



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ชารทอง โกมลวานิช. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา  
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี, ดร.สิริภา นามเมืองรักษ์

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยว และระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยว ที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร 2) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยว ที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จำแนกตามพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยว และ3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยว ที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ ค่าที ค่าเอฟ ค่าแอลเอสดี และค่าไคสแควร์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยว ที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ส่วนใหญ่ รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจาก ครอบครัวพามาเที่ยว/เพื่อนแนะนำ มีเหตุผลที่เข้ามาเพื่อต้องการไหว้พระ มีความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว 2 - 4 ครั้ง ช่วงเวลาที่มาคือ วันเสาร์-อาทิตย์ เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว การท่องเที่ยวครั้งนี้มุ่งเน้นใช้จ่าย 501-1,000 บาท มีความสนใจ ชมภูมิทัศน์/สถานที่ และจะกลับมาท่องเที่ยวอีก 2) ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการบริการ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านผลิตภัณฑ์ทางหัตถกรรม ผู้เข้ามาท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผู้เข้ามาท่องเที่ยว ที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และภูมิลำเนา ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นที่มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ด้านสถานที่ และด้านผลิตภัณฑ์ทางหัตถกรรม แตกต่างกัน ผู้เข้ามาท่องเที่ยว ที่มีกรรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว ความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ มีความสนใจสิ่งใดมากที่สุดสำหรับการมาเที่ยวชม การกลับมาท่องเที่ยวอีก ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นที่มีต่อระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ แตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Tharnthong Komolvanich. (2012). **Satisfaction of Tourists towards the Royal Folk Arts and Crafts Center at Bang Sai of Her Majesty Queen Sirikit in Phranakhon Si Ayutthaya Province.** Master Thesis, M.B.A. (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisory Committee: Associate Professor Dr.Apinan Jantane, Dr.Siripa Namuangruk.

## ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) study behavior of tourists and their levels of satisfaction while visiting the Royal Folk Arts and Crafts Center at Bang Sai, 2) compare their levels of satisfaction divided by their personal factors and their behavior, and 3) analyze the relationship between their personal factors and behavior. The instrument was a questionnaire. The sample group consisted of 400 tourists touring at the Royal Folk Arts and Crafts Center at Bang Sai in Phranakhon Si Ayutthaya province. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F- test and Chi-square by setting the significant level of .05.

The findings revealed that:

1. Most tourists know this tourist attraction from their families and friends and want to show their respect to the Buddha images. The frequency of visit is 2-4 times and they visit during the weekends. They come by bus and spend about 501-1,000 baht. They are also interested in scenery and want to come back again.
2. As a whole, the levels of satisfaction towards location, services, facilities and handicrafts are at a high level. The tourists with various genders, education backgrounds, monthly incomes, marital status, and domiciles have different satisfaction levels of location and handicrafts. The tourists who know this center, frequencies of visit, periods of visit, expenses, their highest interests and their next visit have different satisfaction levels of facilities and services.
3. Their personal factors have relationship with their behavior.