

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

Behavior and Satisfaction of Thai Tourists Towards Wat Kiriwong Amphoe Muang, Nakhon Sawan.

ชนิษฐา ใจเป็ง^{1*}

Chanistha Jaipeng^{1*}

¹ สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

¹ Hotel and Tourism Management Chaopraya University

* E-mail: peeup@hotmail.com

Received March 17, 2019; Revised July 24, 2019; Accepted December 27, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ และด้านความปลอดภัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) มาใช้ในการวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสด และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 5,001 บาท และในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม มีความพึงพอใจมากที่สุด และด้านการคมนาคม มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, พฤติกรรม, ความพึงพอใจ

Abstract

The objective of this study aims to: 1) study behaviors of Thai tourists towards Wat Kiriwong, Amphoe Muang, Nakhon Sawan 2) study satisfaction of Thai tourists towards Wat Kiriwong, Amphoe Muang, Nakhon Sawan during May to October 2018, a total of 400 people were collected by using questionnaires from a sample of Thai tourists traveling at Wat Kiriwong, Amphoe Muang, Nakhon Sawan. This study focuses on the tourist attractions and environment, the price of goods and services, the accessibility, services and security. Analyzed by descriptive statistic such as frequency, percentage, and mean.

The study found that most Thai tourists were male, aged 21 to 30, and single. They were general students with have income less than 5,001 baht. They graduated with upper graduate degree. The satisfaction towards Wat Kiriwong, Amphoe Muang, Nakhon Sawan in 5 factors found that the tourist attractions and environment are the most important things, the accessibility was less important.

Keyword: Tourism, Behavior, Satisfaction

บทนำ

นครสวรรค์เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์อีกจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ระหว่างภาคกลางและภาคเหนือ จึงเป็น “ประตูสู่ภาคเหนือ” และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่สำคัญของภาคเหนือตอนล่าง และยังเป็นจังหวัดที่มีลักษณะเป็นเมืองท่องเที่ยวและแหล่งอุตสาหกรรมมากมาย ในจังหวัดนครสวรรค์มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ วัดนครสวรรค์ วัดเขารอนาตบรรพต วัดหนองโพธิ์ วัดคีรีวงศ์ ฯลฯ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดคีรีวงศ์ เพราะเป็นวัดที่สวยงาม และมีจุฬามณีมหาเจดีย์ เป็นสถานที่ที่มีพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้าประดิษฐานอยู่ อีกทั้งยังมีหอชมเมืองเป็นหอชมเมืองที่สามารถชมทิวทัศน์เมืองนครสวรรค์ได้ทั้งหมดอีกด้วย

วัดคีรีวงศ์ แต่เดิมเป็นวัดร้าง สันนิษฐานจากซากปรักหักพังอิฐเก่า และใบเสมา รวมทั้งพระพุทธรูปว่าสร้างขึ้นในสมัยกรุงสุโขทัยตอนปลาย แล้วรกร้างเสื่อมโทรม จนกระทั่งราวปี พ.ศ. 2504 มีพระธุดงค์แสวงบุญมาพบรกร้างอยู่ท่ามกลางป่าเขา จึงแจ้งให้กรมศาสนาและกรมศิลปากรเข้ามามีบูรณะ พบว่า

มีเจดีย์เก่าแก่กว่า 600 ปี ปัจจุบันพื้นที่ของวัดทั้งบนเขาดาวดึงส์ และที่ราบประมาณ 280 ไร่ ภายในวัดจะมีพระอุโบสถสมเด็จพระพุฒาจารย์โตมัจฉาลอง ศาลาพุทธานุภาพ วิหารหลวงพ่อโตศักดิ์สิทธิ์ ทั้งนี้บนยอดเขาดาวดึงส์ เมื่อขึ้นไปจะได้สัมผัสการพระพุทธรูปชินสีห์องค์ใหญ่สร้างเมื่อ 2525 และจุฬามณีมหาเจดีย์ที่สร้างตรงฐานเจดีย์เก่าแก่ ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปบาทจำลอง และพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์อีกมาก สำหรับจุฬามณีเจดีย์นั้น พุทธศาสนิกชนถือว่าเป็นเจดีย์บนสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ เพราะเขาภูนี้สมเด็จพระพุฒาจารย์ (อาจาสาโร) แห่งวัดมหาธาตุตั้งชื่อให้เนื่องจากตั้งอยู่สุดทางถนนดาวดึงส์ รวมทั้งท่านยังแนะนำให้สร้างพระจุฬามณีเจดีย์ไว้บนยอดเขาด้วย ส่งผลให้ความมั่งคั่งมาค้ำค้ำที่พระจุฬามณีมหาเจดีย์ ลอยเด่นเป็นสีทองอยู่บนฟ้าท่ามกลางความมืด ดังเช่นล่องลอยอยู่บนสวรรค์ จากที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการประกาศแนวทางด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยกระตุ้นการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand Go Local หรือ เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต” เพื่อให้เกิดการกระจายโอกาส

ในเชิงพื้นที่ โดยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชน เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเพื่อให้เกิดการเตรียมความพร้อมและพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมดุลในทุกมิติเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป (กองเลขานุการวัดศรีวงศ, 2560)

ความหลากหลายในหลาย ๆ ด้านในประเทศไทย ทั้งวัฒนธรรม ประเพณี หรือความเป็นไทยต่าง ๆ มีรากฐานมาจากศาสนาพุทธ มาจากวิถีของศาสนาพุทธ เกือบทั้งหมด วิถีไทย วิถีพุทธ นำเสนอให้เห็นถึงวิถีซึ่งเป็นการดำรงอยู่ของศาสนาพุทธคู่วิถีไทย จนเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้แล้ว ซึ่งเป็นสิ่งที่ล้นเกล้าล้นกระหม่อมใจ ของชาวไทยพุทธอย่างแท้จริง

ดังนั้น ผู้ศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญของพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดศรีวงศ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ว่าเป็นอย่างใด องค์กรประกอบใดที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อที่จะทำให้ได้ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และแนวโน้มของธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาไปพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งนำข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ มาประกอบและการปรับปรุง พัฒนาวัดศรีวงศ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับทางวัด องค์กรต่าง ๆ และหน่วยงานราชการ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถที่จะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสถานท่องเที่ยวและการให้บริการให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้วัดศรีวงศ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน และอยู่คู่จังหวัดนครสวรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดศรีวงศ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อวัดศรีวงศ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประเทศไทยมีการจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท โดยเอาแนวทางสากลมาปรับใช้ (วรรณ วรชวานิช, 2546) ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ (Inbound Tourism) คือนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทยเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) คือการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในประเทศไทยและเดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศ

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทยเดินทางออกไปยังประเทศอื่น จากโครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) ที่ได้มีการสำรวจในปี 2552 ทั้งในด้านของการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามและการสัมภาษณ์แบบ Face-to-face 900 ราย และเก็บข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (On-line Survey) 600 ราย ซึ่งผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม และข้อมูลเอกสารด้านแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศพบว่าขั้นตอนและพัฒนาการของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกันเป็นอย่างมากกับทฤษฎีความต้องการเพื่อการดำรงชีวิตของมาสโลว์ โดยแรงจูงใจพื้นฐานเบื้องต้นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเป็นความต้องการเติมเต็มทางด้านกายภาพ เช่น ความต้องการพักผ่อน

ทางร่างกายเกิดความ “รู้สึกอิสระ” (Freewill=อิสระ แห่งกายและจิต) ซึ่งเป็นความคาดหวังที่สำคัญยิ่งของผู้ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยรู้สึกผ่อนคลายจากความแตกต่างของสถานที่ท่องเที่ยวจากรูปแบบปกติในการดำรงชีวิตประจำวัน ต่อมา คือ แรงจูงใจที่ต้องการความมั่นใจด้านความปลอดภัย โดยพบว่ากลุ่มคนที่มีภาระผูกพัน คือ พ่อแม่ที่มีลูกเล็ก หรือลูกที่พาพ่อแม่เดินทาง มีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มคนที่ในวัยกำลังศึกษาหรือเพิ่งเริ่มทำงาน และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มักไปเที่ยวที่เดิม ๆ ที่ตนเองคุ้นเคย ขึ้นต่อมา คือ แรงจูงใจเพื่อตอบสนองความต้องการให้คนที่ตนรักมีส่วนร่วมรับรู้ถึงความสุขหรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกระชับความสัมพันธ์ และเพิ่มพูนความรักระหว่างสมาชิกในครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน และหากพบว่าคนที่ตนรัก และต้องการให้ร่วมเดินทางด้วยไม่สามารถเดินทางได้ การเดินทางอาจถูกยกเลิก หรือต้องเลื่อนแผนการเดินทาง ส่วนในชั้นแรงจูงใจที่ต้องการแบ่งปัน เพื่อแสวงหาความยอมรับนับถือและแรงจูงใจ ในการแสวงหาตัวตน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่สามารถระบุได้ว่ามีความก้าวหน้าถึงขั้นที่ใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการแบ่งปัน และแสวงหาการยอมรับนับถือ หรือเพื่อแสวงหาตัวตนซึ่งเป็นขั้นสูงสุดของมาสโลว์

แนวคิดด้านความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545) ได้อธิบายแนวคิดด้านการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าไว้ดังนี้ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังนั้นเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีต

ของผู้ซื้อ ซึ่งมีความคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ถ้าผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ และถ้าผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

นักการตลาดจะต้องค้นหา และวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด (Marketing Concept) สำหรับวิธีการติดตาม และวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถกระทำได้ด้วยวิธีต่าง ๆ ดังนี้

1) ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion System) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ธุรกิจนิยมใช้ ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

2) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) อาจเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าโดยการวิจัยตลาดวิธีนี้องค์กรจะต้องเตรียมแบบสอบถาม เพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยทั่วไปลูกค้ามักไม่สนใจวิธีแรก แต่ส่วนใหญ่มักเปลี่ยนไปซื้อ จากผู้ขายหรือผู้ให้บริการรายอื่นแทนที่จะเสนอแนะคำติชม ซึ่งเป็นผลให้องค์กรต้องสูญเสียลูกค้า เทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

(1) การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction) ที่มีต่อบริการโดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน อาทิ ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง เป็นต้น

(2) การถามลูกค้าว่าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือไม่อย่างไร

(3) การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้บริการ พร้อมทั้งเสนอแนะประเด็นต่าง ๆ ที่ควรแก้ไขปัญหานั้น เรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem Analysis)

(4) การถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่าง ๆ ของการบริการ เรียกว่าการให้คะแนนการทำงานการบริการ (Service Performance Rating) วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของการบริการ

(5) การสำรวจความตั้งใจในการซื้อ หรือใช้บริการของลูกค้า (Repurchase Intention)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน (Infinite Population) การใช้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ William.G. Cochran (1997: 76) โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 มีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 สัดส่วนของประชากรที่จะทำการสุ่ม 0.5 คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสูตร ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{d^2}$$

- n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม โดยกำหนด 50% (0.5)
 Z = ความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ 95% มีค่าเท่ากับ 1.96 (ผิดพลาด 5%)
 d = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

$$\text{แทนสูตร } n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.5(0.5)(3.84)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

ฉะนั้นได้กลุ่มตัวอย่าง = 384

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาด และได้ให้ระดับความเชื่อมั่นงานวิจัยครั้งนี้จึงเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ การรับข้อมูลเกี่ยวกับวัดศรีวังค์ วิธีการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ที่เลือกมาท่องเที่ยว วัดศรีวังค์ บุคคลที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยววัดศรีวังค์ฯ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยววัดศรีวังค์ฯ ต่อคน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ และด้านความปลอดภัย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการวัดประเมินค่าตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scale)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ คือ การเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ คือ หนังสือ ตำรา เอกสารประกอบการสอน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ต่าง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั้งหมดถูกนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมชุดสถิติสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์ แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ จำนวน และ ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ สถิติที่ใช้คือ จำนวน และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ (Frequency), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวัดประเมินค่าตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

5 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจมากที่สุด

4 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจมาก

3 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจปานกลาง

2 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจน้อย

1 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความว่า

พึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แปลความว่า

พึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แปลความว่า

พึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แปลความว่า
พึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความว่า
พึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานที่ดำเนินการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูลบริเวณภายในวัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย ตั้งแต่ เดือน พฤษภาคม - ตุลาคม 2561

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่วัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 และเพศหญิง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมา คือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 อายุ 12 - 20 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ

48.50 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ส่วนใหญ่เป็น อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 151 คน คิดเป็น ร้อยละ 37.75 รองลงมา คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 อาชีพเกษตรกร จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และส่วนใหญ่มียาได้ต่ำกว่า 5,001 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมา คือ รายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 รายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 รายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.50 และรายได้ 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

2. ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อวัดศรีวงค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัด นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ วัดศรีวงค์ฯ จากญาติ/เพื่อนแนะนำ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมา คือ การ ประชาสัมพันธ์ของจังหวัด จำนวน 78 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.50 วารสารท่องเที่ยว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 อินเทอร์เน็ต จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และข่าวทางวิทยุ โทรทัศน์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ส่วนใหญ่

เดินทางโดยรถส่วนตัว จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 รองลงมา คือ รถรับจ้าง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 บริการนำเที่ยว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพร จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา คือ เพื่อพักผ่อน หย่อนใจ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 เพื่ออบนบานสานกล่าว/แก้บน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และอื่น ๆ คิด เป็นร้อยละ 0.25 ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยววัดศรี วงค์กับเพื่อน จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือ ญาติ พี่น้อง จำนวน 103 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.75 บิดา-มารดา จำนวน 46 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.50 คู่สมรส จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อย ละ 7.75 และอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และส่วนใหญ่มักใช้จ่ายในการเดินทาง ท่องเที่ยววัดศรีวงค์ ต่ำกว่า 250 บาทต่อคน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา ประมาณ 251 - 500 บาท ต่อคน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อย ละ 16.50 ประมาณ 501 - 750 บาทต่อคน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และ ประมาณ 751 - 1,000 บาทต่อคน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

3. ข้อมูลระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดศรีวงค์ อำเภอเมือง นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในแต่ละด้าน มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. บรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความร่มรื่น สงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อน และทำบุญ	4.00	พึงพอใจมาก
2. สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่มหรือน้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี	3.61	พึงพอใจมาก
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.91	พึงพอใจมาก
4. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและความเหมาะสมในการจัดสถานที่ได้อย่างเหมาะสม	4.25	พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและความเหมาะสมในการจัดสถานที่ได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาด้านบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความร่มรื่น สงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อน และทำบุญ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) และด้านมีคุณภาพ ใช้การได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยมีเฉลี่ยรวมของด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 ด้านราคาสินค้าและบริการ

ด้านราคาสินค้าและบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/มีความสะอาด	3.67	พึงพอใจมาก
2. ร้านจำหน่ายสังฆทาน และสัตว์ปล่อย มีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม	3.80	พึงพอใจมาก
3. ในเรื่องการสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย/สัญลักษณ์การให้ความรู้ เช่น แผ่นพับเอกสาร และอื่น ๆ	3.56	พึงพอใจมาก
4. เจ้าหน้าที่ร้านค้าให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี	3.80	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ร้านค้าให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีระดับคะแนนเท่ากับ ด้านร้านจำหน่ายสังฆทาน และสัตว์ปล่อย มีจำนวนเพียงพอและราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีจำนวน

เพียงพอและราคาเหมาะสม มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.67) และด้านการสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย/สัญลักษณ์การให้ความรู้ เช่น แผ่นพับเอกสาร และอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของด้านราคาสินค้าและบริการอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ด้านการคมนาคม

ด้านการคมนาคม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวก/ ปลอดภัย/ มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	3.75	พึงพอใจมาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีการบริการรถโดยสารประจำทาง (รถสี่ล้อแดง/ รถตุ๊กตุ๊ก/ อื่น ๆ)	3.40	พึงพอใจปานกลาง
3. สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้ตัวเมือง การเดินทางเดินจึงสะดวกสบาย	3.66	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ด้านการคมนาคมในเรื่องของการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวก/ ปลอดภัย/ มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา คือด้านสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้ตัวเมือง การเดินทางเดินจึงสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้

ตัวเมือง การเดินทางเดินจึงสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) และด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีการบริการรถโดยสารประจำทาง (รถสี่ล้อแดง/ รถตุ๊กตุ๊ก/ อื่น ๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของด้านการคมนาคมอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4 ด้านการบริการ

ด้านการบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	3.72	พึงพอใจมาก
2. มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/ เพียงพอ/ สะดวกต่อการใช้งาน	3.59	พึงพอใจมาก
3. มีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากร หรือป้ายประกาศ หรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน	3.85	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ด้านการบริการในเรื่องของคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาจะเป็นในเรื่องของด้านระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม(ค่าเฉลี่ย 3.72) และ

ด้านในเรื่องของการบริการห้องน้ำ-ห้องสุขาที่สะอาด/ เพียงพอ/ สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของด้านการบริการอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 5 ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย	3.90	พึงพอใจมาก
2. การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย/ปลอดภัย	3.84	พึงพอใจมาก
3. ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	3.87	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ด้านมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาจะเป็นในเรื่องของภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.87) และเรื่องของการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย /ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของด้านความปลอดภัย อยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญมาใช้ในการอภิปรายผลการศึกษ ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่มีต่อวัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน เมื่อพิจารณาผลโดยรวมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อม (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด รองลงมา ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.87) ด้านการคมนาคม (ค่าเฉลี่ยรวม 3.75) ด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) และด้านราคาสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.70) มีระดับความพึงพอใจมากเท่ากันตามลำดับ ในแต่ละด้านมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว	ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม
ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม	3.94
ด้านความปลอดภัย	3.87
ด้านการบริการ	3.72
ด้านราคาสินค้าและบริการ	3.70
ด้านการคมนาคม	3.60

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม พบคือ นักพิราบที่มีจำนวนมาก บางครั้งมูลนก ส่งกลิ่นเหม็น อีกทั้งทางขึ้นไปยัง

วัดศรีวงศ์ค่อนข้างมีความชัน นักท่องเที่ยวที่ขับรถไปเองต้องมีความชำนาญในการขับรถขึ้นไป

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 มีรายได้ต่ำกว่า 5,001 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ซึ่งสอดคล้องกับฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้กล่าวไว้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ โดยนักท่องเที่ยวจะมีความต้องการมีอำนาจซื้อ และเต็มใจจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ที่กำหนดในเวลานั้น

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำประเด็นสำคัญมาใช้ในการอภิปราย ผลการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัดศรีวังค์ จากญาติ/เพื่อนแนะนำ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพร จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยววัดศรีวังค์กับเพื่อน จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยววัดศรีวังค์ต่ำกว่า 250 บาทต่อคน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50

ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและความเหมาะสมในการจัดสถานที่ ได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.25) สอดคล้องกับการศึกษาของ วรพร ฉายากี้ (2557) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมในระดับมาก และรายด้านคุณค่าทางศิลปกรรม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้วัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นวัดที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และมีบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ดี จึงเหมาะต่อการพักผ่อน และทำบุญ

ด้านราคาสินค้าและบริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านราคาสินค้าและบริการมากที่สุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.80) สอดคล้องกับการศึกษาของ ทศน์วรรณ วิบุษกษมานนท์ (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวในระดับมาก

ด้านการคมนาคม

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการคมนาคมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.85) คือ ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวก ปลอดภัย และมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ พัศตร์ หิรัญญการ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจขององค์ประกอบเกือบทุกด้านของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบ

ด้านการบริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านการบริการมากที่สุด คือ ด้านการบริการในเรื่องของคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.85) สอดคล้องกับการศึกษาของ เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์ พูนสุข ญัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจเรื่องความเหมาะสมของกิจกรรมทางวิชาการ เช่น การบรรยาย ประวัติความเป็นมา การแสดงนิทรรศการ และการสาธิตการผลิตและการแปรรูปสินค้า เป็นต้น แต่ทั้งนี้ วัดศรีวิวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ มีพระภิกษุสงฆ์จำวัดอยู่เป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีเวลาเปิด-ปิด ทำการเป็นเวลาเพื่อพระภิกษุสงฆ์ที่จำวัดอยู่ได้ทำวัตร และเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ไปปฏิบัติได้ทำสมาธิ

ด้านความปลอดภัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านความปลอดภัย มากที่สุด คือ ด้านมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจ พบว่านักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ในระดับปานกลาง เนื่องจากวัดศรีวิวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ต้องมีสถานที่จอดรถที่มีความปลอดภัย เพื่อรักษาทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ที่มาท่องเที่ยวยังวัดศรีวิวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดศรีวิวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลการวิจัยโดยรวมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังวัดศรีวิวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อวัดศรีวิวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่าการประเมินในด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มีความพึงพอใจมาก และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญในด้านบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความร่มรื่น สงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อนและทำบุญ และด้านการคมนาคม พบว่า มีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ทั้งนี้ควรมีการปรับปรุงและพัฒนา เพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยังวัดศรีวิวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เพิ่มขึ้น และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

กติกาสัมภาษณ์

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความอนุเคราะห์เป็นอย่างยิ่งจากนักท่องเที่ยวผู้ให้ความร่วมมือ และสละเวลาในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน รวมถึงคณะกรรมการวัดศรีวิวงศ์ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวที่วัดศรีวิวงศ์ หายที่สุด ผู้วิจัยขอขอบพระทัยอันพึงมีจากงานวิจัยฉบับนี้ แต่วัดศรีวิวงศ์ และผู้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กองเลขานุการวัดคีรีวงศ์. (2560). *ประวัติวัดคีรีวงศ์*. สืบค้น 30 พฤษภาคม 2561, จาก www.watkiriwong.net
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). *ททท. แฉลงแผนการตลาดท่องเที่ยวประจำปี 2554*. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561, จาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=95300>
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์. (2545). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน*. (วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข, ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ, ไพวรรณ เกาศรี และสุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2556). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง 2556. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 16, 142-154.
- พัสดร์ หิรัญญการ. (2554). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม*. (ค้นคว้าอิสระหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรพร ฉายกี. (2557). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสขณาฬัยจังหวัดสุโขทัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณ วังวานิช. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2545). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- Cochran, William. G. (1997). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley and Sons.
- William.G. Cochran. (1997). *Sampling Techniques*. A Wiley publication in applied statistics Wiley series in probability and mathematical statistics. Wiley Eastern

