

## บทที่ 5

### บทสรุป

ในการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและแนวทางในการปรับปรุงให้บริการด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว โดยทำการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กำลังมาท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) หรือเคยมาท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทั้งนี้ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิด (Open-end Form) ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนับความถี่และจัดกลุ่มของข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน

### สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กำลังท่องเที่ยวหรือเคยมาท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65 โดยมีนักท่องเที่ยวชายเพียงร้อยละ 35 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 67 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาคืออายุใกล้เคียงกันอยู่ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มอายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวเกินกว่าครึ่งหนึ่งคือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 55 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 32.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาและพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และ 27 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 ถึง 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001- 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.75

สำหรับผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ในด้านต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุดในด้านความต้องการของผู้มาท่องเที่ยว (Customer Needs) และความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากในสามด้าน คือ ด้านค่าใช้จ่ายของผู้มาท่องเที่ยว (Customer Cost) ด้านความสะดวกสบาย (Convenience) และด้านความสะดวกในการติดต่อสื่อสารของผู้

ท่องเที่ยว (Communication) หากพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายประเด็นพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ประเด็น คือ ความสวยงามของสถาปัตยกรรมภายในวัดโพธิ์ ( $\bar{X} = 4.38$ ) ความสวยงามของปฏิมากรรมภายในวัดโพธิ์ ( $\bar{X} = 4.32$ ) ความสวยงามของจิตรกรรมฝาผนังภายในวัดโพธิ์ ( $\bar{X} = 4.37$ ) และมีทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น วัดพระแก้ว สนามหลวง ถนนข้าวสาร ( $\bar{X} = 4.35$ ) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเพียงด้านเดียว คือ มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.36$ )

นอกจากนี้ ผลการศึกษาข้อมูลจากนักท่องเที่ยว 84 คน (ร้อยละ 21) ซึ่งได้ระบุปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กว่า 65 คน ระบุปัญหาและข้อเสนอแนะด้านความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำไม่สะอาดและมีจำนวนไม่เพียงพอ จำนวน 17 คน ที่จอดรถไม่เพียงพอ และที่นั่งพักผ่อนไม่เพียงพอ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจำนวน 25 คน ระบุปัญหาและข้อเสนอแนะเรื่องราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่เหมาะสม ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจำนวน 20 คน ได้ระบุปัญหาและข้อเสนอแนะด้านความสะดวกในการติดต่อสื่อสารของผู้มาท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ และการจัดเอกสาร แผ่นพับ แนะนำการชมสถานที่ไม่เพียงพอ

### อภิปรายผล

จากผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำมาอภิปรายเพื่อวางแผนการปรับปรุงธุรกิจท่องเที่ยวในตลาดชาวไทยได้ดังนี้ เมื่อพิจารณาอาชีพและอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซึ่งเป็นนักศึกษาและพนักงานบริษัท โดยมีอายุระหว่าง 20-30 ปี ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวพึงพิจารณาให้ความสำคัญกับแผนงานตลอดจนนโยบายในการดำเนินงานและการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว เช่น นักศึกษามักนิยมเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคล เช่น กลุ่มเพื่อน หรือญาติ นอกจากนี้ยังนิยมเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตอีกด้วย ดังนั้นการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จึงเป็นแนวทางที่ผู้เกี่ยวข้องพึงพิจารณา การลงทุนด้านประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้วิจัยประเมินว่าเป็นการลงทุนต้นทุนต่ำหากเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ นอกจากนี้การลงทุนดังกล่าวสามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดธุรกิจท่องเที่ยวในภาคส่วนของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษาและพนักงานบริษัทได้เป็นอย่างดี

สำหรับปัญหาหรืออุปสรรคในการท่องเที่ยววัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) พบว่า แม้โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ ในระดับมากที่สุด และใน

ระดับมากจากแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท แต่เมื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้รับ จากคำถามปลายเปิด (Open-end form) ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยระบุว่ายังมีปัญหาที่ ต้องการการแก้ไขปรับปรุง 8 ประเด็น โดยเรียงจากความถี่มากไปน้อย ได้แก่ ราคาอาหารและ เครื่องดื่มไม่เหมาะสมแพงเกินไป ที่จอดรถไม่เพียงพอ ห้องน้ำไม่สะอาดและมีจำนวนไม่เพียงพอ เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่นำเที่ยวภายในวัดไม่เพียงพอ ที่นั่งพักผ่อนตามจุดต่างๆไม่เพียงพอ มีป้ายชื่อ และรายละเอียดประกอบไม่เพียงพอ การเดินทางมาท่องเที่ยวยังไม่สะดวก และการจัดเอกสาร แผ่นพับ แนะนำการชมสถานที่ไม่เพียงพอตามลำดับ

จากประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยประเมินว่า เป็นประเด็นที่ผู้เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการแก้ไข เพื่อยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ได้ไม่ยาก เช่น ประเด็นด้านความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังวัด ควรจัดให้มีประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เช่น องค์การขนส่งมวลชน การท่าเรือ การรถไฟแห่งประเทศไทย บริษัทรถไฟฟ้ามหานคร เพื่อให้มีความสะดวกในการเดินทางที่หลากหลายทั้งการ เดินทางทางเรือ รถไฟฟ้า และรถใต้ดิน เช่น โครงการ รถต่อเรือ เรือต่อรถไฟฟ้า และจัดให้มีการ ประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวเพื่อลดการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถส่วนบุคคลเพื่อช่วยลด ปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ ทั้งนี้ยังสามารถช่วยลดการใช้พลังงานได้อีกทางหนึ่งด้วย

ทั้งนี้ เมื่อประเด็นต่างๆ ได้รับการปรับปรุงแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ควบคู่กันไป คาดว่าจะช่วยยกระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มมากขึ้น อาจก่อให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำและแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมา เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) เนื่องจาก (दनัย เทียนพุดม, 2543, หน้า 26) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า จะช่วยส่งผลต่อกำไรกับธุรกิจใน 4 หนทาง ด้วยกัน คือ เพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ สร้างการส่งเสริมการขายเชิงบวกแบบปากต่อปาก เพิ่มการ จ่ายเพิ่มขึ้นในขณะที่ทำการซื้อของลูกค้า และมีผลต่อกระแสเงินสดหมุนเวียน

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณากระบวนการเปลี่ยนแปลงความคิดและทัศนคติพบว่า การ เปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นใน 3 ระดับ คือ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม (จุมพล รอดคำดี อ้างอิงใน วัทนา สุรชีวิน 2541, หน้า 47-48) ดังนั้นการปรับปรุงในประเด็นดังกล่าวย่อมโน้มน้าว นำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเปลี่ยนแปลงไปในเชิงบวกได้หากทุกฝ่ายลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง ซึ่งไม่ เพียงแต่จะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในเชิงความคิด และความรู้สึกเท่านั้น หากขอบเขต ในการเปลี่ยนแปลงน่าจะลงลึกไปถึงขั้นของการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมในแง่ของการเพิ่มโอกาส ในการเดินทางกลับมาเยือนซ้ำได้อีกด้วย ดังนั้นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

ยอมไม่เพียงอำนวยความสะดวกในเชิงเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้แก่แหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น หากยังส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยโดยรวมควบคู่ไปพร้อมกันอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) จัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร และยังได้รับความสนใจทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้วยเหตุนี้ความพึงพอใจในการมาเยือนสถานที่ดังกล่าวย่อมมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์โดยรวมต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างปฏิเสธไม่ได้ ดังนั้นการเสริมสร้างความพึงพอใจตลอดจนความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ย่อมเป็นเหมือนการหล่อหลอมความคิดเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในไทยโดยเฉพาะ การท่องเที่ยวโบราณสถาน โดยรวมได้อย่างไม่ต้อสงสัย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะประเด็นที่เกี่ยวข้องซึ่งนำไปประยุกต์ใช้ในการบริการจัดการการท่องเที่ยวในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) ดังนี้

ด้านการปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการ ควรแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนบุคคลผู้ให้บริการ และส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก โดยในส่วนแรกผู้ทำวิจัยมีความเห็นว่า ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่แนะนำประวัติความเป็นมาของวัด รวมถึงงานสถาปัตยกรรมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกวัด เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนมากที่ต้องการทราบข้อมูลเหล่านี้ ทั้งนี้หากมีข้อจำกัดในแง่ของงบประมาณดำเนินการ ผู้วิจัยเสนอให้มีการเปิดรับนักศึกษาหรือบุคคลทั่วไปที่มีความรู้ในเรื่องดังกล่าวมาเป็นทีมงานบริการในรูปแบบของการฝึกงาน หรือประสานงานไปยังโรงเรียนใกล้เคียงจัดทำโครงการยุวทูตน้อย ทั้งนี้อาจประสานงานไปยังการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมอบใบวุฒิบัตรหรือใบประกาศให้เป็นการตอบแทน

ส่วนด้านการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) อันได้แก่ ที่นั่งพักผ่อน หอน้ำ จุดข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สถานที่จอดรถ ผู้ทำวิจัยเห็นว่าควรทำงานประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวใน 2 ด้าน คือด้านคุณภาพและด้านปริมาณหรือความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าว โดยประเมินเปรียบเทียบในแต่ละช่วงเวลา เช่น ในวันธรรมดา หรือในวันหยุดนักขัตฤกษ์ เพื่อค้นหาช่วงวิกฤตที่จำนวนนักท่องเที่ยวมีปริมาณมากเกินความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป เช่น หากหอน้ำมีจำนวนไม่เพียงพอ ควรประเมินว่าช่วงวันใดเป็นวันที่มีนักท่องเที่ยวมากเกินกว่าจำนวนของหอน้ำที่จะให้บริการ หากช่วงวิกฤตเป็น

เฉพาะช่วงวันหยุดนักชดถุภษ ก็อาจจะประสานงานไปยังส่วนงานบริการกรุงเทพมหานครเพื่อขอ บริการรถสุขาเคลื่อนที่เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในวันดังกล่าวเป็นต้น

### **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มขึ้นในการปรับปรุงธุรกิจท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบมากขึ้น
2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพ ในรายชอง นักท่องเที่ยวที่ประเมินความประทับใจในการท่องเที่ยวต่ำกว่ามาตรฐาน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลของปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆ โดยละเอียด เพื่อจะเป็น ข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงธุรกิจท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น