



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี

สุริยา กิ่งก้าน<sup>1</sup>, ณัฐภรณ์ รุ่งเรืองรัตน์<sup>2</sup>, กิตติยา ตะยาง<sup>3</sup>, นรินทร์ ยืนทน<sup>4</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและธุรกิจที่พัก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,  
e-mail : suriya377@gmail.com

<sup>2</sup>สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและธุรกิจที่พัก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,  
e-mail : Nuttaporn160739@gmail.com

<sup>3</sup>สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและธุรกิจที่พัก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,  
e-mail : Kittyatayang@gmail.com

<sup>4</sup>อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและธุรกิจที่พัก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,  
e-mail : narin.yu@ssru.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี 3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ระหว่างวันที่ 27-29 กรกฎาคม 2561 รวมทั้งสิ้น 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ทุกฉบับจึงนำมาวิเคราะห์สถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานใช้ทดสอบสมมุติฐาน วิเคราะห์เปรียบเทียบโดยการใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ด้วย T-test (independent t-test) เป็นการทดสอบประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน และ

ใช้วิเคราะห์เปรียบเทียบโดยการใช้วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปโดยใช้สถิติ Levene ซึ่งหากผลการทดสอบ พบว่า ค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่แตกต่างกัน ก็จะใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และภายหลังการวิเคราะห์พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างจะทำการทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ผลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 21 ปี สถานะโสด การศึกษาคต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา 6 และปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ใช้พาหนะในการเดินทางรถยนต์ส่วนตัว จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว มากกว่า 3 ครั้ง เดินทางมากับเพื่อน จำนวน



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1 วันและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 1,001 – 2,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลำดับแรก คือ ด้านรูปแบบการจัดงาน รองลงมา คือ ด้านคือ กิจกรรมภายในงาน อยู่ในระดับมีผลมากที่สุด และสิ่งดึงดูดอยู่ในระดับมีผลมากตามลำดับ

3. ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ผลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานะ การศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านรูปแบบการจัดงาน, ด้านกิจกรรมภายในงานและด้านสิ่งดึงดูด แตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว, งานแห่งเทียนพรรษา



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## The Expectation and Satisfaction of Tourists towards Candle Parade at Ubonratchathani Province

Suriya Kingkan<sup>1</sup>, Nattaporn Rungruengrat<sup>2</sup>, Kittiya Tayang<sup>3</sup>, Narin Yuenthon<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Hotel and logging Business Management in the Faculty of Humanities and Social Sciences at Suan Sunandha Rajabhat University, e-mail: suriya377@gmail.com

<sup>2</sup>Hotel and logging Business Management in the Faculty of Humanities and Social Sciences at Suan Sunandha Rajabhat University, e-mail: Nuttaporn160739@gmail.com

<sup>3</sup>Hotel and logging Business Management in the Faculty of Humanities and Social Sciences at Suan Sunandha Rajabhat University, e-mail: Kittyatayang@gmail.com

<sup>4</sup>Lecturer in Hotel and logging Business Management in the Faculty of Humanities and Social Sciences at Suan Sunandha Rajabhat University, Phone e-mail: narin.yu@ssru.ac.th

### Abstract

This research aims to study the satisfaction of foreign tourists towards Candle Parade at Ubonratchathani Province. This is quantitative research, using the population samples, which are Thai tourists who participated in candle parade. The sample is divided into 400 informants by using the purposive sampling with the snowball sampling, the data collection collected by the questionnaire and the data analyses result is from the T-Test differences and F-Test by analyzing One Way ANOVA

The results are;

1. The majority of foreign tourists are male and aging below 21 years old. Most are students who study less than grade 12 and graduated in bachelor degree and incomes less than 15,000 bahts. The objective of tourist are for traveling and also came to this tradition by car more than 3 times. Most tourists will come with friends and stay 1 day with the expenditure about 1,001 – 2,000 bahts.

2. The satisfaction level of Thai tourists towards candle parade, it found that overall are high level. When considering each aspect as form of festival, activities in festival with highest level of satisfaction and tourist attraction with high level respectively.

3. Comparing the satisfaction of foreign tourists towards tourism interpretation classified by gender, age, status, education, occupation and income as follows;

3.1 There was no statistically significant for tourist's satisfaction in terms of form of sign, color of sign, right information of sign, interpretation of sign and visible sign.

**Keyword :** Tourist's Expectation, Tourist's Satisfaction, Candle Parade



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศเป็นลำดับต้นๆ ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจหลายประการ สำหรับประเทศไทยรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2555- 2559 อยู่ที่ประมาณ 144. ล้านล้านบาท และมีการเติบโตกว่าร้อยละ 16.6 ต่อปี จากการคาดการณ์ของ UNWTO ภายในปี ค.ศ. 2020 นักท่องเที่ยวทั่วโลกจะมีการเดินทางมาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมากถึง 397 ล้านคน ด้วยเหตุผลดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2564 - 2560) โดยให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและการแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบและกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนและการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต บนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ

นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้ทำการตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยอย่างเข้มข้น ทั้งจัดกิจกรรมภายในประเทศ และทำการตลาดภายนอกประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของไทย ภายใต้แคมเปญ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน Amazing Thailand Year 2018” เน้นการส่งเสริมกิจกรรมที่มีเสน่ห์ มีเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น สร้างคุณค่าและรักษาจุดเด่นของประเทศ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมรวมถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมเฉพาะถิ่น ฮีตสิบสอง – คองสิบสี่ ทั้งนี้ยังอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ทั้งป่าไม้ สัตว์ป่า พืชพรรณนานาชนิด แหล่งน้ำขนาดใหญ่น้อยหลายแห่ง และภูมิทัศน์ที่งดงามแปลกตาโดดเด่น ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นหนึ่งในเมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว โดยในปี 2016 จังหวัดอุบลราชธานีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวมากถึง 2,751,685 คนและหนึ่งในงานประเพณีที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมมากที่สุด คือ ประเพณีแห่เทียนพรรษา

นอกจากนี้ประเพณีแห่เทียนพรรษายังปรากฏอยู่ในคำขวัญจังหวัดอุบลราชธานีเช่นเดียวกัน คือ เมืองแห่งดอกบัวงาม แม่น้ำสอง สีมีปลาแซบหลาย หาดทรายแก่งหิน ถิ่นไทยนักปราชญ์ ทวยราษฎร์ใฝ่ธรรม งามล้ำเทียนพรรษา ผาแต้มก่อนประวัติศาสตร์ งานประเพณีแห่เทียนพรรษาเป็นงานประเพณีที่รวมความผูกพันของชุมชนท้องถิ่น การจัดงานแห่เทียนพรรษาสืบทอดกันมายาวนานมากถึง 117 ปี ถือเป็นประเพณีที่เป็นจิตวิญญาณหรือวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนอุบล งานบุญที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของจังหวัดอุบลราชธานี โดยได้กำหนดจัดงานขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 และแรม 1 ค่ำ เดือน 8 หรือในวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษาของทุกปี โดยเริ่มมีการทำต้นเทียนประกวดกันมาตั้งแต่ พ.ศ. 2470 จนกระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2520 จังหวัดอุบลราชธานีได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้จัดงานสัปดาห์ประเพณีแห่เทียนพรรษาให้เป็นงานประเพณีที่ยิ่งใหญ่ประจำจังหวัดเรื่อยมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ภายในงานมีการประกวดต้นเทียน 2 ประเภท คือ ประเภทตีพิมพ์และแกะสลัก โดยขบวนแห่จากคุ้มวัดต่างๆ พร้อมนางฟ้าประจำต้นเทียนจะเคลื่อนขบวนจากหน้าวัดศรีอุบลรัตนารามมาตามถนน จนมาสิ้นสุดที่ทุ่งศรีเมือง มีการแสดงสมโภชต้นเทียนครึกครื้นสว่างไสวไปทั่วทั้งงาน ประเพณีแห่เทียนพรรษาถือเป็นประเพณีที่ชาวอุบลราชธานีได้มีส่วนร่วมในการจัด ไม่ว่าจะ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานภาคประชาชนและทุกภาคส่วนในการร่วมจัดงานประเพณีประจำปี จังหวัดที่มียาวนานคู่บ้านคู่เมือง

ด้วยประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี เป็นประเพณีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทยที่มีการจัดขบวนแห่เทียนพรรษาทั้งภาคกลางวันและกลางคืน มีการพ่อนรารวมไปการจัดขบวนแห่เทียนที่ยิ่งใหญ่สะท้อนถึงเอกลักษณ์วิถีชีวิตของชาวอีสาน นอกจากนี้งานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ยังถือว่าเป็นงานแห่เทียนพรรษาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้จึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวชมความยิ่งใหญ่ของงานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานีในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้การดูแลทั้งเรื่องของจุดบริการนักท่องเที่ยว ที่นั่งสำหรับชมการแสดง บุคลากรด้านความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงกิจกรรมต่างๆที่จัดเตรียมไว้ภายในงานอาจไม่เพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมงาน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญอันเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงศักยภาพของพื้นที่ในการบริหารจัดการรูปแบบงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน ผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัยในหัวข้อ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานีโดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

### การทบทวนวรรณกรรม

#### ทฤษฎีและเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

Buhalis (2000) ได้อธิบายความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6A's ดังนี้ 1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง, สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ 2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการคมนาคม, สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ร้านอาหาร การจัดเลี้ยงและบริการการท่องเที่ยว ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน 4. ที่พัก (Accommodations) คือ ที่พัก ที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพื้นที่ 5. กิจกรรม (Activities) คือกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ 6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไพร่ชนีย์และโทรคมนาคม

J. Pelasol (2012) ได้กล่าวว่าการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้นต้องเข้าถึงพื้นที่นั้นๆ อีกทั้งควรคำนึงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการได้แก่ 1. ความดึงดูดใจ (Attraction) 2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 4. ที่พัก (Accommodation) 5. กิจกรรม (Activity) 6. ด้านการจัดการและบริการท่องเที่ยว (Ancillary Services)



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Dickman (1996 อ้างถึงใน วิชาวิอินทราคม, 2553) กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว (Tourist destination and tourism product) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ หลัก หรือที่เรียกว่า องค์ประกอบ 5A's คือ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม ต่าง ๆ (Activities) ทั้งนี้ องค์ประกอบการของการท่องเที่ยว (Attraction/ Destination components) ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ 1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction/Destination) ประกอบด้วย 1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี 1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และ 1.3 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอื่นๆ ประกอบด้วย 2.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว Accessibility (Middleton, 1994) 2.2 ที่พัก (Accommodation) 2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) หมายถึง พื้นฐานการบริการที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง สรุปลงได้ว่า หากกล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนอกจากการนิยาม ความหมายการท่องเที่ยวแล้วนั้น องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว อันหมายถึง สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction), เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility), สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities), ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations), กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) องค์ประกอบการท่องเที่ยวเหล่านี้จะเป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ นับได้ว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการกระตุ้นการตัดสินใจการเลือกและเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

สุรางค์ จันทร์อม (2542: 118, อ้างใน รักชนก โสภพิศ, 2542: 65) กล่าวว่าความ คาดหวังคือ อันดับของจุดหมายที่ตั้งไว้เป็นความคาดหวังที่น่าจะเป็นไปได้ ชีวิตของคนเราทุกคน ย่อมขึ้นอยู่กับความคาดหวังด้วยกันทั้งสิ้นพฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกในปัจจุบัน เราย่อม คาดหวังผลในอนาคต ฉะนั้น ความคาดหวังจึงเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตของบุคคล

สุณีย์ ธีรดากร (2525: 92, อ้างใน รักชนก โสภพิศ, 2542: 6) ให้ความหมาย ของ ความคาดหวังที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงของคนว่า ความคาดหวัง คือ “การทำนายเหตุการณ์ว่าจะมีอะไรเกิดขึ้นบ้างการคาดหวังจะเกิดได้ก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่เราเคยมีประสบการณ์เดิมมาก่อน”

แนวคิดในการอธิบายความคาดหวังของ Rotter (อ้างถึงใน สุรีย์กาญจนวงศ์, 2549 : 5) แบ่งเป็น 2 ประการ คือ ความคาดหวังเฉพาะกับความคาดหวังทั่วไป ซึ่งความคาดหวังเฉพาะ (Specific Expectancies) สะท้อนให้เห็นประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งใน อดีตกับความคาดหวังทั่วไป (Generalized Expectancies) ซึ่งเป็นผลรวมของประสบการณ์ใน สถานการณ์ต่างๆที่คล้ายคลึงกันหรือเกี่ยวข้องกัน ในขณะที่สันติชัย คำสมาน (อ้างถึงใน สุภักฎาณี สุขสำราญ, 2544 : 16) ได้อธิบายความคาดหวังในลักษณะของการเป็นทฤษฎีช่วยตัดสินใจในการ กระทำว่ามีข้อพิจารณาเกี่ยวกับความคาดหวัง 2 ประการ คือ พิจารณาเป้าหมายที่จะไปสู่สิ่งที่มี คุณค่ามากน้อยเพียงไร (Valance) และพิจารณาว่า สิ่งที่สามารถคาดหวังให้ไปถึงจุดหมายได้ เพียงไร (Expectancy) โดยทั้ง 2 ประการนี้มีความสัมพันธ์กัน และความคาดหวังในการทำงานสู่ เป้าหมายนี้ได้มีแนวคิดสำคัญตามทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal – Setting Theory) เสนอโดย Edwin Locke (อ้างถึงใน สุภักฎาณีสุข สำราญ, 2544 : 16) ที่เห็นว่าจิตใจของมนุษย์เรานั้นโดยธรรมชาติจะ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ถูกกระตุ้นโดยเป้าหมาย (Goal) ให้ต้องแสดงพฤติกรรมตามเป้าหมายและความตั้งใจของตน เพื่อนำสู่การบรรลุเป้าหมาย

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

เชลลี (Shelley, 1975) กล่าวว่ามนุษย์มีความรู้้อยู่ 2 ลักษณะ นั่นคือความรู้สึกในทางบวกกับความรู้สึกในทางลบ รู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกชนิดที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะก่อให้เกิดความสุข ส่วนความรู้สึกในทางลบเป็นความรู้สึกชนิดที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วก่อให้เกิดความไม่สบายใจ ความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้ง 2 ชนิดนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ สำหรับวรูม (Vroom, 1964) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้ง 2 คำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นที่ศนคติทางบวกจะแสดงให้เห็นเป็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นส่วนที่ศนคติทางลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน รวมทั้งการส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายขององค์การ

จิตตินันท์ เดชคุปต์ (2538 : 23) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการหมายถึง ภาวะทางอารมณ์หรือความรู้สึกทางบวกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่บุคคลจะได้รับจริงในระดับที่สอดคล้องกับสิ่งที่บุคคลที่เป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่บุคคลจะได้รับจริง ในระดับที่สอดคล้องกับสิ่งที่บุคคลคาดหวังเอาไว้ในสถานการณ์บริการนั้นๆ

อเดย์และแอนเดอร์สัน (Aday and Anderson. 1975 : 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกความนึกคิดเห็นที่เกี่ยวเนื่องกับที่ศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้นๆ และประสบการณ์เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลด้วยการศึกษาเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

#### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้า เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อนำทฤษฎีและแนวคิดมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอกับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปปรับปรุงในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์
4. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้เสนอแนะ
5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of congruence)
6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบอีกครั้งแล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่คุณผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะแล้วทดลองใช้ (try-out) กับพนักงานโรงพยาบาลบางโพ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยหา สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามทั้งโครงสร้าง (30 ชุด) และจัดทำแบบสอบถามเท่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (400 ชุด)
3. เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่วันที่ 27 กรกฎาคม ถึง วันที่ 29 กรกฎาคม 2561 โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยแนะนำตนเองอธิบายวัตถุประสงค์ในการศึกษาและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแจ้งให้กลุ่มตัวอย่างทราบว่าคำตอบหรือข้อมูลทั้งหมดที่ผู้วิจัยถือว่าเป็นความลับและนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่านั้น

3.2 เมื่อนักท่องเที่ยวยินดีเป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยมอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่องานแท็กซี่นพพรฯ จังหวัดอุบลราชธานีจากนั้นอธิบายวิธีตอบแบบสอบถามโดยละเอียด

3.3 เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามหากพบว่าไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ผู้วิจัยได้ซักถามเพิ่มเติมจากนั้นกล่าวคำขอบคุณ

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานแท็กซี่นพพรฯ จังหวัดอุบลราชธานีระหว่างวันที่ 27-29 กรกฎาคม 2561 ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งคณะผู้วิจัยประยุกต์แบบสอบถามจากอรุณพร อธิมาตรไมตรี(2556) และมนัสสินี บุญมีศรีสง่าและคณะ (2556) มาเป็นแนวคำถามเพื่อสร้างแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

### การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นผ่านวิธีการสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา(Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความ สอดคล้องของข้อความคำถามกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยหาค่าความตรงเชิงเนื้อหาโดยค่า IOC ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ตลอดจนปรับปรุงข้อความคำถามให้มีความชัดเจนและกระชับไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษาที่มี ลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรแต่มีใช้ตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายในของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมของทุกข้อความคำถามเป็นรายข้อซึ่งมีค่า .30 ขึ้นไป จากนั้นผู้วิจัยนำคำถามที่ผ่านเกณฑ์ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามซึ่งค่าความเชื่อมั่นมี





การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ค่า ตั้งแต่ .70 ขึ้นไป การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ 1. วิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อสำรวจหรือค้นหาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยวิเคราะห์องค์ประกอบ เชิงสำรวจ(Exploratory Factor Analysis) 2. วิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี สถิติค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3. เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ใช้สถิติ t-test และ F-test

### ผลการวิจัย

ตารางค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นสภาพที่เป็นจริง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ความคาดหวัง				ความพึงพอใจ				PNI	ลำดับที่
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่		
1. สิ่งดึงดูด	4.19	.68	มีผลมาก	3	4.19	.682	มีผลมาก	3	0	4
2. การเข้าถึงสถานที่จัดงาน	3.98	.84	มีผลมาก	5	3.92	.806	มีผลมาก	5	- 0.015	6
3. สิ่งอำนวยความสะดวก	3.95	.784	มีผลมาก	6	3.99	.773	มีผลมาก	4	0.010	3
4. รูปแบบการจัดงาน	4.29	.720	มีผลมากที่สุด	1	4.39	.648	มีผลมากที่สุด	1	0.022	2
5. กิจกรรมภายในงาน	4.21	.736	มีผลมากที่สุด	2	4.36	.557	มีผลมากที่สุด	2	0.034	1
6. การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.05	.784	มีผลมาก	4	3.84	1.024	มีผลมาก	6	-0.054	5
รวม	4.11	0.591	มีผลมาก		4.11	0.560	มีผลมาก		0	

ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลำดับแรก คือ ด้านรูปแบบการจัดงาน อยู่ในระดับมีผลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมภายในงาน อยู่ในระดับมีผลมากที่สุด ด้านสิ่งดึงดูดอยู่ในระดับมีผลมาก ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมีผลมาก ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน อยู่ในระดับมีผลมาก และน้อยที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับ มีผลมาก ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรก คือ ด้านรูปแบบการจัดงาน อยู่ในระดับมีผลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมภายในงาน อยู่ในระดับมีผลมากที่สุด ด้านสิ่งดึงดูดอยู่ในระดับมีผลมาก ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมีผลมาก ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน อยู่ในระดับมีผลมาก และน้อยที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมีผลมาก ตามลำดับ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามข้อมูลทั่วไป สามารถสรุปได้ ดังนี้ ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ พบว่า ด้านรูปแบบการจัดงาน ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสิ่งดึงดูด ด้านกิจกรรมภายใน นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามอายุ พบว่า ด้านกิจกรรมภายในงาน ด้านรูปแบบการจัดงาน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ด้านรูปแบบการจัดงาน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมภายในงาน ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านรูปแบบการจัดงาน ด้านกิจกรรมภายในงาน ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามอาชีพ พบว่า ด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านรูปแบบการจัดงาน และด้านกิจกรรมภายในงาน และด้านภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามรายได้ พบว่า ด้านรูปแบบการจัดงาน ด้านกิจกรรมภายใน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และด้านภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่งเทียนพรรษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน และชาย จำนวน 161 คน มีอายุต่ำกว่า 21 ปี สถานะโสด การศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา 6 และปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

15,000 บาท วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ใช้พาหนะในการเดินทางรถยนต์ส่วนตัว จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว มากกว่า 3 ครั้ง เดินทางมากับเพื่อน จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1 วันและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 1,001 – 2,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลำดับแรก คือ ด้านรูปแบบการจัดงาน รองลงมา คือ ด้านคือ กิจกรรมภายในงาน อยู่ในระดับมีผลมากที่สุด และสิ่งดึงดูดอยู่ในระดับมีผลมากตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูด (Attractions) การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด (Available Packages) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) การให้บริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) โดยปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dickman (1996 อ้างถึงใน ภาววิอินทราคม, 2553) กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว (Tourist destination and tourism product) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ หลัก หรือที่เรียกว่า องค์ประกอบ 5A's คือ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม ต่าง ๆ (Activities)

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่มีต่องานแห่งเทียนพรรษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านรูปแบบการจัดงาน ด้านกิจกรรมภายในงาน ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว และด้านภาพรวม ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรชัย ลิ้มพรจิตวิไล (2548 : 54) ได้ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเนื่อง แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่องานแห่งเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านรูปแบบการจัดงาน ด้านกิจกรรมภายในงาน ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว และด้านภาพรวม แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง (2558) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติบางกอกในภาคใต้ของประเทศไทย ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเนื่อง ภูมิภาค และจำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน และเป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของจิรัชยา จิตต์ไพบูลย์สุข (2552) ปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ ได้แก่ เจตคติหรือทัศนคติ แรงจูงใจ และการรับรู้ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ 1. เจตคติ (Attitude) หรือทัศนคติ เป็นลักษณะหนึ่งของคุณลักษณะหรือด้านความรู้สึก (Affective Characteristic) เป็นคุณลักษณะภายในซึ่งยากต่อการสร้างนิยามการปฏิบัติการ (Operation Definition) การนิยามมักทำได้เพียงการให้นิยามมโนทัศน์ (Conceptual Definition) สิ่งที่ดีว่าเป็นลักษณะด้านความรู้สึก 2. แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังผลักดันในจิตใจที่จะกำหนดพฤติกรรมไป



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ในทิศทางใดๆให้ได้รับสิ่งที่ต้องการ ซึ่งมีทั้งความรุนแรงและทิศทาง 3. การรับรู้ (Perception) หมายถึงกระบวนการที่อินทรีย์มีการสัมผัสการแปลความซึ่งต้องอาศัยอวัยวะในการสัมผัสและประสิทธิภาพของสมองรวมทั้งประสบการณ์เดิมของบุคคลในการเข้าใจความหมายสิ่งเร้าที่ได้สัมผัสเป็นการติดต่อระหว่างอินทรีย์กับสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องของสมองที่เกิดขึ้นตัวบุคคลภายหลังจากที่ได้รับการสัมผัสกระบวนการรับรู้ทำให้บุคคลทราบว่าตนมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ อย่างไรก็ตามปัญหาของการรับรู้ก็คือสิ่งต่างๆที่กระตุ้นอวัยวะในการรับรู้สิ่งเดียวกัน แต่การโต้ตอบจะไม่เหมือนกันในแต่ละคนแต่ละเวลาทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภูมิหลังของแต่ละคน

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมขอบเขตด้านประชากรให้มีความหลากหลายมากขึ้นไม่กระจุกตัวอยู่ที่นักเรียนและนักศึกษา เนื่องจากอาจได้ความคิดเห็นที่ไม่ครอบคลุม

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากท่านอาจารย์นรินทร์ ยืนทน และท่านอาจารย์อรนพพัฒน์ เหมือนเผ่าพงษ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง คณะผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของท่านอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ขอขอบพระคุณชาวจังหวัดอุบลราชธานีทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไป ด้วยดี อนึ่งผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและขอมอบความกตัญญูกตเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น คณะผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียวและยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .(2560).การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวของโลกในปี

ค.ศ.2020 (World tourism Organization). สืบค้น เมื่อ 2 กรกฎาคม 2561, จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/>

ฉัตรชัย ลิ้มพรจิตรวิไล.(2548). ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวไทย.วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย สาขาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ทองดี ลำตัน.(2558).การศึกษาประเพณีเข้าพรรษาในสังคมไทยภาคอีสาน.วิทยานิพนธ์สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ธนภุต สุทธินันท์โชติ.(2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ-เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี.วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

พระรณยุทธ ชาตเมธ(ถนอมศรี).(2556).ศึกษาความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงประเพณีแห่เทียนพรรษาของชาวพุทธจังหวัดอุบลราชธานี.วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาพระพุทธ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พรศิริ บินนาราวี. (2555). การวิเคราะห์ข้อมูลความคาดหวัง การรับรู้ และการเปรียบเทียบความ  
คาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัด  
แม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจ  
บัณฑิตย.

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง.(2558). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติบาง  
กนกในภาคใต้ของประเทศไทย.วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร.(2560). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การ  
ท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก.วิทยานิพนธ์คณะ  
บริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.

สำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี.(2559).สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดอุบลราชธานี ปี  
2559. สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2561, จาก [http://ubon.nso.go.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=210&Itemid=540](http://ubon.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=210&Itemid=540)