

วันเพ็ญ เบอร์เนทท์ (2549) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) สารนิพนธ์ บช ม (การตลาด) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาวิจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) กลุ่มอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ ใช้การหาค่าความแตกต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 11.5

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-29 ปี สถานภาพสมรส สัญชาติเยอรมัน การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว และรายได้เฉลี่ยต่อปีน้อยกว่า US\$ 10,000

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านต้นทุนและปัจจัยด้านอารมณ์ (จิตวิทยา) อยู่ในระดับดี และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อยู่ในระดับดี และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาเที่ยวในวัดโพธิ์รวมครั้งนี้เฉลี่ย 1.16 ครั้งต่อปี สาเหตุมาเที่ยวในวัดโพธิ์เนื่องจาก มานวดแผนโบราณ มากับทัวร์ จะมาเที่ยวในวันอาทิตย์ เวลา 12.00 – 13.59 น. และมาเที่ยวในวัดกับเพื่อน ในการทดสอบสมมติฐาน สรุปผลได้ว่า

1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้แก่ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2 ปัจจัยจุดใจด้านสถานที่ ได้แก่ ด้านความสวยงามของสิ่งก่อสร้าง และด้านความหลากหลายของตุ๊กตาจีน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยจุดใจด้านสถานที่ ด้านความสวยงามของฝาผนังภายในวัดโพธิ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจาก

การท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 01 มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

3 ความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านเหตุผลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 01 มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยจูงใจด้านเหตุผล ด้านแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับวัดโพธิ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 01 มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

4 ความคิดเห็นต่อปัจจัยจูงใจด้านอารมณ์ (จิตวิทยา) ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านเป็นศูนย์ของความศรัทธาสำหรับศาสนา ด้านเป็นแหล่งที่ทำให้ความเพลิดเพลิน และด้านเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 01 มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยจูงใจด้านอารมณ์ (จิตวิทยา) ด้านเป็นแหล่งความรู้ทางพุทธศาสนา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 01 มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

5 ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร ด้านแผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ ด้านโทรทัศน์ ด้านบิดา/มารดา/บุคคลในครอบครัว ด้านอินเตอร์เน็ต และด้านบริการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 01 มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

6 ความพึงพอใจโดยรวมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ด้านความถี่ในการมาท่องเที่ยว (ครั้งต่อปี) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 01 มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

7 พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการมาท่องเที่ยว (ครั้งต่อปี) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์)

Wanphen Burnett (2006) *Factors Affecting Overall Satisfaction on Foreign Tourists to Visit at Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram (Wat Pho)* Master's Project, M B A (Marketing) Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University
Advisor Assoc Prof Siriwan Serirat

This research aims to study factors affecting overall satisfaction on foreign tourists to visit at Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram (Wat Pho). The samples used in this research are 385 foreign tourists visiting Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram. Questionnaire is used as a tool to gather data. The statistics used in data analysis are percentage, maximum value, minimum value, average value, and standard deviation value. Single variance is used in analysis of differences. Double variance and Pearson simple relationship analysis are used in finding the least significant difference. The statistical data analysis is done through SPSS for Windows Version 11.5.

According to the result of this research, most of the foreign tourists are 20-28 years of age, are married, are of German nationality, are with Bachelor's Degree, and are entrepreneurs, and the average income of which is less than US\$10,000 per year.

Most of the foreign tourists are of good opinions of place factor, causal factor, and emotional (psychological) factor and of less frequent factor on information of foreign tourists.

In addition, most of the foreign tourists is overall and well satisfied with the tourism of the foreign tourists. The average behavioral visit by the foreign tourists to Wat Pho is 1.16 times per year. The reasons for visiting Wat Pho are to use Thai traditional massage services, to come together with their tourist agencies on Sunday at 12:00-13:59 hours, and to come with their friends.

According to the hypothetical test, it can be summarized as follows:

1. The characteristics of population of the foreign tourists such as gender, nationality, educational level, occupation, and yearly income, affect the overall satisfaction from tourism in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram at different levels with 0.05 statistical significance level.
2. Motivative factors on place such as beautiful place and a variety of china dolls relate to overall satisfaction from tourism in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram at 0.01 statistical significance level with unidirectional relationship and moderate relationship. Motivative factors on place and on beauty of internal walls of the temple relate to overall

satisfaction from tourism in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram at 0.01 statistical significance level with unidirectional relationship and low relationship

3 Opinion toward motive factor on reason of the tourists such as adjacency to other tourist sources relates to overall satisfaction from tourism in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram at 0.01 statistical significance level with unidirectional relationship and moderate relationship. Motive factors on reasons and on sources of information about Wat Pho relate to overall satisfaction from tourism in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram at 0.01 statistical significance level with unidirectional relationship and low relationship.

4 Opinions toward motive factors on emotion of the tourists such as on religious faithful center, on entertainment source, and on recreational source relate to overall satisfaction from tourism in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram at 0.01 statistical significance level with unidirectional relationship and moderate relationship. Motive factor on emotion (psychology) on Buddhist knowledge center relates to overall satisfaction from tourism in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram at 0.01 statistical significance level with unidirectional relationship and low relationship.

5 Opinion toward the factors on knowledge of information of the tourists such as newspaper, magazine, and journal, on brochure, leaflet, and poster, on television, on father, mother, and members of the family, on internet, and on tourist services, relates to overall satisfaction from tourism in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram at 0.01 statistical significance level with unidirectional relationship and low relationship.

6 Overall satisfaction from tourism of the foreign tourists relates to the tourist behavior in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram, with the frequency of tourism (times per year) at 0.01 statistical significance level with unidirectional relationship and low relationship.

7 The tourist behavior on the frequency of tourism (times per year) of the foreign tourists does not relate to the trend of tourist behavior of the foreign tourists in Wat Phra Chetuphon Wimonmangalaram.