



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่มีต่อการท่องเที่ยว ศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี

สรวิศ พรหมสวัสดิ์

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
e-mail : Untouchable2442@gmail.com

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น อายุ 15-22 ปี ที่เข้ามาท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี ในช่วงระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2561 โดยมีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จากสถิตินักท่องเที่ยว ปี 2560 จำนวน 611,559 คน (กระทรวงการท่องเที่ยว, 2560) ซึ่งทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane,T, (1976) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) มีเครื่องมือคือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage)

ผลวิจัยจากการสำรวจความพึงพอใจด้านต่างๆ จำนวน 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ 1) ด้านสถานที่ 2) ด้านการให้บริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ 3) ด้านการอำนวยความสะดวก และ 4) ด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 77.60 มีความพึงพอใจในภาพรวมในทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ ) หากพิจารณาในรายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่า หัวข้อที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ เรื่องความสวยงามของสถาปัตยกรรมและการออกแบบ ( $\bar{X} = 4.33$ ) เรื่องความสวยงามและความร่มรื่นของทัศนียภาพภายนอก ( $\bar{X} = 4.22$ ) และการมีจุดพักผ่อนที่สามารถนั่งรับประทานอาหารอย่างเหมาะสมและเพียงพอ ( $\bar{X} = 4.21$ )

**คำสำคัญ :** ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มวัยรุ่น ศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## The Study of Thai Adolescents Tourists Satisfaction towards The Thai-Chinese Cultural Center at Udonthani.

Sorawit Promsawat

Tourism Industry and Hospitality Management, Faculty of Humanities and Social Sciences  
Suan Sunandha Rajabhat University  
e-mail : Untouchable2442@gmail.com

### Abstract

The purpose of this research was to study the adolescent tourists' satisfaction towards the Thai-Chinese Cultural Center at Udonthani by classified their demographic factors. The sample population for this study was composed of tourists who visited The Thai-Chinese Cultural Center at Udonthani. Questionnaires were used as a research tool to collected the data which were distributed to 400 tourists ranging in age from 15 to 22 years. Descriptive statistics were used for data analysis.

Results found that their overall satisfaction the majority of tourists were 77.60% of the respondents had high levels of an overall satisfaction with mean scores above 3.88 for all items. Most of the tourists were satisfied with the beautiful scenery and the amazing Thai-Chinese architectural design. With the average scores 4.21 or 84.20% of them perceived that visiting the place was worth and there are full of seating and refreshment area. The perception when visiting the place was higher than their expectations. The satisfaction was at the satisfactory level.

**Keywords:** Tourists' Satisfaction, Adolescents, Thai-Chinese Cultural Center



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## บทนำ

การขยายตัวของอุดรธานีในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมา มีการขยายตัวอย่างมากจากการลงทุนของทางภาครัฐ และภาคเอกชนเหมือนดั่งหัวเมืองต่างจังหวัดในภูมิภาคอื่นๆ เนื่องจากอุดรธานีมีเส้นทางที่เป็นเมืองใกล้ชายแดนลาว เป็นจังหวัดที่มีขนาดจังหวัดใหญ่ที่สุดของทางอีสานเหนือและมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งศูนย์การค้า สถานที่ท่องเที่ยวมากมาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทางฝั่งไทยและทางฝั่งลาวให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีทำให้ความเจริญหลังไหลเข้ามาในจังหวัดค่อนข้างมาก (ไทยรัฐออนไลน์, 2560)

ด้วยปัจจัยสนับสนุนดังกล่าว จังหวัดอุดรธานี ได้ตระหนักมาโดยตลอดว่าการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ จึงได้มีการเดินทางพัฒนาสาธารณูปโภคให้พร้อมรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว อาทิ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง การผลักดันการขยายสนามบินนานาชาติอุดรธานีให้เสร็จ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีมากกว่า 60 เที่ยวบิน (ไป-กลับ) ต่อวัน และจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี คาดว่าจะรองรับนักท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคนต่อปี (พันธวัฒน์ เศรษฐวิไล, 2560)

ด้วยเหตุนี้ จังหวัดอุดรธานีจึงเร่งพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว และเสริมเพิ่มเติมแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว พัฒนาต่อยอดให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ตัวอย่างเช่น ศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี เป็นต้น ก็เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้พัฒนาปรับปรุงให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุดรธานี โดยศาลเจ้าปู่-ย่า นั้นได้มีการก่อตั้งมาอย่างยาวนานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2488 โดยกลุ่มพ่อค้าชาวจีนในจังหวัดอุดรธานี และต่อมาในปี พ.ศ. 2552 ได้มีการจัดสร้างศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานีขึ้นเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ของจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นจุดศูนย์รวมอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีบรรพชนและหลักปรัชญา ของพี่น้องชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นต้นแบบให้กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในด้านการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อตอบสนองกับกระแสการท่องเที่ยวในหัวเมืองรองมากขึ้น (กิตติพัฒน์ ชูราศรีและคณะ, 2558)

คณะผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี และสนใจศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นวัยรุ่น เนื่องจากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่จะเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง มีบทบาทเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นบทบาทในครอบครัว บทบาทในสังคม รูปแบบการแสดงออกการดำเนินชีวิต และคนกลุ่มนี้จะเติบโตเป็นประชากรที่พัฒนาประเทศชาติต่อไปในอนาคต อันจะนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตลอดจนเพื่อค้นหาช่องทางและกลยุทธ์สื่อสารทางการตลาดที่จะเข้าถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญกลุ่มนี้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวชมศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี

## ระเบียบวิธีวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาใช้แบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เดินทางท่องเที่ยว



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

จังหวัดอุดรธานี จากสถิตินักท่องเที่ยวปี 2560 จำนวน 611,559 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane, T. (1976) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยสอบถามข้อมูลด้านความพึงพอใจ โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม

2. การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ด้าน 1) ด้านสถานที่ 2) ด้านการให้บริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ 3) ด้านการอำนวยความสะดวก และ 4) ด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม

การให้คะแนนในแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ โดยได้ใช้เกณฑ์ของ ลิเคิร์ตสเกล (Likert scales) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก
- 3 คะแนน หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อยที่สุด

ใช้เกณฑ์การประเมิน โดยแบ่งช่วงคะแนนที่ใช้วิธีการคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class interval) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผล (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) ดังนี้

- 4.21–5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด
- 3.41–4.20 หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก
- 2.61–3.40 หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจปานกลาง
- 1.81–2.60 หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อย
- 1.00–1.80 หมายถึง นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อยที่สุด

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage)

### ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี พบว่า

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวม ทั้ง 4 ด้าน มีคะแนนเฉลี่ย 3.88 คิดเป็นร้อยละ 77.60 ซึ่งจัดอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และเมื่อพิจารณาแยกในแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดไปยังน้อยที่สุด พบว่า ค่าเฉลี่ยในด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีค่ามากที่สุด คือ 4.10 คิดเป็น ร้อยละ 82.04 ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวมีความความพึงพอใจมาก รองลงมาคือค่าเฉลี่ยด้านการให้บริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มีคะแนนเท่ากับ ด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 คิดเป็นร้อยละ 77.25 ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก และลำดับสุดท้ายที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.74 คิดเป็นร้อยละ 74.82 ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละคะแนนความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยววัยรุ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี**

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	การแปลผล
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	4.10	82.04	พึงพอใจมาก
2. ด้านการให้บริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	3.86	77.25	พึงพอใจมาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.74	74.82	พึงพอใจมาก
4. ด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม	3.86	77.25	พึงพอใจมาก
<b>รวม</b>	<b>3.88</b>	<b>77.60</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาที่ท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน แต่ละด้าน พบว่า

**ด้านสถานที่ท่องเที่ยว**

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความสวยงามของสถาปัตยกรรมและการออกแบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เทียบเป็นร้อยละ 86.60 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ความสวยงามและความร่มรื่นของทัศนียภาพภายนอก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เทียบเป็นร้อยละ 84.40 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

แสดงถึงเอกลักษณ์โดดเด่นทางวัฒนธรรมของจังหวัด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เทียบเป็นร้อยละ 81 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เทียบเป็นร้อยละ 81 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความรู้ เพลิดเพลินให้นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เทียบเป็นร้อยละ 77.20 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

**ด้านการให้บริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่**

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เทียบเป็นร้อยละ 81 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ความสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และตอบคำถามได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เทียบเป็นร้อยละ 77.20 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เทียบเป็นร้อยละ 76 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

เจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เทียบเป็นร้อยละ 74.80 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก



### ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการมีจุดพักผ่อน นั่งรับประทานอาหารที่เหมาะสมและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เทียบเป็นร้อยละ 84.20 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

มีจุดนัดพบ จุดพักคอย และจุดประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เทียบเป็นร้อยละ 82 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

มีการสื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ ที่ดีเข้าถึงได้ทุกช่องทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เทียบเป็นร้อยละ 77.60 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เทียบเป็นร้อยละ 76.80 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

มีป้ายบอกเส้นทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เทียบเป็นร้อยละ 74.40 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ระยะทางจากจุดจอดรถไปยังสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เทียบเป็นร้อยละ 73.60 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 เทียบเป็นร้อยละ 69.80 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

มีที่จอดรถเพียงพอและสามารถรองรับรถได้หลายประเภท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เทียบเป็นร้อยละ 69.4 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

มีรถประจำทางมายังสถานที่อย่างสะดวกสบาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 เทียบเป็นร้อยละ 65.60 อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

### ด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับรสชาติและปริมาณมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เทียบเป็นร้อยละ 81 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ของที่ระลึกมีคุณค่า มีความหลากหลายแสดงถึงเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เทียบเป็นร้อยละ 77.8 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ราคาของที่ระลึกมีความสมเหตุสมผล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เทียบเป็นร้อยละ 74.80 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

อาหารและเครื่องดื่ม หลากหลาย มีรสชาติและคุณภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เทียบเป็นร้อยละ 74.40 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ดังที่แสดงในตารางที่ 2

### ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยววัยรุ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน จังหวัดอุดรธานี แยกตามหัวข้อ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	การแปลผล
<b>1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว</b>			
1.1 ความสวยงามของสถาปัตยกรรมและการออกแบบ	4.33	86.60	พึงพอใจมากที่สุด
1.2 ความสวยงามของสถาปัตยกรรมและการออกแบบ	4.22	84.40	พึงพอใจมากที่สุด
1.3 แสดงถึงเอกลักษณ์โดดเด่นทางวัฒนธรรมของจังหวัด	4.05	81.00	พึงพอใจมาก



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	การแปลผล
1.4 มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความรู้ เพลิดเพลิน	3.86	77.20	พึงพอใจมาก
1.5 ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่	4.05	81.00	พึงพอใจมาก
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>82.04</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
<b>2. ด้านการให้บริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่</b>			
2.1 ความยิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	3.80	76.00	พึงพอใจมาก
2.2 สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และตอบคำถามได้	3.86	77.20	พึงพอใจมาก
2.3 เจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา	3.74	74.80	พึงพอใจมาก
2.4 การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่	4.05	81.00	พึงพอใจมาก
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>77.25</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
<b>3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>			
3.1 มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	3.49	69.80	พึงพอใจมาก
3.2 มีที่จอดรถเพียงพอและรองรับรถได้หลายประเภท	3.47	69.40	พึงพอใจมาก
3.3 ระยะทางจากจุดจอดรถไปยังสถานที่ท่องเที่ยว	3.68	73.60	พึงพอใจมาก
3.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ	3.84	76.80	พึงพอใจมาก
3.5 มีป้ายบอกเส้นทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเพียงพอ	3.72	74.40	พึงพอใจมาก
3.6 มีรถประจำทางมายังสถานที่อย่างสะดวกสบาย	3.28	65.60	พึงพอใจปานกลาง
3.7 มีจุดนัดพบ จุดพักคอย และจุดประชาสัมพันธ์	4.10	82.00	พึงพอใจมาก
3.8 มีจุดพักผ่อน นั่งทานอาหารที่เหมาะสมและเพียงพอ	4.21	84.20	พึงพอใจมากที่สุด
3.9 มีสื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ที่ดีเข้าถึงได้ทุกช่องทาง	3.88	77.60	พึงพอใจมาก
<b>รวม</b>	<b>3.74</b>	<b>74.82</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
<b>4. ด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกอาหารและเครื่องดื่ม</b>			
4.1 ของที่ระลึกมีคุณค่า หลากหลายและเอกลักษณ์	3.89	77.80	พึงพอใจมาก
4.2 อาหารและเครื่องดื่ม หลากหลาย มีรสชาติคุณภาพดี	3.72	74.40	พึงพอใจมาก
4.3 ราคาของที่ระลึกมีความสมเหตุสมผล	3.74	74.80	พึงพอใจมาก
4.4 ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับปริมาณ	4.05	81.00	พึงพอใจมาก
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>77.25</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

อภิปรายผล

ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จากการแบ่งออกเป็น 4 ด้าน พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือด้านการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 3.86 ซึ่งเท่ากับด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม และด้านที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.74 และหากพิจารณาในแต่ละหัวข้อย่อย จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ใน 3 เรื่องด้วยกัน ซึ่งได้แก่ เรื่องความสวยงามของ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สถาปัตยกรรมและการออกแบบ เรื่องความสวยงาม ความร่มรื่นของทัศนียภาพภายนอก และการมีจุดพักผ่อนนั่งทานอาหารที่เหมาะสมและเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานแนวความคิดของ Kotler (2003) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคล หรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้าการที่จะพึงพอใจหรือไม่นั้น เกิดจากผลที่ได้รับ ถ้าหากการบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า จะเกิดความไม่พึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามถ้าผลที่ได้รับจากการบริการนั้นตรงกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ก็ทำให้เกิดความประทับใจ เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวโดยรวมทั้ง 4 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการและการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม นั้น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ซึ่งสัมพันธ์กับงานวิจัยของ เจตน์สุภษฎ์ สังขพันธ์และคณะ (2559) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำ คลองแห อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ในส่วนของหัวข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นั้น เป็นไปตามที่ มณีวรรณ ตันไทย (2533) ได้ศึกษาไว้ว่า ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว จะส่งผลทำให้ระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวลดลง

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาจะพบว่านักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะในเรื่องของรถประจำทางที่มายังสถานที่ท่องเที่ยว และในเรื่องที่จอดรถ ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ศูนย์ท่องเที่ยวควรต้องเร่งปรับปรุงในเรื่องระบบขนส่งมวลชนให้มีความพร้อมและเพียงพอ รวมถึงมีความสะดวกสบาย มีการบริหารจัดการที่ดี จัดพื้นที่จอดรถให้เหมาะสมและเพียงพอ ระบบขนส่งมวลชนต้องมีการเชื่อมโยงไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ เช่น จากสนามบินมายังสถานที่ท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวไปยังแหล่งจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำการศึกษาและวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่นๆ ในจังหวัดอุดรธานี เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา ทะเลบัวแดง ภูฝอยลม หมู่บ้านนาข้าว เพื่อสามารถใช้เป็นข้อมูลในการวางยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุดรธานี ให้เหมาะสม หลากหลาย ครอบคลุมทุกกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายต่อไป

#### เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2560, รายงาน ประจำปี 2560. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://bit.ly/2ljxsN5>  
กิตติพัฒน์ ชูราศรีและคณะ. (2558). อัตลักษณ์คนไทยเชื้อสายจีนในอุดรธานี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.





การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2  
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

- เจตน์สุทธิ สัจพันธ์และคณะ. (2559). ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำ  
คลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา. *Journal Management Sciences*. Vol.33. No.1.
- ชัยนาถ นาคบุปผา. (2514). *โลกของวัยรุ่น*. เชียงใหม่: โรงพิมพ์แสงศิลป์.
- ณัฐภูมิ สุทธิสงคราม และบรรเจิด อินทุจันทร์ยง. (2523). พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงประจักษ์ศิลปาคม  
และความรู้เกี่ยวกับการสร้างเมืองอุดรธานี. *วารสารศิลปวัฒนธรรม*. ปี2523
- ไทยรัฐออนไลน์. (2560). เปิดศักยภาพอุดรธานีเมืองศูนย์กลางการค้าอีสานตอนบนสู่อาเซียน.  
สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://www.thairath.co.th/content/542164>
- พรพิมล จันทร์พลับ. (2538). *พัฒนาการวัยรุ่น*. พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์วัฒนาพร.
- พันธ์วัฒน์ เศรษฐวิไล. (2560). *อุดรโมเดล : พัฒนาเมืองแบบพ่อค้า หันหน้าสู่เวียงจันทร์*.  
สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2561 จาก : [www.the101.world/udon-model/](http://www.the101.world/udon-model/)
- มณีวรรณ ต้นไทย. (2533). *พฤติกรรมให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการ  
อาหารและยาต่อประชาชนที่มาติดต่อ*. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). *ค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย*. *ข่าวสารวิจัยทางการศึกษา*, 18(3). หน้า 8 -11
- สุภางค์ จันทวานิช. (2549). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. (2540). *เกร็ดการบริหารจัดการงาน จัดการคน*. กรุงเทพมหานคร : บุคเบ็งค์
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th ed.Upper Saddle River, NJ: Prentice – Hall.
- Yamane,T. (1976). *Statistic: An Introduction Analysis*. 2<sup>nd</sup> edition. New York : Harper and Row.