



พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

โดย

นางพัชราพรรณ สกลวงศ์วิวัฒน์

วันที่..... 7 เม.ย. 2552 .....
เลขทะเบียน..... 011347 ..... ๑.๒ .....

ภาพ.

658,834291092

พ 517 ๗

ม.ก.ร. ๕๕๓๗,

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2551

**Behavior and Satisfaction of Tourists in Samutsongkram**

**By**

**Mrs. Patcharapan Sakulwongwiwat**

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the  
Requirements for the Master Degree of Communication Arts  
Department of Tourism and Entertainment Communication**

**Faculty of Communication Arts**

**KRIRK UNIVERSITY**

**2008**

มหาวิทยาลัยเกริก  
คณะนิเทศศาสตร์  
สารนิพนธ์  
ของ  
นางพัชราพรรณ สกุลวงศ์วิวัฒน์

เรื่อง  
พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 20 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2551

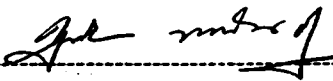
ประธานกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการสารนิพนธ์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์อรทัย ศรีสันติสุข)

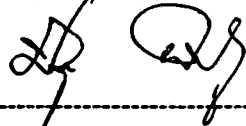
กรรมการสารนิพนธ์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

กรรมการสารนิพนธ์

  
-----  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น)

กรรมการสารนิพนธ์

  
-----  
(อาจารย์มุกดา อารยะเศรษฐากร)

หัวหน้าสาขาวิชา

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

ฉบับคณานิเทศศาสตร์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

**หัวข้อสารนิพนธ์**

**พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย  
ที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม**

**ชื่อผู้เขียน**

**นางพัชราพรรณ อดุลวงศ์วิวัฒน์**

**สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย**

**สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/  
คณะนิเทศศาสตร์/มหาวิทยาลัยเกริก**

**อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์**

**รองศาสตราจารย์ ดร. สมควร กวียะ**

**ปีการศึกษา**

**2550**

**บทคัดย่อ**

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงครามในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน อาชีพ รายได้
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและ ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

วิธีการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research)เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว(One-Shot Case Study)โดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ทำการวิจัยได้สุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามทั้งที่พักค้างคืนและไม่พักค้างคืนด้วยตนเอง ในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2551 จำนวน 200 คน และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 200 ฉบับ การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลวิจัยพบว่า

1.กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ26-35 ปี และมีที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร มีอาชีพพนักงานธนาคาร/ออฟฟิศ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-

20,000 บาท มีความสนใจมาเที่ยวชมหิ้งห้อย ตลาดน้ำ และรับประทานอาหาร มากที่สุด และมีแนวโน้มจะกลับมาเที่ยวอีกภายในเวลา 6 เดือน

2.นักท่องเที่ยวไทยที่มาจังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีเพศ อายุ อาชีพและรายได้ต่อเนื่อง มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน

3. กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะแก่นักท่องเที่ยวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เสนอแนะว่า จังหวัดสมุทรสงครามควรมีการปรับปรุงในเรื่องการรักษาความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น รองลงมาเสนอแนะว่าควรมีการเพิ่มสถานที่จอดรถนักท่องเที่ยวและควรมีการรณรงค์รักษาวัฒนธรรมความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้คงไว้ตลอดไป

## กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความตั้งใจทำเป็นอย่างมาก ซึ่งกว่าจะเป็นงานวิจัยฉบับนี้ได้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร. สมควร กวียะ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น เป็นอย่างยิ่ง ที่คอยแนะนำ ให้คำปรึกษา และ ตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาด เพื่อให้เป็นงานวิจัยที่สมบูรณ์

ผู้วิจัยรู้สึกภาคภูมิใจกับงานวิจัยเล่มนี้เป็นอย่างมาก และเพิ่งเข้าใจถึงคำว่า ความเหน็ดเหนื่อย ความท้อแท้ การต่อสู้ฟันฝ่า และการประสบความสำเร็จ ความรู้สึกเหล่านี้คือสิ่งที่ผู้วิจัยได้รับจากการทำงานวิจัย นอกจากนี้การทำวิจัยยังช่วยทำให้เป็นคนที่ช่างสังเกต และรอบคอบ เพิ่มมากขึ้น

ขอบคุณเวปไซด์ ภูเก็ต คอทคอม แม่กลองทุเคย์ คอทคอม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีข้อมูลมากมายให้ข้าพเจ้าสืบค้นเรื่องราวต่างๆ ขอขอบคุณนักทฤษฎีทุกท่านที่คิดทฤษฎีมาเพื่ออธิบายทุกสาเหตุให้มีข้อสรุป

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัวของผู้วิจัย ที่คอยให้กำลังใจ เป็นห่วง ลูกสาวและลูกชายที่ไปช่วยลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลและแจกแบบสอบถาม ช่วยพิมพ์งานแทนให้ในบางบท ทุกคนเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัย ฝ่าฟันอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นตลอดเวลาในการทำงานวิจัย และที่ขาดไม่ได้คือ สามีนที่น่ารักของผู้วิจัยที่คอยรับฟังปัญหาที่ระบายให้ฟัง โดยให้กำลังใจทุกครั้ง และพยายามบอกให้สู้ต่อไป จนมาถึงวันนี้ งานที่งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์.

พัชราพรรณ สกลวงศ์วิวัฒน์

มหาวิทยาลัยเกริก

ปี พ.ศ 2550

## สารบัญ

	หน้า	
<b>บทคัดย่อ</b>	(1)	
<b>กิตติกรรมประกาศ</b>	(3)	
<b>สารบัญตาราง</b>	(6)	
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	5
	1.3 ขอบเขตของการวิจัย	5
	1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
	1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	6
<b>บทที่ 2</b>	<b>แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	8
	2.1 แนวคิดและทฤษฎี	8
	2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
	2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย	23
	2.4 สมมุติฐานในงานวิจัย	24
<b>บทที่ 3</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>	25
	3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล	25
	3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
	3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
	3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
	3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	27

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4</b>	
<b>ผลการศึกษา</b>	29
4.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพของผู้รอกแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว ไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม	30
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม	32
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อ จังหวัดสมุทรสงคราม	35
4.4 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อที่มีจังหวัดสมุทรสงคราม	37
<b>บทที่ 5</b>	
<b>สรุปผลอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b>	47
5.1 สรุปผลจากการวิจัย	49
5.2 อภิปรายผล	52
5.3 ข้อเสนอแนะ	54
<b>ภาคผนวก</b>	56
ก แบบสอบถาม	57
ข ภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสมุทรสงคราม	62
<b>บรรณานุกรม</b>	70
<b>ประวัติการศึกษา(และการทำงาน)ของผู้เขียน</b>	71



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แยกตามข้อมูลส่วนบุคคล	30
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวใน จังหวัดสมุทรสงคราม	32
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง	35
4.4	เปรียบเทียบความแตกต่าง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงครามตามเพศ รายได้	37
4.5	เปรียบเทียบความแตกต่าง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงครามตามอายุ รายค้า	38
4.6	เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัด สมุทรสงครามตามอายุ ด้านการเดินทาง	39
4.7	เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงครามตามที่อยู่ปัจจุบัน รายค้า	40
4.8	เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงครามตามอาชีพ รายค้า	41
4.9	เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัด สมุทรสงครามตามอาชีพ ด้านการบริการทั่วไป	42
4.10	เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัด สมุทรสงครามตามรายได้คือเดือน รายค้า	43
4.11	เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัด สมุทรสงครามตามรายได้คือเดือน ด้านการเดินทาง	44
4.12	จำนวนและร้อยละ ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม	45
4.13	จำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามของ นักท่องเที่ยวไทย	46

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

คำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างและมิได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเรีงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกันเท่านั้น หากยังเป็น การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้องซึ่งก็นับเป็นการท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นภาพใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจทางการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก หากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เป็นรายการเดี่ยวๆ (Single Item) ด้วยกัน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจบริการที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถดึงดูดเงินตราจากนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องไปถึงธุรกิจบริการอื่นๆอีกหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท สปา โรงพยาบาล การบิน อาหาร รวมทั้งก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในประเทศ ตั้งแต่ระดับบนจนถึงระดับล่าง

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เปรียบอุตสาหกรรมอื่นๆ ตรงที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะไม่สิ้นเปลืองสูญหาย หากมีการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผนพัฒนาอย่างมีระบบ อีกทั้งยังไม่ต้องลงทุนด้านการขนส่งเพื่อนำผลผลิตออกไปขาย แต่ผู้ซื้อจะเดินทางมาซื้อถึงที่ จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนไม่มากแต่ผลตอบแทนสูงและในระยะสั้น ดังนั้น การซื้อสินค้าและบริการนักท่องเที่ยว จึงถือได้ว่าเป็นสินค้าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของเงินตราที่สำคัญยิ่ง การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศแล้ว ยังช่วยสร้างงานอาชีพอีกหลายแขนง และเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอีกด้วย นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความเครียดควบพร้อม ๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น

ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในระยะต่างๆจากฉบับที่ 6 ช่วงปี พ.ศ. 2530-2531 จนถึงฉบับที่ 10 ซึ่งจะสิ้นสุดลงในปี 2554 นั้น นอกจากจะมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแล้ว วัตถุประสงค์ของการพัฒนา ยังตั้งเป้าหมายที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสังคมและวัฒนธรรมไทย โดยมุ่งเน้นที่จะอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามและโบราณสถานต่างๆด้วย

ปัจจุบัน สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวมีมากมายหลายอย่าง และจังหวัดสมุทรสงครามซึ่งอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไม่มากนัก ปรากฏว่ามีสิ่งดึงดูดความสนใจมากมายเช่นกัน นักท่องเที่ยวที่ได้มาเที่ยวชมความงามของจังหวัดสมุทรสงคราม เมื่อกลับไปแล้ว อดไม่ได้ที่จะบอกเล่าถึงความงามและความประทับใจ ให้เพื่อนฝูงและญาติมิตร ได้มีโอกาสมาเที่ยวชม

จากข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมา นับตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2547 จังหวัดสมุทรสงคราม มีนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวไทยให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งในวันธรรมดาและวันหยุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันหยุดมีนักท่องเที่ยวประมาณ 3,000-5,000 คน และในช่วงเทศกาลต่างๆเพิ่มสูงขึ้นถึง 5,000-8,000 คน (วิไลลักษณ์ รัตนะเพชรธัมมะ, 2549) แต่ในปัจจุบันนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวเริ่มน้อยลง และมีจำนวนมากเฉพาะในวันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์เท่านั้น ซึ่งอาจจะมีสาเหตุ มาจากองค์ประกอบในหลายๆด้าน เช่น จังหวัดขาดการประสานงานที่ดีกับภาคเอกชน ในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมไม่น่าสนใจ การเดินทางไม่สะดวก ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากไม่เร่งหาทางแก้ไขอาจเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มีผลกระทบโดยตรงต่อนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามได้

### ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดสมุทรสงคราม

เสน่ห์ของแม่กลองมีแหล่งท่องเที่ยว คลาน้ำยามเย็นอัมพวา หิ่งห้อย มีปลาทุอร้อย วิถีชีวิตผู้คนจะมีความสุข เขือกเขิน วิวทิวทัศน์มากมาย ภัตตาคารไม่มี จะมีบ้างก็เล็กๆน้อยๆ คนแม่กลองเป็นชาวสวน 80 เปอร์เซ็นต์ 15 เปอร์เซ็นต์เป็นประมงพื้นบ้าน และประมงนอกชายฝั่ง อีก 5 เปอร์เซ็นต์ประกอบอาชีพอื่นๆ ดังนั้น อาชีพของชาวบ้านอยู่ในระดับพอเพียงสบายๆ รายได้ต่อหัว 68,000 บาท ต่อปี ไม่ธรรมดา ชีวิตของเขามีความสุข (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, วันที่ 7 กันยายน 2550)

จังหวัดสมุทรสงคราม เมืองหอยหลอด ยอดลิ้นจี่ มีอุทยาน ร.2 แม่กลองไหลผ่าน นมัสการหลวงพ่อบ้านแหลม นี่คือการเที่ยวประจำจังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดที่เล็กที่สุดในประเทศไทยแห่งนี้ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร เพียง 63 กิโลเมตรเท่านั้น มีพื้นที่ 416 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองสมุทรสงคราม อำเภออัมพวา และอำเภอบางคนที ประกอบไปด้วย 36 ตำบล 284 หมู่บ้าน มีแม่น้ำแม่กลองเป็นเสมือนเส้นชีวิตของชาวจังหวัด

สมุทรสงคราม ไหลผ่านจังหวัดกาญจนบุรีราชบุรี และสมุทรสงครามซึ่ง เป็นแม่น้ำที่ยังมีสภาพดี มากแห่งหนึ่งในประเทศไทย

จังหวัดสมุทรสงคราม อาณาบริเวณแห่งลุ่มแม่น้ำแม่กลองคืออ่าวไทยใกล้ กรุงเทพมหานคร ดินแดนแห่งอารยธรรมไทยสมัยรัตนโกสินทร์คอนต้นที่ยังคงรักษาวิถีชีวิตไทย แห่งชุมชนสายน้ำให้ดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน ได้เป็นอย่างดีทั้งยังมีความเป็นธรรมชาติอันอุดม สมบูรณ์ เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจให้กับทุกคนที่เดินทางมาเยี่ยมชมนอกจากนี้ ยังมีสิ่ง มหัศจรรย์ และกิจกรรมน่าค้นหามากมายทั้งบ้านทรงไทย โฮมสเตย์ กระดานเลนปลูกป่า ล่องเรือ ชมหิ่งห้อย ปูก้ามดาบริมคลอง ลิงแสมป่าชายเลน คอนหอยหลอด ฯลฯ

ความสำคัญของจังหวัดสมุทรสงครามนั้น มีหลายประการ ทั้งในเรื่องประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม สถานท่องเที่ยวตามธรรมชาติ การดำรงชีวิต วิถีชีวิตแบบไทย ๆ และที่สำคัญ เหนืออื่นใด คือ ความสำคัญต่อประวัติศาสตร์พระราชวงศ์ของไทย จังหวัดสมุทรสงครามเป็นเมือง พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 และเป็นเมืองของ พระราชินีของไทยถึงสองพระองค์ คือ สมเด็จพระอัมรินทรามาตย์ในรัชกาลที่ 1 และสมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี ในรัชกาลที่ 2 ส่วนอาณาเขตของจังหวัดสมุทรสงครามนั้น ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดราชบุรี ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดเพชรบุรีและอ่าวไทยทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัด เพชรบุรี และราชบุรีและทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาคร

### รายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

#### แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางธรรมชาติ

1. ตลาดน้ำยามเย็น
2. ตลาดน้ำท่าคา
3. คอนหอยหลอด
4. ป่าชายเลน

#### แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรม-ประเพณี

1. งานนมัสการและสงฆ์หลวงพ่อบ้านแหลม(ประเพณีวันสงกรานต์)
2. งานประเพณีเข้าและออกพรรษา
3. งานประเพณีลอยกระทง
4. งานประจำปีวัดเขายี่สาร
5. งานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย

6. งานวันลิ้นจี่
7. งานส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่
8. เทศกาลกินปลาทุ

### แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางโบราณสถาน-โบราณวัตถุ

1. ค่ายบางกุ้ง
2. ชุมชนยี่สาร
3. บ้านแมวไทย
4. อาสนวิหาร(โบสถ์คริสต์)
5. วัดเพชรสมุทรวรวิหาร
6. วัดอัมพวันเจติยาราม
7. โบสถ์ในต้นไม้(Unseen in Thailand)

นอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยว ยังสามารถท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามได้ตลอดทั้งปีและทุกฤดูกาลเพราะจังหวัดสมุทรสงครามมีโครงข่ายแม่น้ำลำคลองที่เชื่อมโยงถึงกัน สภาพภูมิทัศน์ริมสองฝั่งแม่น้ำแม่กลองและคลองต่างๆ ยังมีความสวยงามร่มรื่น มีวัดต่างๆ และบ้านเรือนผู้คนเรียงรายอยู่สองฝั่งแม่น้ำลำคลองสลับกับคันลำพูและคันจาก มีฉากหลังคือต้นมะพร้าว แยกจากแม่น้ำแม่กลองเข้าสู่คลองซอยต่างๆ จะเห็นสวนมะพร้าว สวนส้มโอ สวนลิ้นจี่ที่อุดมสมบูรณ์ การล่องเรือชมหิ่งห้อยในเวลากลางคืนก็เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งซึ่งนักท่องเที่ยวที่พักผ่อนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งจุดชมหิ่งห้อยก็มีอยู่หลายแห่งตั้งแต่บริเวณสองฝั่งแม่น้ำแม่กลองบริเวณใกล้เชิงควมืองอัมพวา สองฝั่งคลองผีหลอกที่อยู่ต่อกับคลองอัมพวา และสองฝั่งคลองคะเคียนที่มีหิ่งห้อยมากที่สุด นอกจากนี้จังหวัดสมุทรสงครามยังมีเทศกาลงานประเพณีที่น่าสนใจอีกมากมาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปได้ท่องเที่ยวตลอดทั้งปีอีกด้วย เช่น งานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย จัดขึ้นในช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ ณ.บริเวณ อุทยานพระบรมราชานุสรณ์พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (อุทยาน ร.๒) มีการแสดงโขนกลางแจ้ง การสาธิตทำอาหารไทยโบราณ นิทรรศการเกี่ยวกับการจัดสวนไทย การละเล่นพื้นบ้าน การจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม รวมทั้งสินค้าพื้นเมืองต่างๆ ,งานวันลิ้นจี่ จัดขึ้นในช่วงเดือนเมษายน เฉพาะในปีที่ลิ้นจี่ออกผลในบริเวณเมืองอัมพวา มีการประกวดผลไม้ชนิดต่างๆ ประกวดธิดาชาวสวน จำหน่ายผลไม้ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และสินค้าพื้นเมือง ,งานส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่ จัดขึ้นในช่วงปลายเดือนสิงหาคมในบริเวณเมืองอัมพวา นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อส้มโอพันธุ์ชนิด

ต่างๆ ในราคาข่อมเขา มีนิทรรศการเกี่ยวกับการเกษตรและสิ่งที่น่าสนใจอื่นๆ, งานประจำปีวัดเขายี่สาร จัดขึ้นช่วงเดือนธันวาคม ณ วัดเขายี่สาร, งานนมัสการและสงฆ์น้ำหลวงพ่อบ้านแหลม จัดขึ้นในระหว่างวันที่ ๑๓-๑๕ เมษายน ที่วัดเพชรสมุทรวรวิหาร อำเภอเมืองสมุทรสงคราม, เทศกาลกินปลาทุ หอการค้าจังหวัดสมุทรสงครามเป็นผู้จัดงานนี้ขึ้น ภายในงานมีการออกร้านจำหน่ายอาหารที่ปรุงมาจากปลาทุชนิดต่างๆ มากมาย นอกจากนี้ยังสามารถซื้อปลาทุหนึ่งหรือปลาทุสด ซึ่งปลาทุของจังหวัดสมุทรสงคราม มีรสชาติดี เนื้อนุ่ม เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป และยังมีการจำหน่ายอาหารทะเลทั้งสดและแห้ง ในราคาข่อมเขา จัดขึ้นประมาณปลายเดือนธันวาคม บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัด

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามจะสร้างความรู้สึกระทึกใจและพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด ยังมีอีกหลายปัจจัยที่ภาครัฐและภาคเอกชนของจังหวัดสมุทรสงครามต้องร่วมมือร่วมใจในการเอาใจใส่ดูแลในหลายๆ เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ความสะดวกสบาย ความคุ้มค่า ความปลอดภัยและการรักษาสภาพแวดล้อมในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ หากไม่ได้รับการปรับปรุง แก้ไขและฟื้นฟูดูแลอย่างจริงจัง แน่แน่นอนว่าในอนาคตอันใกล้ จังหวัดสมุทรสงครามอาจได้รับผลกระทบอย่างมากที่ทำให้ต้องสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์อันงดงาม ทรงคุณค่าไปอย่างน่าเสียดาย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน อาชีพ รายได้
3. เพื่อศึกษา ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

จากงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้ศึกษาในขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

2. สถานที่วิจัย ได้แก่ จังหวัดสมุทรสงคราม(อำเภอเมือง,อำเภออัมพวาและอำเภอบางคนที)
3. มีพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ดังนี้
  - 3.1 ด้านการเดินทางสู่จังหวัดสมุทรสงคราม
  - 3.2 ด้านบริการทั่วไปของภาครัฐและเอกชน
  - 3.3 ด้านองค์ประกอบอื่นๆของการท่องเที่ยว
4. ระยะเวลาในการวิจัย มีนาคม-เมษายน 2551

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารทั้งภาคราชการและเอกชนจังหวัดสมุทรสงครามในการปรับปรุงแก้ไข และวางแผนการบริหารพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามมากขึ้น

#### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

##### 1. ตัวแปรต้น

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 อาชีพ
- 1.4 ที่อยู่ปัจจุบัน
- 1.5 รายได้ต่อเดือน

##### 1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ของบุคคลที่เดินทางและพักอาศัยในสถานที่อื่นที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยโดยปกติ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อธุรกิจ และ

เพื่อ วัตถุประสงค์อื่นๆ เป็นเวลาติดต่อกันไม่เกิน 1 ปี ในงานนี้ หมายถึงจังหวัดสมุทรสงคราม

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดสมุทรสงคราม โดยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่ การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่น ที่มีภูมิลำเนา หรือศึกษาอยู่ที่ จังหวัดนั้น ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน

**พฤติกรรม** หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกทุกอย่างของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายใต้ สถานการณ์นั้นๆ ทั้งที่สังเกตได้โดยตรงและสังเกตไม่ได้โดยตรง แต่สามารถวินิจฉัยได้ว่ามี พฤติกรรมหรือไม่โดยการใช้เครื่องมือทดลองหรือทดสอบ

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐาน ของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ และจะเกิดขึ้น ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความ แตกต่างกันไป



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิด ทฤษฎี

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของการศึกษามาเป็นองค์ประกอบในการวางแผน มีดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. แนวคิดและทฤษฎีทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

ก่อนที่จะเกิดการเดินทางท่องเที่ยว มนุษย์เรานั้นจะมีแรงจูงใจที่ไปกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวดังกล่าวอาจเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมต่างๆที่เข้ามากระตุ้น หรือเกิดจากพฤติกรรมความต้องการส่วนตัว หรืออาจเกิดจากทั้ง 2 ประการรวมกัน ซึ่งจากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวต่างๆ มักจะมีความหลากหลายทางด้านความคิด และยังไม่มียุทธวิธีใดที่สามารถอธิบายได้อย่างกระจ่างชัดถึงแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว แต่กระนั้นเป็นที่น่าสังเกตว่าทฤษฎีต่างๆ ที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว มักจะมีแรงจูงใจด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายๆด้านเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ

Abraham H. Maslow(อ้างใน ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ 2542 ;36-39) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) ว่ามาจากข้อสมมติฐานดังนี้

1. มนุษย์เรามีความต้องการอยู่เสมอ และไม่สิ้นสุด ถ้าความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่นก็จะเข้ามาแทนที่โดยไม่มีที่สิ้นสุด ตั้งแต่เกิดจนตาย

2. ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการในระดับต่ำ ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะถูกเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

3. มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุด หรือมากกว่าก่อนและจะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับต่อไป

### ลำดับความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มี 5 ชั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ความต้องการทางด้านกายภาพ ได้แก่ ความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกาย และการดำรงชีวิต เช่น น้ำดื่ม อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน และความต้องการทางเพศ ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต ถ้าไม่ได้รับการตอบสนอง ชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

2. ความต้องการความปลอดภัย ได้แก่ ความปลอดภัยต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อาชญากรรม อันตรายต่างๆ จากการบริโภค และการเดินทางท่องเที่ยว ความมั่นคงในการเดินทางและปรารถนาจะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบ แต่ละบุคคลรู้ถึงข้อจำกัดหรือขอบเขตของพฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับของสังคม

3. ความต้องการได้รับการยอมรับของสังคม ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม การให้และได้รับรักความเป็นมิตร ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน หมู่คณะและสังคม ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ และให้บุคคลอื่นยอมรับในความสำเร็จของตน

4. การต้องการการยกย่องนับถือ ได้แก่ ความต้องการ มีชื่อเสียง มีความรู้ความสามารถความสำเร็จ มีศักดิ์ศรี มีฐานะดี ความเป็นอิสระและเสรีภาพ อยู่ในความหรูหราเป็นที่รู้จัก และได้รับการยกย่อง ความยอมรับนับถือจากบุคคลทั้งหลายในสังคม

5. ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต ได้แก่ ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิด หรือสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้ โดยใช้ความสามารถทุกอย่างที่มีอยู่ เช่น การเป็นผู้บริหารในระดับสูงสุด เป็นผู้นำของประเทศ ซึ่งเป็นความต้องการพิเศษขั้นสูงสุด นึกอยากได้หรืออยากเป็น แต่ในความจริงไม่อาจเสาะแสวงหามาได้ ทั้งนี้แต่ละคนย่อมมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันไป

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ หรือการแสดงออกรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจของมนุษย์ที่เกี่ยวกับการซื้อสินค้า นั่นหมายความว่า พฤติกรรมของมนุษย์นั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความนึกคิด (Thought) ความรู้สึก (Feeling) หรือมีการแสดง (Action) ในการดำรงชีวิตประจำวันนั้น แต่ละบุคคลย่อมมีกระบวนการแห่งพฤติกรรมของตนเองเสมอและพฤติกรรมที่แสดงออกนั้น ไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน เพราะแต่ละคนย่อมมีทัศนคติ (Attitude) หรือสิ่งจูงใจ (Motive) ของตนเองที่ทำให้พฤติกรรมของตนเองแตกต่างกันไปจากบุคคลอื่นๆ ทัศนคติหรือสิ่งจูงใจเหล่านี้จะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยผลจากการยึดถือสิ่งต่างๆ ความคิดของคนและรับเอาสิ่งต่างๆ จากภายนอกเข้ามาซึ่งมนุษย์แต่ละคนมีการตัดสินใจภายใต้สิ่งควบคุมเหล่านี้ เพื่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของคนตลอดเวลา

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมคือ กระบวนการทางจิตวิทยาหรือที่รู้จักกันดีในด้านการตลาดว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล โดยมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจ เพื่อที่จะสร้างตัวเลือกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านข้อมูลข่าวสาร คราสินค้า การส่งเสริมการขาย และการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่เกิดขึ้นภายในตัวนักท่องเที่ยวแต่ละคน ได้แก่

1. ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, want and motivation) เป็นความจำเป็น (needs) สามารถเป็นไปได้ทั้งร่างกายและจิตใจ เช่นการพักผ่อนหย่อนใจ การได้เรียนรู้สิ่งต่างๆ เพื่อความรอบรู้ทันสมัย เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ (wants) แต่อาจเป็นได้ทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว นักการตลาดต้องสร้างความต้องการในความจำเป็นนั้นด้วยการจูงใจ (motivation) ซึ่งในด้านการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละคนอาจเกิดความต้องการในระดับที่ต่างกันและมีแรงจูงใจหลายๆอย่างเกิดขึ้นพร้อมกันได้

2. การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่มนุษย์มีต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในคือ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอกคือ การได้รับการกระตุ้นจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส โดยมีกระบวนการรับรู้ดังที่ได้อธิบายไว้ในแนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข้อมูลและข่าวสาร

3. การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงความเข้าใจอันมีผลมาจากประสบการณ์ อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยการเรียนรู้ของมนุษย์เกิดจากการตอบสนอง

(Response) เมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ตามทฤษฎีส่ิงกระตุ้น-ตอบสนอง (Stimulus-Response Theory) การสื่อสารที่ได้ผลจึงต้องอาศัยการกระตุ้นด้วยความดีเพื่อให้ผู้บริโภครเกิดการตอบสนอง

4. บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะเด่นเฉพาะบุคคล อันเกิดมาจากความรู้สึกรู้จักคิดความต้องการ การเรียนรู้และการรับรู้ที่สะท้อนออกมาเพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมตามทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis Theory) ของฟรอยด์ (Sigmund Freud) ได้วิเคราะห์บุคลิกภาพโดยเน้นแรงจูงใจที่มาจากจิตใต้สำนึกเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของมนุษย์ดังนี้

- ID เป็นบุคลิกภาพที่เกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้นอย่างหยาบ ทำให้มีการตอบสนองเพื่อความพึงพอใจเป็นสำคัญโดยไม่คำนึงถึงค่านิยมในสังคมและวัฒนธรรม
- EGO เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากการควบคุมจิตใต้สำนึก ซึ่งจะควบคุมการกระตุ้น ID ได้ การตอบสนองจะเป็นไปลักษณะสอดคล้องกับค่านิยมในสังคมและวัฒนธรรม
- SUPER EGO เป็นบุคลิกภาพที่สะท้อนถึงจริยธรรมและคุณธรรมของสังคม เป็นบุคลิกภาพของพลเมืองดีที่การสื่อสารการตลาดควรใช้เป็นแนวทาง

5. รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) หมายถึง พฤติกรรมการดำรงชีวิต เช่น การเลือกการพักผ่อนหย่อนใจ บางคนชอบการอ่านหนังสือหรือดูโทรทัศน์ที่บ้าน บางคนชอบออกไปดูภาพยนตร์หรือเดินเล่นตามศูนย์การค้า การเลือกการเดินทาง บางคนชอบเดินทางเอง บางคนชอบเดินทางเป็นหมู่คณะรูปแบบการดำรงชีวิตจะควบคู่กันไปกับค่านิยม (Values) ของคนๆ นั้นด้วย เช่น นิยมเดินทางโดยเครื่องบิน นิยมการท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น

6. แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self Concept) หมายถึง ความคิดหรือความเข้าใจภายในตัวเอง อันเกิดพร้อมๆ กับการรับรู้ (Perception) ประกอบด้วย

- แนวคิดเกี่ยวกับตนเองที่แท้จริง (Real Self) เป็นความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่ามีนิสัยหรือความชอบอย่างไร เช่น ชอบท่องเที่ยวโบราณสถานเพราะได้ศึกษาประวัติศาสตร์ ชอบท่องเที่ยวธรรมชาติเพราะได้พักผ่อน คลายความตึงเครียด เป็นต้น
- แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal Self Concept) เป็นความนึกคิดที่ตนเองอยากเป็นหรือมีคนเข้าใจตนเองเป็นเช่นนั้น แล้วแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดนั้นเช่น การไปช้อปปิ้งประเทศฝรั่งเศสทุกปี เพราะคิดว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงความทันสมัยและร่ำรวยของคน
- แนวคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริง (Reference-Group Self Concept) เป็นภาพที่บุคคลที่คิดว่าคนอื่นมองตนเองที่แท้จริงอย่างไร เช่น คิดว่าคนอื่นมองคนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อน

- แนวคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-Image Concept) เป็นภาพที่บุคคลต้องการให้คนอื่นคิดถึงคนในแง่ใดแง่หนึ่ง เช่นต้องการให้คนอื่นมองว่าการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศทำให้ตนเองเป็นที่ยอมรับในสังคม

แนวคิดต่างๆเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยว เช่นการเดินทางโดยเรือสำราญอันหรูหรา การเลือกที่พักแรมเป็นโรงแรมชั้นหนึ่ง การเดินทางเพื่อไปชมงานศิลปะ ละครเพลงหรือชมการแข่งขันกีฬาาระดับโลก เป็นต้น

7. **ทัศนคติ (Attitudes)** หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอหรือความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทัศนคตินี้มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้พฤติกรรมกรรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว และสามารถบิดเบือนข้อมูลได้จากทัศนคติที่ไม่ดีต่อประเทศนั้น อาจบอกว่า ประเทศนั้นไม่สวยงาม อากาศไม่ดี อาหารไม่อร่อยไปค้ชยนอกจากนี้ทัศนคติอาจเกิดจากการบอกกล่าวของกลุ่มอ้างอิงต่างๆ เช่น สื่อมวลชน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น การเปลี่ยนทัศนคติต้องใช้เวลาและเครื่องมือในการสื่อสารมากและต้องทำการประชาสัมพันธ์อย่างค่อเนื่องค้ชยน

คั้งนั้นการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีค่อจังหวัดสมุทรสงครามในคั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมกรรรมการตัดสินใจที่มีค่อจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งนักท่องเที่ยวคือลูกค้าที่มีความค้องการที่จะได้รับความเพลิดเพลินและความพึงพอใจจากการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม คั้งนั้น จังหวัดสมุทรสงครามควรค้ำนึ่งและให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลค่อพฤติกรรมกรรรมของนักท่องเที่ยวค้ชยนค้ชยน

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งในกระบวนการเลือกเปิดรับข่าวสาร และการยอมรับข่าวสารของบุคคล โดยบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารและยอมรับข่าวสารที่มีลักษณะสอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง และปฏิเสธข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติของตน โดยทัศนคดียังเป็นผลที่เกิดจากพฤติกรรมกรรรมการรับข่าวสารที่จะย้อนกลับเข้ามามีบทบาทที่สำคัญตามกระบวนการตามแบบจำลองการสื่อสารมวลชนอีกค้ชยน การทำความเข้าใจในเรื่องของทัศนคติ จึงมีความจำเป็นในการศึกษาคั้งนี้ค้ชยน

ความหมายของค้ำว่า ทัศนคติ (Attitude) นั้น มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้สรุปได้คั้งนี้ว่า ทัศนคติเป็นตัวแทนของความรู้สึกคั้งคั้งคั้งที่ชอบหรือเห็นค้ชยน และคั้งคั้งคั้งที่ไม่ชอบไม่เห็นค้ชยน ที่มีในตัวบุคคล จะแสดงออกมาเพื่อตอบสนองค่อ คั้งคั้งคั้งของ บุคคล ประเด็นปัญหา หรือพฤติกรรม โดย

ผ่านการพูดหรือการกระทำ ทักษะคิด เป็นการเรียนรู้จากการเปิดรับสิ่งต่างๆผ่านประสบการณ์ตรง หรือผ่านกระบวนการทางสังคม และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ นอกจากนี้ทักษะคิดยังอยู่ในฐานะของ ตัวเชื่อมโยงระหว่างความคิดและพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์เป้าหมาย โดยพฤติกรรม การตอบสนองจะอยู่ในรูปแบบที่สอดคล้องต่อทักษะคิดด้วย

### ทักษะคิดที่บุคคลแสดงออก มีอยู่ 3 ประเภท คือ

1. **ทัศนคติทางบวก(Positive Attitude)** เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้าน คดีคือสิ่งต่างๆ บุคคลและสภาพแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งอาจมีส่วนทำให้คนหรือกลุ่มคน ตัดสินใจ เข้าร่วมในกิจกรรมหรือโครงการรณรงค์ที่เป็นประ โยชน์คือสังคมด้วย

2. **ทัศนคติเชิงลบ (Nagative Attitude)** เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึง ความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคล และสภาพแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นไปในทิศทาง ตรงกันข้ามกับทัศนคติเชิงบวก

3. **ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude)** เป็นทัศนคติของบุคคลที่แสดงออกมาในลักษณะการ นิ่งเฉย ไม่มีความรู้สึกใดๆ กับบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้มีทัศนคติ นิ่งเฉย ไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคล เรื่องราวหรือสิ่งต่างงั้นเอง

### บทบาทหน้าที่ของทัศนคติ

Daniel Katz ได้รับเสนอบทบาทหน้าที่ของทัศนคติไว้ 4 ประการ คือ

1. **การใช้ประโยชน์ (Utilitarian function)** หน้าที่นี้จะช่วยนำผู้บริโภคไปสู่การได้รับ ประโยชน์ที่ต้องการ เช่น ผู้บริโภคกำลังพิจารณาขาดอาการเจ็บปวดที่ปลอดภัย และได้ผลทันที หลักสำคัญในการเลือกนี้จะมุ่งตรงไปยังสินค้าหรือตราสินค้าที่สามารถตอบสนองประ โยชน์ดังกล่าวการแสดงออก

2. **ซึ่งค่านิยม (Value-expressive function)** ทัศนคติสามารถแสดงถึงภาพลักษณ์เกี่ยวกับ ตนเอง และระบบคุณค่าของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูง เช่น ภาพลักษณ์เกี่ยวกับตนเองของคนที่มีชื่อเสียงที่แสดงถึงความก้าวร้าวเป็นคั้น ในการโฆษณาจะ ใช้ธรรมชาติของทัศนคติที่แสดงออกซึ่งค่านิยมนี้ โดยการบอกเป็นนัยว่าหากซื้อหรือใช้สินค้านั้น แล้วจะนำมาซึ่งการเพิ่มคุณค่าให้กับตนเอง เกิดความสำเร็จหรือความเป็นอิสระ

3. **การปกป้องความเป็นตัวตน (Ego-Defensive function)** ทัศนคติป้องกันความเป็นตัวตน จากสิ่งที่ทำให้กังวลและข่มขวัญ ดังจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคซื้อสินค้ามากมายเพื่อหลีกเลี่ยงจาก สถานการณ์ที่ทำให้กังวล เช่น คนส่วนใหญ่ใช้น้ำยาบ้วนปากเพื่อไม่ให้มีกลิ่นปาก มากกว่าที่จะเป็น

การรักษาอนามัยในช่องปาก เป็นต้น จุดนี้เองที่นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการโฆษณาสินค้าที่สามารถสร้างการยอมรับในสังคม

4. หน้าที่เกี่ยวกับความรู้ (Knowledge) ทักษะช่วยให้ผู้บริโภคจัดการกับข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่พวกเขาเปิดรับในแต่ละวัน โดยการจัดประเภทของข่าวสารทั้งหมดและเลขข้อมูลข่าวสารที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังช่วยลดความไม่แน่นอนและความสับสนอีกด้วย การโฆษณาที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตราสินค้าใหม่ หรือคุณลักษณะใหม่ของตราสินค้าที่มีอยู่เป็นประโยชน์สำหรับการให้ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการถ่ายทอดไปยังผู้บริโภคเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่จะรู้ของผู้รับสาร

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่มีความเกี่ยวพันต่ำ (Low Involvement) ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้าที่มีความเกี่ยวพันต่ำโดยปราศจากการสร้างทัศนคติที่ชัดเจนเกี่ยวกับตราสินค้า แต่จะสร้างความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้าเข้ามาแทนที่โดยไม่จำเป็นต้องมีการคิดหรือไตร่ตรองก่อนที่จะซื้อ ดังนั้นการเชื่อมโยงใดๆ ระหว่างความเชื่อและทัศนคติจึงเปราะบางและยังมีความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่เปราะบางเช่นเดียวกันอีกสำหรับการซื้อสินค้าที่มีความเกี่ยวพันต่ำ หากผู้บริโภคซื้อสินค้าก็มักจะประเมินถึงตราสินค้าหลังจากที่ใช้ด้วยนี้ทัศนคติ ต่อสินค้าที่มีความเกี่ยวพันต่ำไม่สามารถใช้คาดการณ์พฤติกรรมได้ดีเท่ากับกรณีสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูง เพราะทัศนคติที่อธิบายได้คือนั้น ไม่ได้มาก่อนพฤติกรรม (สมชาย ดวงแก้ว, 2545, น.51-53)

ถึงแม้ว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นหลังจากทำการซื้อสินค้าที่มีความเกี่ยวพันต่ำ อาจจะนำมาเชื่อถืออะไรไม่ได้ แต่อาจจะยังมีอิทธิพลต่อการซื้อในอนาคต การประเมินโดยทั่วไปจะเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับการตลาด แม้ว่าผู้บริโภคจะไม่เกี่ยวพันอย่างมากกับตราสินค้าก็ตาม

ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จะขึ้นกับประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีตค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับลักษณะสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวด้วยซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามความเกี่ยวพันที่มีต่อสินค้าของผู้บริโภค ดังนี้

1. Convenience services เป็นสินค้าและบริการที่หาซื้อง่ายในชีวิตประจำวัน ราคาค่อนข้างต่ำ และซื้อได้บ่อยครั้ง เช่น การไปธนาคาร ร้านอาหาร สถานีเติมน้ำมัน เป็นต้น จำเป็นที่จะต้องใช้การสื่อสารการตลาดในการสื่อสารตราสินค้าค่อนข้างมากเพื่อให้เกิดการจดจำได้

2. Shopping services เป็นสินค้าและบริการที่มีราคาค่อนข้างสูง ซื้อไม่บ่อยครั้งและอาจต้องใช้ความพยายามบางอย่าง รวมถึงการคิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบในการซื้อเช่น การเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม มีการพักค้างคืนและ โปรแกรมการท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นต้น

ความเกี่ยวข้องที่มีต่อสินค้าและบริการของผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หากผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับสินค้าสูง ผู้บริโภคจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าต่ำ เนื่องจากผู้บริโภคที่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าสูงจะมีทัศนคติและมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารเองอยู่แล้ว จึงเป็นเรื่องยากที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ดังนั้นข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไม่ว่าจะเป็นข่าวสื่อมวลชนต่างๆ หรือบุคคลอื่นนั้นถ้าตรงกับกรยอมรับ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีหรือความรู้สึกที่ดีมากกว่าที่เป็นอยู่จริง ในทางตรงกันข้ามถ้าข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับนั้นขัดแย้งกับทัศนคติที่มีอยู่เดิมก็จะไม่ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีกว่าที่เป็นอยู่และอาจปฏิเสธข้อมูลข่าวสารนั้น

### การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคล นับเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในด้านการตลาด และการสื่อสารการตลาด เพราะทัศนคติเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดตำแหน่งสินค้า(Positioning) และการกำหนดตราสินค้า(Branding) นอกจากนี้ ในทางทฤษฎี ทัศนคติเป็นการประเมินของผู้บริโภคต่อสินค้า ตราสินค้า บริการ รวมถึงบริษัท แล้วนำเสนอออกมาเป็นความรู้สึกด้านลบหรือบวกและแนวโน้มด้านพฤติกรรม จากการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม นำไปสู่การมุ่งศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติ เพื่อมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นก่อน

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจสืบเนื่องมาจากการได้รับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่สำคัญคือ การได้รับรู้ ได้แก่การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบุคคลอื่น จากสื่อมวลชนตลอดจนการได้รับประสบการณ์ตรง เมื่อมีความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็น่าจะเปลี่ยนแปลงปัจจุบันสื่อมวลชนถือเป็นแหล่งความรู้ของสังคม และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนมาก ดังที่ Rogers ได้กล่าวถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อทัศนคติไว้ว่า การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหลายๆครั้ง จะทำให้สารนั้นถูกยอมรับโดยผู้รับสารมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารจำเนื้อหาสาระ ได้ดีขึ้น และสารนั้นจะมีประสิทธิภาพในการจูงใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

การจัดการเรื่องทัศนคติของผู้รับสารหรือผู้บริโภคใน 2 วิธี คือ การส่งเสริมทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคให้มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Attitude Reinforcement) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค (Attitude Change) ซึ่งเกี่ยวข้องกับกรเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมไปในทิศทางตรงกันข้าม เช่น จากลบเป็นบวก โดยจะทำการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้าง เปลี่ยนแปลงหรือเสริมสร้างทัศนคติที่มีต่อสินค้าและบริการ และอาศัยกลยุทธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งมีวิธีการหลายวิธีด้วยกัน คือ



1. การเพิ่มหรือการเปลี่ยนแปลงระดับความเชื่อในตราสินค้า โดยให้ความสำคัญกับคุณสมบัติที่สำคัญของตราสินค้า เป็นการระบุถึงคุณสมบัติที่สำคัญและให้ผู้บริโภคตระหนักถึงว่าตราสินค้านี้สามารถแสดงคุณสมบัติที่สำคัญนี้ได้อย่างไร ในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคไม่รับรู้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของตราสินค้า การสื่อสารการตลาดจึงมุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลงระดับความเชื่อ ขณะเดียวกันหากผู้บริโภคมีระดับความเชื่อในตราสินค้าสูง นักสื่อสารการตลาดอาจจะเพิ่มระดับความเชื่อในตราสินค้าที่มีต่อคุณสมบัติที่สำคัญเพื่อเสริมย้ำความเชื่อมั่นให้เพิ่มมากขึ้นอีก

2. การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อความสำคัญหรือคุณค่าในตัวสินค้าวิธีการนี้เกี่ยวข้องกับทำให้ผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของสินค้าให้มากขึ้น เพื่อสร้างทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า เป็นความพยายามที่จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภค โดยการเปลี่ยนแปลงความสำคัญของคุณสมบัติเฉพาะในตัวสินค้า ซึ่งวิธีนี้จะนำมาใช้เพื่อเพิ่มความสำคัญให้กับคุณสมบัติในตราสินค้านั้นๆที่มีอยู่

3. การเพิ่มคุณสมบัติใหม่ในกระบวนการสร้างทัศนคติ กล่าวคือ เป็นการเพิ่มหรือเน้นย้ำคุณสมบัติใหม่ในตัวสินค้านั้นที่ผู้บริโภคสามารถใช้ประเมินตราสินค้า โดยการปรับปรุงสินค้าหรือให้ความสนใจกับผลประโยชน์เพิ่มเติมที่จะได้รับอันสืบเนื่องมาจากการใช้ตราสินค้า การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ในระดับความเชื่อสำหรับตราสินค้าคู่แข่ง หรือประเภทสินค้าเช่น การเปรียบเทียบคุณสมบัติเฉพาะของสินค้าของบริษัทคู่แข่ง ซึ่งเป็นเปรียบเทียบและแสดงให้เห็นว่าตราสินค้าของบริษัทนั้นเหนือกว่าคู่แข่ง ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยงที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม เพราะนักท่องเที่ยงจะเป็นกลุ่มที่สามารถให้ข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงต่อ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาจังหวัดสมุทรสงครามต่อไป ทัศนคติของนักท่องเที่ยงที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงครามนั้น ยังนำมาสู่การวิเคราะห์ทัศนคติ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีปฏิสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยงที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงครามด้วย

### ทัศนคติกับความเชื่อ

ความเชื่อ(Beliefs) หมายถึงมุมมองหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามความคิดของบุคคลที่เกิดขึ้น ซึ่งเกิดจากการเชื่อมโยงวัตถุเข้ากับคุณลักษณะแต่ละวัตถุนั้น และเกิดเป็นความรู้ความเข้าใจว่าวัตถุนั้นมีคุณลักษณะอย่างไร แต่เนื่องจากวัตถุ อาจมีได้หลายคุณลักษณะ เช่น ขนาด รูปร่าง สี สันและลักษณะเฉพาะตัว ดังนั้น ความเชื่อที่มีวัตถุ จึงสามารถมีได้หลายด้าน ทั้งนี้ ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติของบุคคลที่แท้จริงต่อวัตถุ ควรพิจารณาจากความเชื่อหลายๆด้าน ที่บุคคลมีต่อคุณลักษณะต่างๆของวัตถุ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งรวมกัน

ความเชื่อนั้น ถือเป็น โครงสร้างพื้นฐานในการรับรู้ของเรา โดยคนเราจะเรียนรู้ หรือ สร้างความเชื่อเกี่ยวกับคุณลักษณะต่างๆจากวัตถุ 3 ทาง ค้ำยันกัน คือ จากการสังเกต โดยตรงจากการ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งนั้น และจากการเปรียบเทียบวัตถุนั้น เข้ากับสิ่งต่างๆที่คนรู้จัก โดย จะทำการเชื่อมโยงวัตถุเข้ากับคุณลักษณะต่างๆของวัตถุ และกลายเป็นความเชื่อขึ้นมา ความเชื่อ ต่างๆทั้งหมดที่บุคคลมี จะถูกรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการรับรู้ และกลายเป็น ประสิทธิภาพที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทัศนคติ(Attitude) ความตั้งใจ(Intention) และ พฤติกรรม(Behavior) ของบุคคล หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า ความเชื่อก็คือฐานข้อมูลทั้งหมดที่ บุคคลมี เกี่ยวกับวัตถุและสิ่งต่างๆในโลก ซึ่งเกิดจากการเชื่อมโยงวัตถุเข้ากับคุณลักษณะต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าทัศนคติโดยรวม จะประกอบไปด้วยความเชื่อเกี่ยวกับคุณลักษณะ ต่างๆของวัตถุในแต่ละด้านรวมกัน แต่ผลจากการวิจัย ปรากฏว่า ในช่วงเวลาหนึ่ง ความเชื่อต่อ คุณลักษณะเพียงบางด้านของวัตถุเท่านั้น ที่จะ โดดเด่นและมีอิทธิพลอย่างมาก ในการกำหนด ทัศนคติโดยรวมต่อวัตถุ ซึ่งเราเรียกความเชื่อเหล่านี้ว่า Salient Belief ตามปกติแล้ว Salient Belief ที่ จะมากำหนดทัศนคติโดยรวมของบุคคลที่มีวัตถุในช่วงเวลาหนึ่ง จะมีอยู่ประมาณ 5-9 ด้านเท่านั้น ความเชื่อที่บุคคลมีเกี่ยวกับวัตถุ จะรวมกันเป็นฐานข้อมูลทั้งหมดที่มีความสำคัญมากกับการเกิด ทัศนคติ กล่าวคือ เมื่อความเชื่อต่อวัตถุก่อร่างสร้างตัวขึ้น บุคคลจะถูกกระตุ้นให้ได้เรียนรู้ถึง ทัศนคติที่มีต่อวัตถุไปโดยอัตโนมัติ บุคคลจะทำการเชื่อมโยงวัตถุ เข้ากับคุณลักษณะต่างๆอย่าง เค้นขันมากกว่าตัวอื่นๆ ในเวลาเดียวกัน ขบวนการทางจิตวิทยาภายในจิตใจ ก็จะทำหน้าที่ในการ ประเมินค่า Silent Belief ที่มีต่อคุณลักษณะต่างๆของวัตถุตามความเชื่อนั้นๆออกมา และเกิดเป็น ทัศนคติขึ้น ส่วนบุคคลจะมีทัศนคติเช่นไรก็ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของวัตถุนั้น เป็นที่ชื่นชอบหรือไม่ ชื่นชอบ ถ้าความเชื่อSilent Belief ถูกเชื่อมโยงเข้ากับคุณลักษณะต่างๆของวัตถุที่น่าชื่นชอบ บุคคล จะทำการประเมินค่า ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวกเกิดขึ้น ในทางกลับกัน ถ้าความเชื่อถูก เชื่อมโยงเข้ากับคุณลักษณะต่างๆของวัตถุที่น่าไม่ชื่นชอบ บุคคลก็จะทำการประเมินค่า ซึ่งทำให้เกิด ความรู้สึกในทางลบเกิดขึ้น เช่น ถ้าทัศนคติของนักท่องเที่ยงที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงครามยังคง เป็นไปในด้านบวก จะทำให้นักท่องเที่ยวยังเกิดความเชื่อมั่นและเป็นทัศนคติที่ดีซึ่งเป็นด้านบวกต่อ จังหวัดสมุทรสงครามได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะถูกกำหนดขึ้นจาก ความเชื่อที่มีต่อวัตถุว่ามีคุณลักษณะอย่างไรบ้าง ผสมกับความรู้สึกหรือการประเมินค่าของบุคคลที่มี ต่อคุณลักษณะตามความเชื่อนั้น เช่นถ้านักท่องเที่ยงที่มาจากจังหวัดสมุทรสงครามเป็นสถานที่ ท่องเที่ยวที่ให้ความสุขสำหรับครอบครัว นักท่องเที่ยวยังคงมีทัศนคติที่ดีต่อสมุทรสงครามนั่นเอง

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) สามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Service Satisfaction) แต่ในการศึกษานี้จะอธิบายเฉพาะความพึงพอใจของผู้รับบริการเท่านั้น ซึ่งมีผู้ให้แนวคิดที่น่าสนใจ ดังนี้

Victor H. Vroom (1964 : 328) กล่าวว่า ทักษะและความสำเร็จในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Maynard w. shelly (อ้างถึงใน นิรุบล เท่งพานิช, 2539 : 18) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก 2 แบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและทางลบ ความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ และความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก

Stuart Oskamps (อ้างถึงใน ฉัตรชัย คงสุข, 2535 : 21) พบว่าความพึงพอใจ มีความหมาย 3 นัย คือ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติงานจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้
2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ
3. ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นไปตามหรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

Herbert Simon (อ้างถึงใน ฉัตรชัย คงสุข, 2535 : 22) เห็นว่างานใดจะมีประสิทธิภาพสูงสุด สามารถพิจารณาได้จากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้รับออกมา โดยพิจารณาจากผลผลิตลบด้วยปัจจัยนำเข้า แต่ถ้าเป็นการบริการรัฐกิจก็ต้องนำมาบวกด้วยความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วย ซึ่งอาจเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$E = (O - I) + S$$

โดย E คือ ประสิทธิภาพของงาน (Efficiency)

O คือ ผลผลิตที่ได้รับออกมา (Output)

I คือ ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากรที่ใส่เข้าไป (Input)

S คือ ความพึงพอใจในผลที่ออกมา (Satisfaction)

ซึ่งในกรณีของความพึงพอใจในผลที่ออกมาในที่นี้ อาจจะเป็นได้ทั้งความพึงพอใจของผู้ที่เป็นผู้ให้บริการเอง หรือความพึงพอใจของผู้ที่รับบริการ แต่ในที่นี้เราจะหมายถึงความพึงพอใจในแง่ผู้รับบริการเท่านั้น

E.J. McCormick & I.R. Daniel (1980 : 306) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาตอบสนองที่แสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบของมนุษย์ ซึ่งมนุษย์จะเลือกอยู่กับสิ่งที่ตนพึงพอใจ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจ

วิลลิสทริ ฮอร์ชานูร (อ้างถึงใน นิบลล เท็งพานิช, 2530 : 19) กล่าวคือ ความพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพสิ่งแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

Michel R. Fitzgerald และ Robert F. Durant (อ้างถึงใน อุทธนา ทรัพย์สมบูรณ์, 2538 : 28) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยการปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริง และการประเมินผลนี้จะแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ เกณฑ์ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสินใจของบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการรับรู้ถึงการส่งมอบบริการ
2. ด้านวัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพของบริการ

John D. Millett (1954, pp. 397 - 399) ได้อธิบายส่วนประกอบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ หรือการที่จะพิจารณาว่าบริการสาธารณะนั้นจะเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ พิจารณาจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

2.1 การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึงความ ยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคิดว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันภายใต้กฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลด้วยมาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2.2 การให้บริการตรงตามเวลา (Timely Service)

2.3 การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะจะต้องมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการที่เหมาะสม

2.4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการ สาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจ ของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

2.5 การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการ สาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน นั่นคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือ ความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

### 5. แนวคิดและทฤษฎีทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่ว่าผู้รับสารแต่ละคนมีคุณลักษณะเฉพาะที่ แตกต่างกัน ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่เป็นมวลชน คือ จำแนกผู้รับสาร ออกเป็นกลุ่ม การที่ผู้รับสารมีคุณสมบัติที่เหมือนกัน จะมีความคล้ายคลึงกันในแง่ของพฤติกรรม การสื่อสารหรือไม่ นั่น คืออาศัยคุณสมบัติที่นำมาใช้ในการจัดกลุ่มและเป็นคุณสมบัติที่มองเห็น ได้ จากภายนอก เรียกว่า คุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) ซึ่ง ประกอบด้วย

อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรม โดยบุคคลที่มีอายุ มากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย บุคคลที่มีอายุน้อยจะมี พฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อคนมีอายุมากขึ้น จึงเห็นได้ว่าปัจจัยด้านอายุ ของผู้รับสารนั้นมีอิทธิพลกับการสื่อสารในด้านการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะสิ่งที่ กำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจ โดยคนที่วัยต่างกันจะมีความต้องการ ในสิ่งต่างๆแตกต่างกันด้วย

เพศ (Sex) ความแตกต่างทางด้านเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่าง กันกล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งสารและรับเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่มี ความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนั้นยังมี ความแตกต่างกันในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนด บทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

การศึกษา (Education) เป็นลักษณะสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่มีการศึกษาสูงจะ เป็นผู้รับสารที่ดีเนื่องจากความรู้กว้างขวางในหลายๆเรื่องและสามารถเข้าใจสารได้ดี ส่งผลให้คนที่ มีการศึกษาสูงเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาคำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และ ภาพยนตร์ คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน จะมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์และความ



ต้องการที่แตกต่างกัน ไปอีกด้วย การศึกษาเป็นตัวอย่างหนึ่งที่จะต้องตระหนักและเรียนรู้ให้ดีกว่าก่อน เพราะผู้รับสารที่มีการศึกษาที่แตกต่างกันจะได้ผลทางด้านทักษะการสื่อสาร ความรู้ ทักษะคิดและ พฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic Group) ตลอดจนภูมิหลัง ครอบครัว (Family Background) ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิดและ ค่านิยม รวมทั้งเป้าหมายที่แตกต่างกัน

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เชื่อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ไปด้วย นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มเชื่อว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารนั้นๆ จึงน่าจะแตกต่างกันไป พฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าวนอกจากจะหมายถึงการ เลือกใช้ถ้อยคำในภาษา หรือการใช้วงวนภาษา ตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จดูแล้ว ยังรวมไปถึงการสื่อสารใช้สื่อ หรือการเปิดรับข่าวสารข้อมูล จากสื่อต่างๆ ที่ผู้รับสารต้องการ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีต่อ จังหวัดสมุทรสงครามเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาจังหวัดสมุทรสงครามให้มีความทันสมัยและตรงต่อ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งนำไปสู่การปรับปรุงที่เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

วันที่ ๖ ๗ เม.ย. 2552  
เลขทะเบียน 011347 ๑.2

ภพ.

๖58,8342 91092

พ.5179พ

ธ.ก.ร. ๕๕๗๗๑

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

× ฉันทิช วรรณณอม(2544) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน400ตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ.2544 แล้วนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปSPSS for Window พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ปัจจัยความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ค่าครองชีพ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ขนประมาณในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย

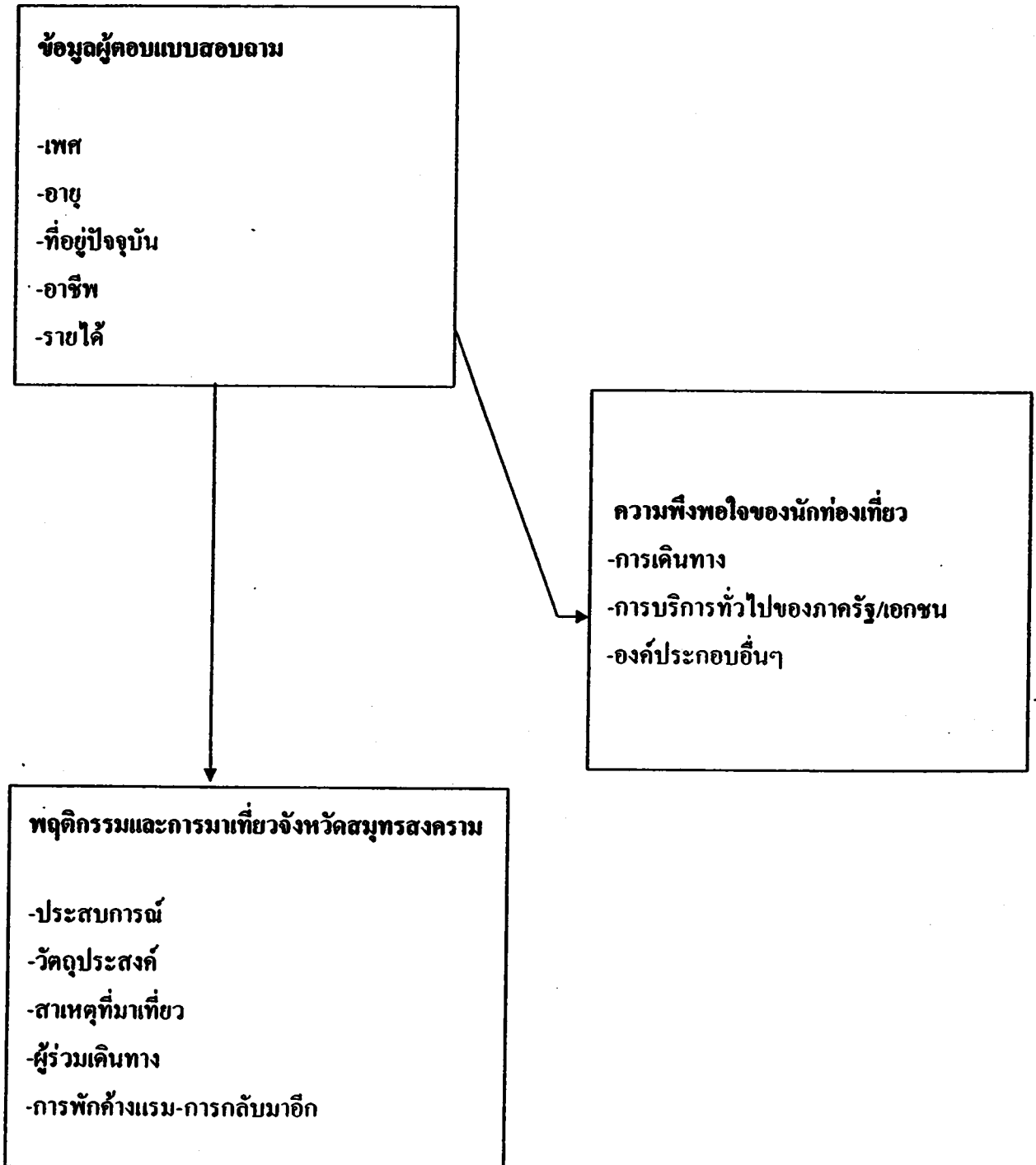
× วิยะดา เสรวิชัยสวัสดิ์(2545) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการบริการของธุรกิจนำเที่ยวทางเรือล่องแม่น้ำโขง กรณีศึกษาแม่สะลองท้าว ซึ่งเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางเรือล่องแม่น้ำโขง จำนวน100 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปSPSS for Window พบว่า ส่วนใหญ่มีความพอใจทางด้านบริการในการท่องเที่ยว การตรวจคนเข้าเมือง สุลกากร ข้อมูลข่าวสาร สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในระดับปานกลาง แต่มีความพอใจทางด้านสุขภาพ อันได้แก่ห้องน้ำและการกำจัดขยะในระดับน้อย และส่วนใหญ่ร้อยละ80 อยากกลับไปเที่ยวซ้ำอีกครั้งหนึ่ง

× ปรีชา พันธุ์แน่น(2549) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณีอุทยานแห่งชาติคอกยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่คอกยอินทนนท์ จำนวน 200ตัวอย่าง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีแนวโน้มให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงฤดูหนาว ดังนั้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของอุทยานฯจึงต้องมีการวางแผนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจมาท่องเที่ยวและต้องวางแผนรองรับเกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นตามมา เช่น มลภาวะด้านขยะและมลภาวะด้านอากาศ เพื่อจะช่วยให้บรรยากาศการท่องเที่ยวเป็น ไปอย่างยั่งยืนและรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้คงอยู่ตลอดไป

### 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม





#### **2.4 สมมติฐานในการวิจัย**

1. นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวไทยที่มีที่อยู่ปัจจุบันต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ข้อมูลที่ทำการวิจัยได้มาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) โดยศึกษาแนวความคิดและค้นคว้าข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้แบบสอบถามทำการสำรวจความคิดเห็นด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม รายละเอียดของการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ใช้วิธีการวิจัย โดยเก็บข้อมูลอย่างง่าย ทำการเก็บข้อมูลครั้งเดียว แล้วจึงทำการวิเคราะห์ผล

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ผู้ทำงานราชการ ธนาคาร ลูกจ้าง และนักเรียน นักศึกษา โดยแบ่งเป็น อำเภอเมืองสมุทรสงคราม 50 คน อำเภอบางคนที 50 คนและ อำเภออัมพวา 100 คน รวม 200 คน ซึ่งผลวิจัยได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง

#### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะของเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ตลอดจนผลงานเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ และเติมคำในช่องว่าง

**ตอนที่ 2.** เป็นแบบสอบถามสำรวจข้อมูล ความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมและการมา  
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

**ตอนที่ 3.** เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัด  
สมุทรสงครามในด้านต่างๆดังนี้ 25

- 3.1.ด้านการเดินทางสู่จังหวัดสมุทรสงคราม
- 3.2.ด้านบริการทั่วไปของภาครัฐและเอกชน
- 3.3.ด้านองค์ประกอบอื่นๆของการท่องเที่ยว
- 3.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆของการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

ข้อคำถาม เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า(Rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ต  
(Likert) การให้คะแนนในระดับความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา แบ่งเป็น  
5 ระดับ ดังนี้

(ทวงรัตน์ ทวีรัตน์:2543:107)

ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

## 2. การสร้างเครื่องมือ

2.1 สร้างแบบสอบถามโดยการศึกษาจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่  
เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความพึงพอใจ เพื่อนำมากำหนดกรอบการสร้างแบบสอบถาม ตลอดจน  
เป็นแนวทางการออกแบบให้ครอบคลุม และถูกต้องที่สุด มีข้อคำถามให้มีจำนวนมากไว้ก่อน แล้ว  
จึงนำมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง

2.2 นำแบบสอบถามที่ได้ไปใช้เก็บข้อมูล

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามและขอความร่วมมือตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลาที่เก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน 2551 โดยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ขอนหนังสือรับรองจากสำนักงานโครงการบัณฑิตศึกษา ในการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล
2. ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามจำนวน 200 ฉบับ ด้วยตนเอง
3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืน นำมาตรวจสอบเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ได้นำแบบสอบถามมาดำเนินการตรวจสอบจำนวน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ที่ได้รับคืนมาทั้งหมด
2. นำข้อมูลทั้งหมดลงรหัส ในแบบฟอร์มลงรหัส
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งก่อนทำการวิเคราะห์ แล้วนำไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์
4. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSSทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์ วิเคราะห์ข้อมูล

#### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถานภาพข้อมูลส่วนบุคคลของประชากรที่ศึกษา สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่(Frequency) โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมการบรรยาย โดยจำแนกตามตัวแปรอิสระที่จะศึกษา
2. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจ โดยสถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย(Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) ได้นำข้อมูลมาแปรค่าตามเกณฑ์คะแนน กำหนดระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจ โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมคำบรรยายเกณฑ์ในการแบ่งช่วงระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจ

ใช้เกณฑ์ตามการศึกษาของเบสต์(Best:1981:179) โดยการแบ่งระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นความพึงพอใจ น้อยมาก

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นความพึงพอใจ น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นความพึงพอใจ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นความพึงพอใจ มาก

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึงระดับความคิดเห็นความพึงพอใจ มากที่สุด

3. การเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมและความพึงพอใจ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนและการตรวจสอบสมมติฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำบรรยายวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ t-test สำหรับตัวแปร 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ ที่อยู่ปัจจุบัน

3.2 การวิเคราะห์โดยใช้ ANOVA และถ้ามีความแตกต่างกันจะวิเคราะห์ต่อด้วย LSD สำหรับตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยง

4. ความคิดเห็น/ประเด็นเพิ่มเติมที่นักท่องเที่ยงมีความพึงพอใจที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม/ข้อเสนอแนะอื่นๆ นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมคำบรรยาย โดยจัดเรียงจำแนกตามความถี่ (Frequency)

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้รับ ไปเป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ และนำไปประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการพัฒนาสถานที่ โดยทำการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด 200 ชุด ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ตามเพศ อายุ อาชีพ ที่อยู่ปัจจุบัน และรายได้ต่อเดือน

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูล

เพื่อความสะดวกและความเข้าใจให้ตรงกันในการแปลความหมาย และการนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม” โดยกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูล ดังต่อไปนี้

$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบ t
F	แทน	ค่าสถิติพิจารณาในการแจกแจงแบบ F

**ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม**

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน อาชีพ รายได้ต่อเดือน ซึ่งสามารถนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ได้ดังนี้

**ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล**

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	94	47.00
หญิง	106	53.00
<b>อายุ (ปี)</b>		
ต่ำกว่า 15	8	4.00
15-25	42	21.00
26-35	73	36.50
36-45	35	17.50
46 ปีขึ้นไป	42	21.00
<b>ที่อยู่ปัจจุบัน</b>		
กรุงเทพมหานคร	129	64.50
ต่างจังหวัด	71	35.50
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	17	8.50
พนักงานออฟฟิศ/ธนาคาร	59	29.50
ธุรกิจส่วนตัว	43	21.50
รับจ้างทั่วไป	29	14.50
นักเรียน/นักศึกษา	31	15.50
แม่บ้าน	15	7.50
อื่นๆ	6	3.00

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน (บาท)		
ต่ำกว่า 10,000	54	27.00
10,000 - 25,000	66	33.00
25,001 - 40,000	27	13.50
40,001- 55,000	23	11.50
55,001 ขึ้นไป	30	15.00

ตารางที่ 4.1 จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทยที่มาจากท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม เพศ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน อาชีพ และรายได้ พบว่า ด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.00 เป็นเพศชายร้อยละ 47.00

ด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 15-25 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.00 เท่ากัน สำหรับอายุต่ำกว่า 15 ปี มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.00

ด้านที่อยู่ปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 64.50 และอาศัยอยู่ต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 35.50

ด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานออฟฟิศ/ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว และ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.50 และ 15.50 ตามลำดับ สำหรับอาชีพอื่นๆ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.00

ด้านรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.00 และ 15.00 ตามลำดับ สำหรับรายได้ 40,001 – 55,000 บาท มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.50



## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวไทย

ผู้วิจัยทำการศึกษาพฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวไทย โดยสอบถามพฤติกรรมเกี่ยวกับ การเคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม วัดอุปประสงค์ที่มา เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจมาเที่ยวที่จังหวัดสมุทรสงคราม ลักษณะการมา การพักค้างคืน และถ้ามีโอกาสจะกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่ สามารถสรุปได้เป็นจำนวนและร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

พฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. การเคยมาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม</b>		
เคย	140	70.00
ไม่เคย	60	30.00
<b>2. วัดอุปประสงค์ที่มา*</b>		
เที่ยวตลาดน้ำ	177	88.50
เที่ยวชมหิ่งห้อย	76	38.00
รับประทานอาหาร	86	43.00
เพื่อประชุม/สัมมนา	4	2.00
เพื่อทัศนศึกษา	11	5.50
อื่นๆ	16	8.00
<b>3. เหตุผลที่ตัดสินใจมา*</b>		
การเดินทางไม่ไกลจากบ้าน	145	72.50
ค่าใช้จ่ายน้อย	78	39.00
สถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย	73	36.50
ที่พักสะดวก	42	21.00
อาหารดีและราคาถูก	77	38.50
อื่นๆ	17	8.50

\* คอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม (ต่อ)

พฤติกรรมการมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>4. อักขระการมา*</b>		
มาคนเดียว	2	1.00
มากับครอบครัว	103	51.50
มากับเพื่อน	94	47.00
มากับคูรัก	45	22.50
มากับทัวร์	4	2.00
อื่นๆ	4	2.00
<b>5. การพักค้างคืน</b>		
เคย	64	32.00
ไม่เคย	136	68.00
<b>6. ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก</b>		
มา	195	97.50
ไม่มา	5	2.50

\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.2 จากการศึกษาพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า

ด้านการคมนาคมเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมา คิดเป็นร้อยละ 70.00 และไม่เคยมา คิดเป็นร้อยละ 30.00

ด้านวัตถุประสงค์ที่มา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวชวตลาคมน้ำ คิดเป็นร้อยละ 88.50 รองลงมาคือมารับประทานอาหาร และมาเที่ยวชมหิ่งห้อย คิดเป็นร้อยละ 43.00 และ 38.00 ตามลำดับ สำหรับการมาเพื่อประชุม/สัมมนา มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.00

ด้านเหตุผลที่ตัดสินใจมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม เพราะการเดินทางไม่ไกลจากบ้าน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่ายน้อยและอาหารดี

และราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 39.00 และ 38.50 ใกล้เคียงกัน สำหรับคัดสินใจมาเที่ยวเพราะสาเหตุ  
อื่นๆ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.50

ด้านลักษณะการมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาพร้อมกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา  
คือ มากับเพื่อน และมากับคู่รัก คิดเป็นร้อยละ 47.00 และ 22.50 ตามลำดับ สำหรับ มาคนเดียว  
มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.00

ด้านการพักค้างคืน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยพักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 68.00 และเคย  
พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 32.00

ด้านความต้องการกลับมาเที่ยวอีก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ  
97.50 และไม่มา คิดเป็นร้อยละ 2.50

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

การวิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการเดินทาง ด้านการบริการทั่วไป และด้านองค์ประกอบอื่นๆ ผู้วิจัยได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
<b>ด้านการเดินทาง</b>			
1. สามารถเดินทางมาจังหวัดสมุทรสงครามได้สะดวกสบาย	4.03	0.70	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หาง่าย	3.78	0.78	มาก
3. มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.26	0.89	ปานกลาง
4. มีป้ายบอกทางชัดเจน	3.38	0.98	ปานกลาง
5. การจราจรไม่ติดขัด	3.64	0.84	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.62</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านบริการทั่วไป</b>			
1. ระบบขนส่งภายในจังหวัด	3.26	0.79	ปานกลาง
2. การกำจัดมลภาวะ(ขยะ,น้ำเสีย)	2.99	0.84	ปานกลาง
3. ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ	2.98	0.77	ปานกลาง
4. การดูแลรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว	3.24	0.75	ปานกลาง
5. ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัด หรือ ททท.	3.33	0.73	ปานกลาง
6. โรงแรม,ที่พัก หลากหลาย ราคาไม่แพง	3.57	0.69	มาก
7. ความซื่อสัตย์ของพนักงานบริการ	3.55	0.72	มาก
8. ความรวดเร็วในการบริการ	3.40	0.70	ปานกลาง
9. ความรู้ของมัคคุเทศก์	3.29	0.94	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.29</b>	<b>0.54</b>	<b>ปานกลาง</b>

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
<b>ด้านองค์ประกอบอื่นๆ</b>			
1. มีวัฒนธรรมและประเพณีหลากหลาย	3.63	0.71	มาก
2. สถานที่ทางประวัติศาสตร์หลายแห่ง	3.66	0.72	มาก
3. ความสวยงามของธรรมชาติ	3.95	0.74	มาก
4. ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	3.85	0.77	มาก
5. ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย	3.84	0.74	มาก
6. อาหารมีความหลากหลายทั้งรสชาติและราคา	3.82	0.75	มาก
7. แหล่งช้อปปิ้งสะดวก ง่าย	3.55	0.84	มาก
8. สินค้าที่ระลึกหลายรูปแบบ ไม่แพง	3.50	0.89	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.72</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.52</b>	<b>0.46</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.3 จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.52$ ) และเมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า

ด้านการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.62$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการสามารถเดินทางมาจังหวัดสมุทรสงครามได้สะดวกสบาย เป็นอันดับ 1 โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.62$ ) รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ง่าย และการมีป้ายบอกทางชัดเจน โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน ( $\bar{x} = 3.78$  และ  $3.64$ )

ด้านบริการทั่วไป กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการบริการทั่วไปในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.29$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ข้อโรงแรม, ที่พักหลากหลาย ราคาไม่แพง และความซื่อสัตย์ของพนักงานบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.57$  และ  $3.55$ )

ด้านองค์ประกอบอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเกี่ยวกับองค์ประกอบอื่นๆ ของจังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.29$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ ยกเว้น สินค้าที่ระลึกหลายรูปแบบ ราคาไม่แพง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}=3.50$ )

**ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ตามเพศ อายุ อาชีพ ที่อยู่ปัจจุบัน และรายได้ต่อเดือน**

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจและความแตกต่างรายคู่ เพื่อหาคู่ที่แตกต่างกัน รายด้าน โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ด้านเพศ อายุ อาชีพ ที่อยู่ปัจจุบัน และรายได้ต่อเดือน ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามเพศ รายด้าน

ความพึงพอใจ	เพศ				t	sig
	ชาย		หญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านการเดินทาง	3.65	0.685	3.59	0.633	0.649	0.52
ด้านการบริการทั่วไป	3.28	0.559	3.31	0.524	-0.369	0.71
ด้านองค์ประกอบอื่นๆ	3.83	0.574	3.63	0.550	2.472*	0.01
<b>รวม</b>	<b>3.56</b>	<b>0.464</b>	<b>3.49</b>	<b>0.473</b>	<b>1.109</b>	<b>0.27</b>

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.4 จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามเพศ โดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกันทุกด้าน ยกเว้น ด้านองค์ประกอบอื่นๆ นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวเพศชายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.83$ ) และเพศหญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}=3.63$ )

ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามอายุ รายด้าน

ความพึงพอใจ	อายุ (ปี)										F	sig
	ต่ำกว่า 15		15-25		26-35		36-45		45 ขึ้นไป			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านการเดินทาง	3.40	0.733	3.57	0.668	3.44	0.586	3.83	0.704	3.84	0.618	4.05*	0.01
ด้านการบริการทั่วไป	3.36	0.534	3.41	0.553	3.15	0.540	3.37	0.547	3.34	0.488	2.18	0.07
ด้านองค์ประกอบอื่นๆ	3.50	0.334	3.705	0.537	3.698	0.603	3.614	0.571	3.929	0.535	2.09	0.08
รวม	3.42	0.464	3.56	0.462	3.41	0.474	3.57	0.495	3.67	0.417	2.26	0.06

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.5 จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามอายุโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามไม่แตกต่างกันทุกด้าน ยกเว้น ด้านการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัด  
สมุทรสงครามตามอายุ ด้านการเดินทาง

ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 15	15-25	26-35	36-45	46 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	-	-.1714	-.0384	-.4343	-.4429
15-25 ปี	.1714	-	.1331	-.2629	-.2714
26-35 ปี	.0384	-.1331	-	-.3959*	-.4045*
36-45 ปี	.4343	.2629	.3959*	-	-.0086
46 ปีขึ้นไป	.4429	.2714	.4045*	.0086	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.6 จากการศึกษาเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อการ  
ท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ตามอายุ ด้านการเดินทาง พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม  
ด้านการเดินทางแตกต่างกับผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี และ อายุ 46 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .05



ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามที่อยู่ปัจจุบัน ราชค้ำน

ความพึงพอใจ	ที่อยู่ปัจจุบัน				t	sig
	กรุงเทพมหานคร		ต่างจังหวัด			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านการเดินทาง	3.73	0.646	3.42	0.631	3.31*	0.01
ด้านการบริการทั่วไป	3.27	0.512	3.33	0.589	-0.698	0.48
ด้านองค์ประกอบอื่น ๆ	3.68	0.565	3.80	0.571	-1.363	0.17
รวม	3.53	0.450	3.52	0.506	0.085	0.93

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.7 จากการศึกษเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีที่อยู่ปัจจุบันแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายค้ำน พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีที่อยู่ปัจจุบันแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามไม่แตกต่างกันทุกค้ำน ยกเว้น ด้านการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่ปัจจุบันแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.73$ ) และผู้ที่อยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}=3.42$ )

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามอาชีพ รายด้าน

ความพึงพอใจ	อาชีพ														F	sig
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน ออฟฟิศ/ ธนาคาร		ธุรกิจส่วนตัว		รับจ้างทั่วไป		นักเรียน/ นักศึกษา		แม่บ้าน		อื่นๆ			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านการเดินทาง	3.72	0.711	3.62	0.585	3.70	0.658	3.50	0.629	3.41	0.658	3.84	0.872	3.87	0.575	1.313	0.25
ด้านการบริการทั่วไป	3.04	0.430	3.33	0.516	3.23	0.501	3.13	0.618	3.41	0.487	3.61	0.623	3.46	0.568	2.501*	0.02
ด้านองค์ประกอบอื่นๆ	3.74	0.582	3.72	0.585	3.70	0.593	3.66	0.537	3.72	0.531	3.82	0.694	3.96	0.246	0.304	0.93
รวม	3.45	0.408	3.54	0.485	3.51	0.372	3.40	0.519	3.52	0.453	3.74	0.628	3.73	0.440	1.120	0.35

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามอาชีพ โดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามไม่แตกต่างกันทุกด้าน ยกเว้น ด้านการบริการทั่วไป นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบรายกลุ่มความแตกต่างความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัด  
สมุทรสงคราม ตามอาชีพ ด้านการบริการทั่วไป

ความพึงพอใจ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน ออฟฟิศ/ ธนาคาร	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง ทั่วไป	นักเรียน/ นักศึกษา	แม่บ้าน	อื่นๆ
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	-	-2876*	-1842	-.0807	-3629*	-.5617*	-.4172
พนักงานออฟฟิศ/ ธนาคาร	.2876*	-	.1034	.2069	-.0753	-.2741	-.1296
ธุรกิจส่วนตัว	.1842	-.1034	-	.1035	-.1786	-.3774*	-.2330
รับจ้างทั่วไป	.0807	-.2069	-.1035	-	-.2822*	-.4810*	-.3365
นักเรียน/นักศึกษา	.3629*	.0753	.1786	.2822*	-	-.1988	-.0544
แม่บ้าน	.5617*	.2741	.3774*	.4810*	.1988	-	.1444
อื่นๆ	.4172	.1296	.2330	.3368	.0544	-.1444	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.9 จากการศึกษาเปรียบเทียบรายกลุ่มความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อการ  
ท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ตามอาชีพ ด้านบริการทั่วไป พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานออฟฟิศ/ธนาคาร มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัด  
สมุทรสงครามด้านการบริการทั่วไปแตกต่างกับผู้ที่มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่างที่เป็น  
นักเรียนนักศึกษามีความพึงพอใจแตกต่างจาก ผู้ที่มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และรับจ้างทั่วไป  
และผู้ที่เป็นแม่บ้าน มีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว  
และรับจ้างทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้น พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามรายได้ต่อเดือน รายด้าน

ความพึงพอใจ	รายได้ต่อเดือน (บาท)										F	sig
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 - 25,000		25,001 - 40,000		40,001- 55,000		55,001 ขึ้นไป			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านการเดินทาง	3.44	0.612	3.41	0.671	3.99	0.629	3.85	0.512	3.88	0.560	7.615*	0.01
ด้านการบริการทั่วไป	3.39	0.572	3.22	0.524	3.35	0.501	3.22	0.594	3.27	0.504	0.943	0.44
ด้านองค์ประกอบอื่นๆ	3.74	0.524	3.62	0.523	3.64	0.574	3.89	0.719	3.89	0.577	1.871	0.12
รวม	3.53	0.495	3.41	0.465	3.60	0.472	3.60	0.426	3.63	0.432	1.758	0.14

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามไม่แตกต่างกันทุกด้าน ยกเว้น ด้านการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบรายกลุ่มความแตกต่างความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัด  
สมุทรสงครามตามรายได้ต่อเดือน ด้านการเดินทาง

ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 25,000 บาท	25,001 - 40,000 บาท	40,001- 55,000 บาท	55,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	-	.0286	-.5519*	-.4114*	-.4393*
10,000 - 25,000 บาท	-.0286	-	-.5805*	-.4401*	-.4679*
25,001 - 40,000 บาท	.5519*	.5805*	-	.1404	.1126
40,001 - 55,000 บาท	.4114*	.4401*	-.1404	-	-.0278
55,001 บาทขึ้นไป	.4393*	.4679*	-.1126	.0278	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 จากการศึกษาเปรียบเทียบรายกลุ่มความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อการ  
ท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ตามรายได้ต่อเดือน ด้านการเดินทาง พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 10,000 - 25,000 บาท มี  
ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามด้านการเดินทางแตกต่างกับผู้ที่มียา  
ได้ต่อเดือน 25,001 - 40,000 บาท รายได้ต่อเดือน 40,001- 55,000 บาท และ 55,001 บาทขึ้นไป อย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้น พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม

ผู้ตอบ/ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	จำนวน	ร้อยละ
ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	40	20.00
ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	160	80.00
รวม	200	100.00

ตารางที่ 4.12 จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ตอบข้อเสนอแนะจากคำถามปลายเปิด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 สามารถวิเคราะห์สรุปประเด็น และจัดกลุ่มประเภทคำตอบได้ ดังนี้

1. ควรมีการรักษาความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น
2. ควรมีการเพิ่มสถานที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น
3. ควรมีการเพิ่มป้ายบอกทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวให้เห็นชัดเจนมากยิ่งขึ้น
4. ควรเพิ่มห้องน้ำสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวและดูแลเรื่องความสะอาดให้มากขึ้น
5. ควรมีการเพิ่มประเภทของสินค้าที่ระลึกที่บ่งบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้หลากหลายรูปแบบ
6. ควรมีการรณรงค์รักษาวัฒนธรรมความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้คงไว้ตลอดไป

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวไทย

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรมีการรักษาความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น	15	37.50
2. ควรมีการเพิ่มสถานที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว	6	15.00
3. ควรมีการเพิ่มป้ายบอกทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวให้เห็นชัดเจนมากยิ่งขึ้น	5	12.50
4. ควรเพิ่มห้องน้ำสาธารณะให้สำหรับนักท่องเที่ยวและดูแลเรื่องความสะอาดให้มากขึ้น	5	12.50
5. ควรมีการเพิ่มประเภทของสินค้าที่ระลึกที่บ่งบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวให้หลากหลายรูปแบบ	5	12.50
6. ควรมีการรณรงค์รักษาวัฒนธรรมความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้คงไว้ตลอดไป	4	10.00
รวม	40	100.00

ตารางที่ 4.13 จากการศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสนอแนะว่า จังหวัดสมุทรสงครามควรมีการปรับปรุงในเรื่องการรักษาความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาเสนอแนะว่าควรมีการเพิ่มสถานที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 15.00 สำหรับเสนอแนะว่าควรมีการรณรงค์รักษาวัฒนธรรมความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้คงไว้ตลอดไป มีน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 10.00

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในบทนี้จะเป็นการสรุปผล อภิปรายผล ที่ได้จากข้อมูลจากการศึกษาวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงด้านสถานที่ การบริการ และประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสมุทรสงคราม ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ โดยมีสาระสำคัญที่นำเสนอ คือ ดังนี้

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน อาชีพ รายได้
3. เพื่อศึกษา ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อจังหวัด สมุทรสงคราม ใน พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

#### ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 200 คน โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวทั้งหมด ได้ 200 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบ เลือกตอบและเติมคำในช่องว่าง ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ที่ผู้ศึกษาคาดว่าจะมีพฤติกรรมและความพึง



พอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงครามคือ เพศ ที่อยู่ปัจจุบันอายุ อาชีพ รายได้ ค่อนข้าง

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม ว่าเคยมาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามหรือไม่ วัตถุประสงค์ที่มาเที่ยว สาเหตุที่ตัดสินใจมาเที่ยว ส่วนใหญ่มาเที่ยวกับใคร เคยมาพักค้างคืนหรือไม่ และการจะกลับมาเที่ยวอีกภายใน 6 เดือน

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

- ด้านการเดินทางสู่จังหวัดสมุทรสงคราม
- ด้านการบริการทั่วไปของภาครัฐและเอกชน
- ด้านองค์ประกอบอื่นๆ

**ส่วนที่ 4** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม โดยเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นในแต่ละด้าน

#### การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปยังประชากรที่จะศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จำนวน 200 คน ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 200 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา ดำเนินการประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยค่าสถิติที่ใช้คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าร้อยละ(Percentage)
2. การวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงครามโดยใช้ค่าเฉลี่ย(Mean)ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
3. การเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมและความพึงพอใจและการทดสอบสมมติฐานการทดสอบโดยใช้ค่า t-test และ ANOVA

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 1 สรุปผลการวิเคราะห์สถานภาพข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตาม เพศ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน อาชีพ และรายได้ พบว่า

ด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.00 เป็นเพศชายร้อยละ 47.00

ด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 15-25 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.00 เท่ากัน สำหรับอายุต่ำกว่า 15 ปี มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.00

ด้านที่อยู่ปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 64.50 และอาศัยอยู่ต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 35.50

ด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานออฟฟิศ/ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว และ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.50 และ 15.50 ตามลำดับ สำหรับอาชีพอื่นๆ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.00

ด้านรายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.00 และ 15.00 ตามลำดับ สำหรับรายได้ 40,001 – 55,000 บาท มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.50

### 2 พฤติกรรมและการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

2.1 เคยมาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวร้อยละ 68.18 และไม่เคยมาเที่ยวร้อยละ 31.82

2.2 วัตถุประสงค์ที่มาเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวตลาดน้ำร้อยละ 46.08 รองลงมามารับประทานอาหารร้อยละ 24.57 มาเที่ยวชมหิ้งห้อยร้อยละ 20.48 อื่นๆ ร้อยละ 4.43 มาทัศนศึกษาร้อยละ 3.07 และมาเพื่อประชุมสัมมนาร้อยละ 1.37

2.3 สาเหตุที่ตัดสินใจมาเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทาง ร้อยละ 33.03 รองลงมา เพราะค่าใช้จ่ายน้อยและอาหารรสชาติดี ราคาถูก ร้อยละ 18.32 สถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายร้อยละ 16.22 ที่พักผ่อนร้อยละ 9.91 และอื่นๆร้อยละ 4.20

2.4 ลักษณะการมาเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวกับครอบครัวร้อยละ 40.60 มากับเพื่อน ร้อยละ 37.00 มากับคู่รัก ร้อยละ 18.80 อื่นๆร้อยละ 20.10 มากับทัวร์ร้อยละ 1.00 และมาคนเดียว ร้อยละ 0.50

จากการศึกษาพฤติกรรมมาราท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า  
ด้านการคมนาคมเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คมนาคม คิดเป็นร้อยละ  
70.00 และไม่คมนาคม คิดเป็นร้อยละ 30.00

ด้านวัตถุประสงค์ที่มา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวชวตลาคมน้ำ คิดเป็นร้อยละ 88.50  
รองลงมาคือมารับประทานอาหาร และมาเที่ยวชมหิ้งห้อย คิดเป็นร้อยละ 43.00 และ 38.00 ตาม  
ลำดับ สำหรับการมาเพื่อประชุม/สัมมนา มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.00

ด้านเหตุผลที่ตัดสินใจมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม  
เพราะการเดินทางไม่ไกลจากบ้าน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่ายน้อยและอาหารดี  
และราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 39.00 และ 38.50 ใกล้เคียงกัน สำหรับตัดสินใจมาเที่ยวเพราะสาเหตุ  
อื่นๆ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.50

ด้านลักษณะการมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา  
คือ มากับเพื่อน และมากับคู่รัก คิดเป็นร้อยละ 47.00 และ 22.50 ตามลำดับ สำหรับ มาคนเดียว  
มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.00

ด้านการพักค้างคืน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยพักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 68.00 และเคย  
พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 32.00

ด้านความต้องการกลับมาเที่ยวอีก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ  
97.50 และไม่มา คิดเป็นร้อยละ 2.50

2.5 ลักษณะการมาพัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไม่เคยพักค้างคืน ร้อยละ 67.53 และเคยมาพัก  
ค้างคืน ร้อยละ 32.47

### 3 การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัด สมุทรสงคราม

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่ม  
ตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.52$ ) และเมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า

ด้านการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด  
สมุทรสงคราม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.62$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี  
ความพึงพอใจเกี่ยวกับการสามารถเดินทางมาจังหวัดสมุทรสงครามได้สะดวกสบาย เป็นอันดับ 1  
โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.62$ ) รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ง่าย และ  
การมีป้ายบอกทางชัดเจน โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน ( $\bar{x} = 3.78$  และ 3.64)

ด้านบริการทั่วไป กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการบริการทั่วไปในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}=3.29$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ข้อ โรงแรม, ที่พัก หลากหลาย ราคาไม่แพง และความสะอาดของพนักงานบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.57$  และ  $3.55$ )

ด้านองค์ประกอบอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเกี่ยวกับองค์ประกอบอื่นๆ ของจังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.29$ ) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ ยกเว้น สินค้าที่ระลึกหลายรูปแบบ ราคาไม่แพง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}=3.50$ )

#### 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งผู้ตอบมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นในแต่ละด้าน จากความคิดเห็นของผู้ตอบพบว่า จังหวัดสมุทรสงคราม ควรพิจารณาปรับปรุง ในเรื่องการรักษาความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยว ให้มากขึ้นเป็นอันดับแรก ควรมีการเพิ่มสถานที่จอดรถ สำหรับนักท่องเที่ยว เป็นลำดับถัดไปและควรมีการเพิ่มป้ายบอกทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวให้เห็นชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมถึงควรเพิ่มห้องน้ำสาธารณะให้เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวและดูแลเรื่องความสะอาดให้มากกว่านี้และควรมีการเพิ่มประเภทสินค้าของที่ระลึกที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้หลากหลายรูปแบบ สุดท้ายคือควรมีการรณรงค์รักษาวัฒนธรรมความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้คงอยู่ตลอดไป

#### 5. สรุปผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

นักท่องเที่ยวไทย ที่มีเพศ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน

#### **5.2 อภิปรายผลการวิจัย**

จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

##### **1. ปัจจัยด้านการเดินทางสู่จังหวัดสมุทรสงคราม**

ผลจากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการเดินทางสู่จังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ โดยมีค่าเฉลี่ย

สูงสุดอันดับแรก ได้แก่ การเดินทางที่สะดวกสบาย แสดงให้เห็นว่าคนส่วนมากยังมีความต้องการที่จะหาเวลาพักผ่อนแต่ยังมีเงื่อนไขและปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้ต้องผัดวันประกันพรุ่งไปเรื่อยๆ อาจเนื่องมาจากปัญหาเรื่องเวลา ค่าใช้จ่าย ดังนั้นเมื่อมีทางเลือกให้ได้ไปท่องเที่ยวยังสถานที่ที่ไม่ไกลจากบ้านมากนัก และการมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงจนเกินไป รวมถึงการมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายแบบให้เลือกเที่ยวก็ทำให้เกิดการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ส่วนในด้านการบริการทั่วไปของภาครัฐและเอกชน โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอันดับสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ การมีโรงแรม ที่พัก หลากหลายรูปแบบในราคาที่ไม่แพง ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงมีการคำนวณเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นหลัก เรื่องของค่าครองชีพที่สูงขึ้นทำให้มีการพิจารณาถึงความเหมาะสมและคุ้มค่าที่สุดเมื่อต้องจ่าย เพราะฉะนั้นการลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ จึงเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นลำดับต้นๆ ส่วนในด้านขององค์ประกอบอื่นๆ ในด้านการท่องเที่ยว นั้นความสวยงามของธรรมชาติและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่หลากหลาย ก็เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างมากจึงตัดสินใจมาเที่ยวชม ขณะเดียวกันการได้ลิ้มลองรสชาติของอาหารที่มีความหลากหลายในบรรยากาศของธรรมชาติที่งดงาม พร้อมทั้งความอบอุ่นใจในความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น ก็ทำให้เกิดความรู้สึกคุ้มค่างกับเวลาและค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป

สอดคล้องกับงานวิจัยของ งามอาจ ปทะวาณิชย์(2539, น. 52-57)พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ หรือการแสดงออกรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจของมนุษย์ที่เกี่ยวกับการซื้อสินค้า นั้นหมายความว่า พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความนึกคิด (Thought) ความรู้สึก (Feeling) หรือมีการแสดง (Action) ในการดำรงชีวิตประจำวันนั้น แต่ละบุคคลย่อมมีกระบวนการแห่งพฤติกรรมของตนเองเสมอและพฤติกรรมที่แสดงออกนั้นไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน เพราะแต่ละคนย่อมมีทัศนคติ (Attitude) หรือสิ่งจูงใจ (Motive) ของตนเองที่ทำให้พฤติกรรมของตนเองแตกต่างกันไปจากบุคคลอื่นๆ ทัศนคติหรือสิ่งจูงใจเหล่านี้จะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยผลจากการยึดถือสิ่งต่างๆ ความคิดของคนและรับเอาสิ่งต่างๆ จากภายนอกเข้ามาซึ่งมนุษย์แต่ละคนมีการตัดสินใจภายใต้สิ่งควบคุมเหล่านี้ เพื่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของตนตลอดเวลา

## 2. ปัจจัยด้านการบริการทั่วไปของภาครัฐและเอกชน

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการบริการทั่วไปของภาครัฐและเอกชน โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยในส่วนของภาคเอกชนนั้น นักท่องเที่ยวมีความพอใจในเรื่องของการมีโรงแรม ที่พัก หลากหลายรูปแบบและราคาให้เลือกตามความต้องการ พนักงานมีความซื่อสัตย์และบริการรวดเร็วประทับใจ รวมถึงการให้ความรู้ของมัคคุเทศก์ที่ถูกต้องซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ในเมืองท่องเที่ยว ส่วนในด้านของภาครัฐนั้น การได้รับข้อมูลท่องเที่ยวของจังหวัดที่ชัดเจน และการให้คำแนะนำที่มีประโยชน์จากหน่วยงานของ ททท.ประจำจังหวัด โดยตรง รวมถึงการดูแลความปลอดภัยอย่าง

เข้มแข็ง ก็ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นและประทับใจ และอาจจะนำมาซึ่งการเดินทางกลับมาพักผ่อนซ้ำอีก

สอดคล้องกับงานวิจัยของ คิเรก ฤกษ์ห่วย ( อ้างถึงในนิลนุบล เท่งพานิช,2530:19) พบว่า ความพึงพอใจหมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า “ระบบความพึงพอใจ” โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

### 3. ปัจจัยด้านองค์ประกอบอื่นๆ

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านองค์ประกอบอื่นๆ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความสวยงามของธรรมชาติและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ จึงตัดสินใจมาเที่ยวชมขณะเดียวกันการ ได้ลิ้มลองรสชาติของอาหารที่มีความหลากหลายในบรรยากาศของธรรมชาติที่งดงาม พร้อมทั้งความอบอุ่นใจในความเป็นมิตรของคนท้องถิ่นก็ทำให้เกิดความเต็มใจ คุ่มค่ากับเวลา และค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป การได้รับความพอใจก่อให้เกิดเป็นความสุขใจ ดังนั้นหากนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้วเกิดความรู้สึกเช่นนี้ ถือว่าชุมชนและท้องถิ่นนั้นประสบความสำเร็จแล้วในระดับหนึ่ง และต้องรักษาคุณภาพนี้ไว้เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ รัตนะเพชรธัมมะ(2550:85) ที่ทำการวิจัยเรื่องตลาดน้ำอัมพวา พบว่า การท่องเที่ยวและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอัมพวาและพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งมีทั้งทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ประเพณีและวิถีชีวิต ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและกลับมาท่องเที่ยวอีก

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งต่อไป และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ดังต่อไปนี้

### ก. สำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

#### 1. ด้านการเดินทางสู่จังหวัดสมุทรสงคราม

- 1.1 ควรจัดให้มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดสมุทรสงคราม
- 1.2 การจัดที่จอดรถไม่ก่อบักระบายน้ำที่ควร มีความหนาแน่นของรถมาก นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจเกิดการสับสนและพลัดหลงกันได้เพราะจากการต้องไปจับรถวนหาที่จอดซึ่งอยู่ไกลจากจุดที่เที่ยว
- 1.3 การทำป้ายบอกทางต่างๆยังไม่ชัดเจน ควรได้รับการแก้ไขโดยเร็ว

#### 2. ด้านการบริการทั่วไปของภาครัฐและเอกชน

- 2.1 ควรเพิ่มห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญให้มากกว่าที่มีอยู่และมีอุปกรณ์ในห้องน้ำ ให้พอเพียงและครบครัน พอสมควร
- 2.2 ควรจัดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดสมุทรสงครามเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

#### 3. ด้านองค์ประกอบอื่นๆ

- 3.1 ควรมีสินค้าที่ระลึกหลายรูปแบบ ราคาไม่แพง เน้นการออกแบบและการผลิตที่สวยงาม คงความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น
- 3.2 ควรจัดให้มีแหล่งช้อปปิ้งที่หาง่าย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้าของฝากอย่างสะดวกสบาย

### ข. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการศึกษาวิจัยข้อมูลด้านต่างๆเพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่

1. ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นที่อยู่ใกล้ๆจังหวัดสมุทรสงคราม เช่น ราชบุรี เพชรบุรี เป็นต้น
2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ เช่น ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องแพตามลำน้ำ เพื่อให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมาะกับความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

**3. ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อจะได้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ**



**ภาคผนวก**

**ผนวก ก**

**แบบสอบถาม**

**เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้ มีจุดมุ่งหมาย เพื่อการศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง มหาวิทยาลัยเกริก

การศึกษาในครั้งนี้ จะสำเร็จลุล่วงได้ ต้องอาศัยความร่วมมือที่ดีจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วน

การตอบแบบสอบถามของท่าน ขอรับรองว่า ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นความลับ และจะนำไปใช้ เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น

-ขอขอบคุณในความร่วมมือ-

## แบบสอบถาม

## เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม

## คำชี้แจง

ขอความร่วมมือนักท่องเที่ยว กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง และข้อมูลนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ

## ส่วนที่ 1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

## 1. เพศ

 (1) ชาย (2) หญิง

## 2. อายุ

 (1) ต่ำกว่า 15 ปี (4) 36-45 ปี (2) 15-25 ปี (5) 46 ปี ขึ้นไป (3) 26-35 ปี

## 3. ที่อยู่ปัจจุบัน

 (1) กรุงเทพฯ (2) ต่างจังหวัด.....

## 4. อาชีพ

 (1) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (5) นักเรียน/นักศึกษา (2) พนักงานออฟฟิศ/ธนาคาร (6) แม่บ้าน (3) ธุรกิจส่วนตัว (7) อื่นๆ..... (4) รับจ้างทั่วไป

## 5. รายได้ของท่านต่อเดือน

 (1) ต่ำกว่า 10,000 บาท (4) 40,001-55,000 บาท (2) 10,000-25,000 บาท (5) 55,001 บาทขึ้นไป (3) 25,001-40,000 บาท

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและการมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

### 1. ท่านเคยมาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามหรือไม่

 (1) เคย

 (2) ไม่เคย

### 2. วัตถุประสงค์ใดที่ท่านมาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม

 (1) มาเที่ยวชวตลาดน้ำ

 (4) มาเพื่อประชุม/สัมมนา

 (2) มาเที่ยวชมหิ้งห้อย

 (5) มาเพื่อทัศนศึกษา

 (3) มารับประทานอาหาร

 (6) อื่นๆ.....

### 3. สาเหตุใดที่ท่านตัดสินใจมาเที่ยวที่จังหวัดสมุทรสงคราม

 (1) การเดินทางไม่ไกลจากบ้าน

 (4) ที่พักสะดวก

 (2) ค่าใช้จ่ายน้อย

 (5) อาหารดีและราคาถูก

 (3) สถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย

 (6) อื่นๆ.....

### 4. ลักษณะการมาเที่ยวส่วนใหญ่ท่านมากับผู้ใด

 (1) มาคนเดียว

 (4) มากับคูรัก

 (2) มากับครอบครัว

 (5) มากับทัวร์

 (3) มากับเพื่อน

 (6) อื่นๆ.....

### 5. ท่านเคยมาพักค้างคืนหรือไม่

 (1) เคยค้าง

 (2) ไม่เคยค้าง

### 6. ถ้ามีโอกาส ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวสมุทรสงครามอีกหรือไม่

 (1) มา

 (2) ไม่มา

**ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านต่างๆ**

กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงข้อเดียว

ความพึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>3.1 การเดินทางสู่จังหวัดสมุทรสงคราม</b>					
1. สามารถเดินทางมาจังหวัดสมุทรสงครามได้สะดวกสบาย					
2. สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆหาง่าย					
3. มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ					
4. มีป้ายบอกทางชัดเจน					
5. การจราจรไม่ติดขัด					
<b>3.2 การบริการทั่วไปของภาครัฐและเอกชน</b>					
1. ระบบขนส่งภายในจังหวัด					
2. การกำจัดมลภาวะ(ขยะ,น้ำเสีย)					
3. ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ					
4. การดูแลรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว					
5. ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัด หรือททท.					
6. โรงแรม,ที่พัก หลากหลาย ราคาไม่แพง					
7. ความซื่อสัตย์ของพนักงานบริการ					
8. ความรวดเร็วในการบริการ					
9. ความรู้ของมัคคุเทศก์					



ความพึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.3 องค์ประกอบอื่นๆของการท่องเที่ยว					
1.มีวัฒนธรรมและประเพณีหลากหลาย					
2.สถานที่ทางประวัติศาสตร์หลายแห่ง					
3. ความสวยงามของธรรมชาติ					
4. ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น					
5. ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย					
6. อาหารมีความหลากหลายทั้งรสชาติและราคา					
7. แหล่งช้อปปิ้งสะดวก ง่าย					
8. สินค้าที่ระลึกหลายรูปแบบ ไม่แพง					

**ส่วนที่ 4. ข้อเสนอแนะอื่นๆของท่านเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ผนวก ข**

**ภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดสมุทรสงคราม  
ระหว่างการทำงานวิจัย**

**เรื่อง**

**พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม  
ในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน 2551**



ภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดสมุทรสงคราม  
ระหว่างการทำงานวิจัย  
เรื่อง  
พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม  
ในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน 2551

ดอนหอยหลอด



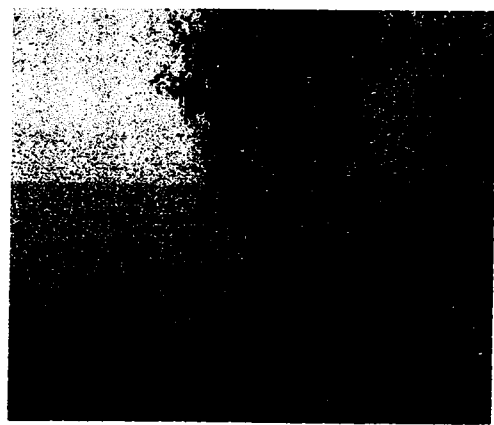
เริ่มต้นกันที่..ดอนหอยหลอด..



เจ้าจ๋อมขนมีมากมายสองข้างทาง



ร้านอาหารหลากหลายมีให้เลือกจนลานตา



บรรยากาศแสนสงบที่ดอนหอยหลอด



วางแผนทำงานกันตรงนี้ (แจกแบบสอบถาม)



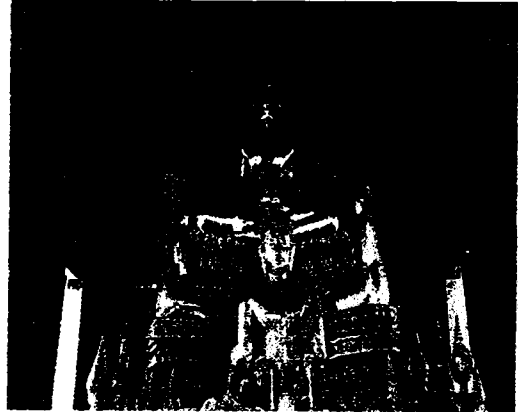
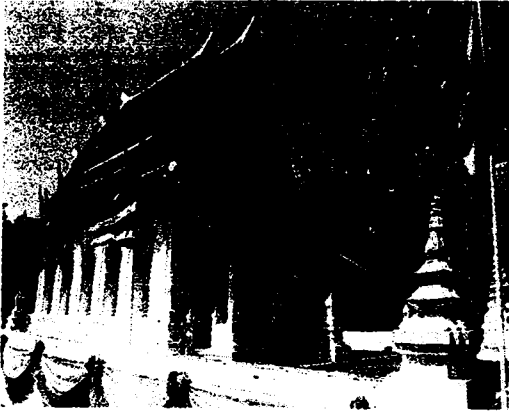
สองพี่น้องมาช่วยงานคุณแม่



อาหารทะเลสด..สด..รสชาติดี..ดี..

.....

**อุทยานพระบรมราชานุสรณ์พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย(อุทยาน ร.2)**

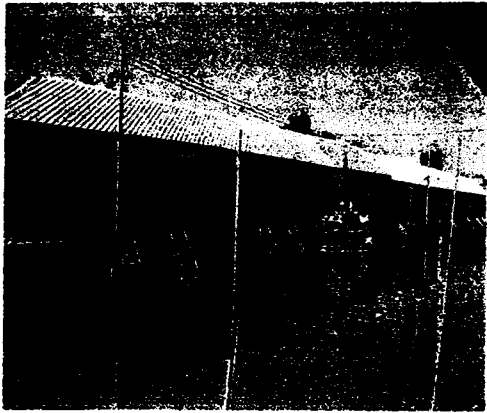


**ภายนอกบริเวณแสรมรณีน ภายใน ก็สงบและร่มเย็น**



**ที่เจ้าหน้าที่ใจดีช่วยแจกแบบสอบถามให้รถทุกคันที่เข้ามาจอดในบริเวณอุทยานฯ(ขวามีอ-ในร่ม)**

ตลาดน้ำ...อัมพวา...น้ำเที่ยวนัก





เหนื่อยนัก..พักจิบกาแฟโบราณ..สมานมิตรการค้า



ของที่ระลึกน่ารัก..ของฝากจากอัมพวา



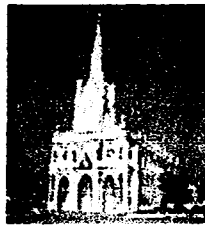
แสงสีรมน้ำยามค่ำคืน...

ตรวจผลงานวันนี้



ค่ายบางกุ้ง

โบสถ์โพธิ์ปรก(ภายในมีพระพุทธรูปประดิษฐาน)



อาสนวิหาร พระแม่บังเกิด

วัดหลวงพ่อบ้านแหลม



ตลาดน้ำท่าคา

## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนการท่องเที่ยวปี 2000. กรุงเทพฯ, 2542.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.

ประชัน วัลลิโก. แนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ.ชุมชนแม่กลอง

จังหวัดสมุทรสงคราม. รายงานผลการวิจัย กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก, 2549.

วิไลลักษณ์ รัตนะเพียรธัมมะ. ตลาดน้ำอัมพวา การท่องเที่ยวและการจัดการ. รายงาน

ผลการวิจัย กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก, 2549.

สมควร กวียะ. การประชาสัมพันธ์ใหม่. กรุงเทพฯ: โอ เอส พรินติ้ง เฮาส์, 2537.

สมชาย ดวงแก้ว. วิเคราะห์ผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ดวงแก้วการพิมพ์, 2545.

องอาจ ปทะวานิชย์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2539.

### เอกสารอื่นๆ

ฉันทซ์ วรรณณอม. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทาง

ท่องเที่ยวภายในประเทศ.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารของธุรกิจนำเที่ยว ทาง

เรือล่องแม่น้ำโขง: กรณีศึกษาแม่ฮ่องสอนทัวร์.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

ปรีชา พันธุ์แน่น. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติของ

นักท่องเที่ยวไทย : ศึกษากรณีอุทยานแห่งชาติคอกอหินถนนท์ จังหวัดเชียงใหม่.”

กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเกริก, 2549.

### เว็บไซต์

เว็บไซต์. “แม่กลองทุเคย์คอกทอม.” สืบค้นได้จาก [www.maeklongtoday.com](http://www.maeklongtoday.com), วันที่ 15

ธันวาคม 2550.

**ประวัติการศึกษา(และการทำงาน)ของผู้เขียน**

**ชื่อ-สกุล**

นางพัชราพรรณ สกุลวงศ์วิวัฒน์

**วัน เดือน ปี เกิด**

วันอาทิตย์ 15 ธันวาคม 2506

**สถานที่เกิด**

จังหวัดสุรินทร์

**ประวัติการศึกษา**

ปีการศึกษา 2546 ได้รับปริญญา นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุโทรทัศน์  
จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

**ประวัติการทำงาน**

พ.ศ. 2536-2538 ทำงานเป็น ผู้ประกาศ-นักจัดรายการ  
ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 11 หาดใหญ่ และ อสมท. อ.หาดใหญ่

พ.ศ 2538-2540 ทำงานเป็น หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทไดอาน่า  
ดีพาร์ทเมนท์ส โคร้ จำกัด (มหาชน) อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

พ.ศ 2540-2550 ทำงานเป็น เจ้าของกิจการ ร้านอาหาร ร้านคอมพิวเตอร์  
บริษัทผลิตสื่อโฆษณา

**ปัจจุบัน-แม่บ้าน**