เพราะการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในจำนวนมากเกินสถานที่ที่แหล่งท่องเที่ยวจะรับได้ ในบางครั้งได้ทำลายคุณค่าของสถานที่ได้หากขาดการจัดการและการควบคุมที่ดี เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นจุดสนใจของนักลงทุนที่จะมาลงทุน (ภูเกริก บัวสอน, 2554) ดังนั้นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืน จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการพัฒนาจะก่อให้เกิดผลกระทบกับสถานที่ท่องเที่ยว เช่นการเข้ามาลงทุนของผู้ประกอบการรายใหม่ ขยะที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น การขาดแคลนของสาธารณูปโภค ดังนั้นการศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนจะช่วยพัฒนาแหล่ง



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

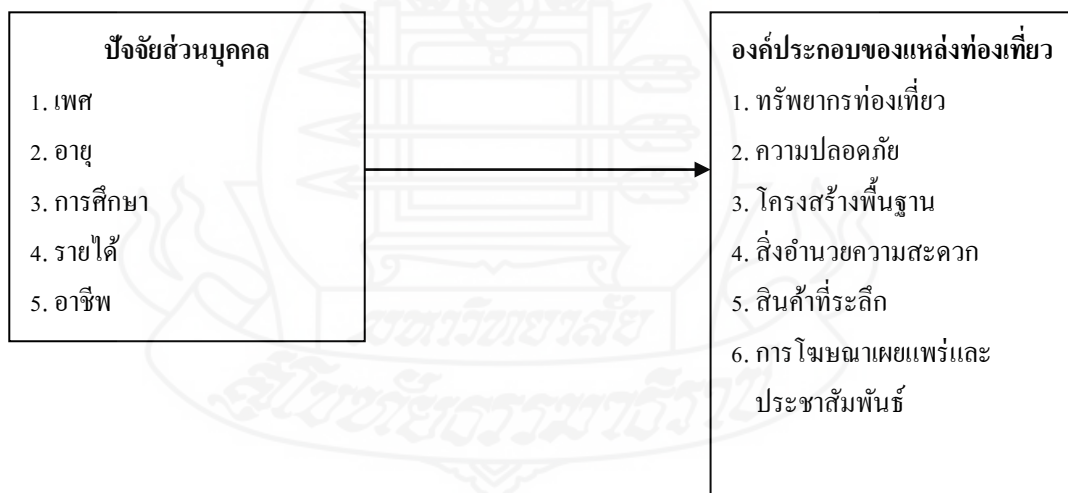
ท่องเที่ยวให้อย่างยั่งยืนและสามารถนำผลการศึกษาไปใช้กับการฟื้นฟูตลาดเก่า หรือชุมชนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ในเมืองไทยได้

คำถามในการวิจัย

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุกระดับใด และปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุกแตกต่างกันหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลดังนี้ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และ อาชีพ



กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดพัฒนาจากทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมและใช้องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของวรรณา วงศ์วานิช(2546) ทำให้สรุปกรอบแนวคิด โดยการสำรวจองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดสามชุก โดยคำนึงถึงปัจจัยหลักและปัจจัยรองทำให้ได้องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของตลาดสามชุก ดังนี้



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มาจากหลายพื้นที่ หรือบางครั้งขับรถผ่านและแวะมาเที่ยว ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวจึงมีจำนวนไม่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรคอเครน (W.G. Cochran, 1953 อ้างใน ยุทธ ไชยวรรณ, 2546) แบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน การแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดสามชุกในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ เนื่องจากจะมีนักท่องเที่ยวมากกว่าวันธรรมดาโดยเริ่มเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 7.00 น.-17.00 น. โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่ตลาดสามชุกจนครบตามจำนวน

แบบสอบถามประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นระดับความพึงพอใจขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าที่ระลึก และการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

ในแต่ละองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีข้อความเรื่องละ 5 ข้อ ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Best & Kahn, 1993) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	แสดงว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	แสดงว่ามีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	แสดงว่ามีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	แสดงว่ามีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	แสดงว่ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด

นำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแล้วมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence หรือ IOC) โดยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ได้ค่าเที่ยงตรงเท่ากับ 0.96 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ ไปแจกนักท่องเที่ยวในตลาดเก้าห้อง เทศบาลตำบลบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 30 คน เพื่อเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) ได้ค่าเท่ากับ 0.92 จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดสามชุก จำนวน 384 ราย



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.62 รองลงมาคือเพศชายคิดเป็นร้อยละ 34.38 โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วงอายุ 20-34 ปีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.60 รองลงมาคือช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 30.10 สำหรับการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา/ปวช.คิดเป็นร้อยละ 19.00 การประกอบอาชีพกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน/นักศึกษาในจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาคือข้าราชการคิดเป็นร้อยละ 15.20 นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.40 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.20

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จากตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี (n = 384)

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	3.89	0.63	มาก
2. ด้านความปลอดภัย	3.88	0.63	มาก
3. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3.88	0.61	มาก
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.68	0.77	มาก
5. ด้านสินค้าที่ระลึก	4.12	0.63	มาก
6. ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	3.88	0.71	มาก
โดยรวม 6 ด้าน	3.88	0.64	มาก

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$, S.D = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ องค์ประกอบที่ 5 ด้านสินค้าที่ระลึก ค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$, S.D = 0.63) รองลงมาคือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$, S.D = 0.63) และอันดับที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ องค์ประกอบที่ 4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$, S.D = 0.77) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละด้านพบว่า ในด้านสินค้าที่ระลึกข้อคำถามที่มีคะแนนสูงสุดคือตลาดสามชุกมีอาหารที่เด่น เช่น ลูกชิ้นยักษ์ เป็ดย่าง ข้าวห่อใบบัวที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดสามชุก ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวข้อคำถามที่มีคะแนนสูงสุดคือบรรยากาศของตลาดสามชุกทำให้รำลึกถึงวิถีชีวิต



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ความเป็นอยู่ของผู้คนในอดีต ด้านความปลอดภัยข้อคำถามที่มีคะแนนสูงสุดคือตลาดสามชุกมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น มีเครื่องกระจายเสียงเกี่ยวกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานข้อคำถามที่มีคะแนนสูงสุดคือทางเดินเท้ารอบๆ ตลาดสามชุก สามารถเดินได้อย่างสะดวก โดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อคำถามที่มีคะแนนสูงสุดคือภาพลักษณ์และความมีเอกลักษณ์ของตลาดสามชุกเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากมาท่องเที่ยวตลาดสามชุก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกข้อคำถามที่มีคะแนนสูงสุดคือตลาดสามชุกมีศูนย์ให้ข้อมูลของตลาดกับนักท่องเที่ยว

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลดังนี้ เพศ อายุ การศึกษา รายได้และ อาชีพ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล เพศ กับระดับความพึงพอใจองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาด สามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี (n = 384)

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	T	Sig
1. ชาย	132	3.88	0.55	-0.65	0.52
2. หญิง	252	3.92	0.58		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศพบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีเพศแตกต่างกันประเมินความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก โดยรวมไม่แตกต่างกัน



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ กับระดับความพึงพอใจ
องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี (n=384)

ระดับความพึงพอใจต่อ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	11.99	3	3.99	13.53*	0.00
	ภายในกลุ่ม	112.27	380	0.29		
	รวม	124.27	383			
การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	12.17	4	3.04	10.28*	0.00
	ภายในกลุ่ม	112.10	379	0.29		
	รวม	124.27	383			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	12.31	5	2.46	8.31*	0.00
	ภายในกลุ่ม	111.96	378	0.29		
	รวม	124.27	383			
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	15.33	5	3.07	10.63*	0.00
	ภายในกลุ่ม	108.94	378	0.29		
	รวม	124.27	383			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ประเมินระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ตารางที่ 4 ผลการสรุปสมมติฐานเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล กับระดับความพึงพอใจประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี (n=384)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ
1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ประเมินระดับความพึงพอใจประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้อง	t-test
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ประเมินระดับความพึงพอใจประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมแตกต่างกัน	สอดคล้อง	F-test
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ประเมินระดับความพึงพอใจประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมแตกต่างกัน	สอดคล้อง	F-test
4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน ประเมินระดับความพึงพอใจประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมแตกต่างกัน	สอดคล้อง	F-test
5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ประเมินระดับความพึงพอใจประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมแตกต่างกัน	สอดคล้อง	F-test

อภิปรายผล

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกแต่ละองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบ สอดคล้องกับงานวิจัยของพัศตร์ หิรัญญการ(2554) ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจขององค์ประกอบเกือบทุกด้านของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบ และสอดคล้องกับงานวิจัย สมภรณ์ คงเจริญกาย (2548) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับมาก จากงานวิจัย เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีคะแนนมากที่สุดคือด้านสินค้าที่ระลึกและด้านทรัพยากรท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ (2549) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชิงแสน



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ผลศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต้องประกอบแหล่งท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ด้านอายุ การศึกษา รายได้และ อาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรมณ จันทิษฐ์ (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างของเพศมีความพึงพอใจโดยรวมด้านสถานที่ ด้านการให้บริการ ร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกันส่วนอายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้ต่อเดือนที่มีความแตกต่างมีความพึงพอใจโดยรวมด้านสถานที่ ด้านการให้บริการ ร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของชววิทย์ ชูตะนันทน์ (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จ.นครปฐมทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่อยู่ปัจจุบันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว เกษตรทั้ง 4 แห่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตลาดสามชุกโดยรวม อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด และด้านทรัพยากรท่องเที่ยวรองลงมา ส่วนด้านอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ดังนั้น จึงมาพิจารณาข้อมูลของด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ดังนี้

1. ในข้อคิดเห็นเรื่องห้องน้ำที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อย ดังนั้น ทางคณะกรรมการตลาด ควรปรับปรุงให้มีห้องน้ำที่สะอาดและมีจำนวนมากขึ้น โดยอาจขอสนับสนุนจากที่ว่าการอำเภอสามชุกให้จัดหาห้องน้ำเพิ่ม
2. ในข้อคิดเห็นเรื่องสถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อย คณะกรรมการตลาดควรปรับปรุงหรือหาสถานที่ใหม่ให้สามารถจอดรถได้จำนวนที่มากขึ้น และมีความสะอาดปลอดภัย
3. ความรู้เกี่ยวกับประวัติสามชุกหรือบ้านขุนจันจิราธิวัตร ควรจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ให้เห็นเด่นชัด
4. ควรมีแผนผังแสดงอาคารร้านค้าของแต่ละซอยเพื่อความสะดวกกับนักท่องเที่ยว



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล.(พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัสดร์ หิรัญญการ.(2554). ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวขององค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม.ค้นคว้าอิสระหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน.มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ภูเกริก บัวสอน. (2554). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา หมู่บ้านอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2546). สถิติสำหรับการวิจัย.กรุงเทพมหานคร:ศูนย์หนังสือราชภัฏพระนคร.
- ยศวีร์ ยุคตะนันท์. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเลียบคลอง มหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม . วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเกษตรศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณ วาณิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว.พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณ จันทิช. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.(2543).การศึกษาการพัฒนาการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม.รายงานฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.
- สมารณ์ คงเจริญกาย. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- สุคนธ์ธาร สุเดชพิภพ. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์ เชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรุณี จำปานิล. (2550). ประวัติศาสตร์ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ระหว่างปี พ.ศ.2461-2544. การค้นคว้าอิสระอักษรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร นครปฐม.
- Best, J.W.,& J.V. Kahn. (1993). Research in Education (3 rd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Cronbach, L.J. (1990). Essentials of psychological testing. (5th ed.). New York: Harper & Row.