

พฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวใน
การท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร
Tourist Behavior and Satisfaction on Marketing Mix Factors of Tourists
in the Indigo Clothes Road Market at Sakon Nakhon

ชมพูนุท สมแสน* ละเอียต ศิลาโนย กัณทิมาลย์ จินดาประเสริฐ

Chompoonoot Somsaen*, La-iaed Silanoi, Kantimarn Chindaprasert

อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Sakon Nakhon Rajabhat University

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Dean, Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University

อาจารย์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Lecturer, Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University

chompoo4020@gmail.com

Received: April 2, 2019

Revised: May 10, 2019

Accepted: July 18, 2019

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีความมุ่งหมายของการวิจัย 2 ข้อ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จ.สกลนคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เข้าชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร จำนวน 385 คน

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าผ้าครามโดยเฉพาะ รองลงมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ลักษณะในการเดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง พาหนะที่ใช้เดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวระหว่าง 1,501-2,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มากกว่า 3 ครั้ง และรู้จักถนนผ้าคราม จากการบอกเล่าจากปากต่อปาก นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านบุคลากร พ่อค้า แม่ค้าพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม อยู่ในอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงถนนผ้าคราม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เส้นทางเดินชมตลาด มีความสะดวก ด้านราคา เรื่องความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม ด้านกระบวนการจำหน่ายสินค้าและอาหารด้วยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง ด้านส่งเสริมการตลาด การโฆษณาโดยใช้

สื่อออนไลน์ และด้านที่ให้ความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ การจัดแบ่งโซนเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจนักท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ถนนผ้าคราม

Abstract

The research aimed 1) study the behavior of the tourists touring Phakram road of Sakon Nakorn province and 2) to examine their satisfaction towards the mixed marketing factors. The samples used in the research were 385 tourists. The research instrument a questionnaire.

The research findings were as follows.

A majority of the tourists visiting the road in question were females, aged 31-35 years. They had a bachelor degree and were mainly the government officials / state enterprise employees. Their average monthly income was more than 25,000 baht. It was found that the main purposes of the tourists were to visit the site, and to buy the indigo-dyed clothes. Their secondary target was to relax. A majority of them came with their family members or kinsfolks. They travelled with their own vehicles. Their travelling spending averaged 1,501 -2,000 baht. They had come to the site more than three times. They came to know the place by words of mouth. They had a high level of satisfaction concerning the tourist site. They were satisfied with personnel, politeness and generosity of traders, followed by products, sales of goods, convenient walking space, price, worthiness in spending, process, fast delivery of food, marketing promotion, and online ads. The aspects least satisfactory to the tourists were physical surroundings and zoning.

Keywords: Tourists' Behavior, Satisfaction, Mixed Marketing Factors, Phakram Road.

บทนำ

ในยุคปัจจุบัน การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็วและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้สามารถนำเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมหาศาลในแต่ละปี เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทอื่น ๆ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน การหมุนเวียนและกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคของประเทศได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับท้องถิ่นและประเทศชาติ เหตุผลข้างต้น รัฐบาลจึงพยายามผลักดันให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้และใช้เป็นโอกาสในการพัฒนาชุมชนอย่างทั่วถึง

ในปี 2562 คาดว่าประเทศไทยจะยังคงรักษาอันดับ 1 ใน 4 ของประเทศที่สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว สูงสุดของโลก โดยกำหนดเป้าหมายรายได้รวมทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 โดยเป็น

รายได้ที่เกิดจาก ตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยเน้นการสร้างคามเข้มแข็งจากภายใน (Strengthen from within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่จะทำให้คนไทยรักและภาคภูมิใจในประเทศไทย สร้างความต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมและรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดยถ่ายทอดเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ และทำให้คนไทยได้รับมุมมองใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยวผ่านแคมเปญ “Amazing ไทยเท่” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) การท่องเที่ยวภายในประเทศเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล รวมทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นจัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดี รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นให้มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ซึ่งเหมาะกับชาวบ้านในจังหวัดสกลนคร มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างเรียบง่าย เลี้ยงลูกหลานให้รู้จักช่วยเหลือตัวเองทำงานบ้าน มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ค้นหา คือ ผ้าคราม (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสกลนคร, 2561)

จังหวัดสกลนครถือเป็นจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะที่โดดเด่นจากแหล่งผลิตที่มีความเฉพาะเจาะจง ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือที่เรียกว่าสินค้า GI Geographical Indication มากเป็นลำดับต้นๆ ของประเทศ สินค้าที่ถือได้ว่าเป็นความหวังของจังหวัดสกลนครอย่างแท้จริง คือ ผ้าครามธรรมชาติ โดยผลิตภัณฑ์ผ้าครามธรรมชาติของจังหวัดสกลนครได้รับการรับรองจากสภาหัตถกรรมโลก (World Craft Council) ทั้งนี้ การย้อมและทอผ้าครามสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มแม่บ้านได้มากกว่าร้อยละ 50 เมื่อนำไปตัดเย็บจะสร้างมูลค่าเพิ่มได้กว่าร้อยละ 70 และผ้าทอที่ถูกแปรรูปด้วยดีไซเนอร์ระดับแนวหน้ายังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มาก (ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2561) ปัจจุบันผ้าย้อมครามของจังหวัดสกลนครมีฝีมือปราณีตละเอียดละออสีสดใส สีเสียงดังไกลไปถึงฮอลลีวูดในภาพยนตร์ เรื่องทรอยด์ ได้เลือกใช้เสื้อผ้าที่ผ้าย้อมครามด้วยสีธรรมชาติฝีมือแม่ที่ตาจากสกลนครนั่นเอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) ผ้าย้อมครามของจังหวัดสกลนครจัดว่ามีชื่อเสียงในภาคอีสาน ทั้งจัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์หน้าตาของจังหวัด ดูได้จากผู้คนท้องถิ่นนิยมสวมใส่ผ้าผ้าย้อมครามในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงออกงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นบุญประเพณี งานสังคมเชิงวัฒนธรรม ต้อนรับผู้มาเยี่ยมเยือนถิ่นก็ตาม (สยามรัฐออนไลน์, 2562)

“ย่านเมืองเก่าสกล ถนนผ้าคราม” หรือเรียกสั้นๆ ว่าถนนผ้าครามตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร บนถนนเรืองสวัสดิ์ มีความยาว 500 เมตร เป็นถนนคนเดินที่เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากครามที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ (ดิจีทัลไกด์บุ๊ก คู่มือรักช้อป รวบรวมข้อมูลร้านค้า, 2561: ออนไลน์) รวบรวมสินค้าผ้าย้อมครามของชาวสกลนครจากหลายร้าน ซึ่งเป็นผ้าพื้นเมืองยอดนิยมของจังหวัดสกลนคร เพื่อให้นักท่องเที่ยวและประชาชนชาวสกลนครเข้าถึงผ้าย้อมครามได้ง่าย เปิดให้บริการทุกวันเสาร์-อาทิตย์ สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลายจากผ้าย้อมครามไม่ได้มีแต่เสื้อผ้าเท่านั้น ยังประยุกต์เป็น เช่น ผ้าทอเป็นผืน ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ กระเป๋า พวงกุญแจ เครื่องประดับ รองเท้า และของใช้อีกหลายอย่าง ดีไซน์สมัยใหม่ ถือเป็นถนนคนเดินที่มีเอกลักษณ์อีกแห่ง

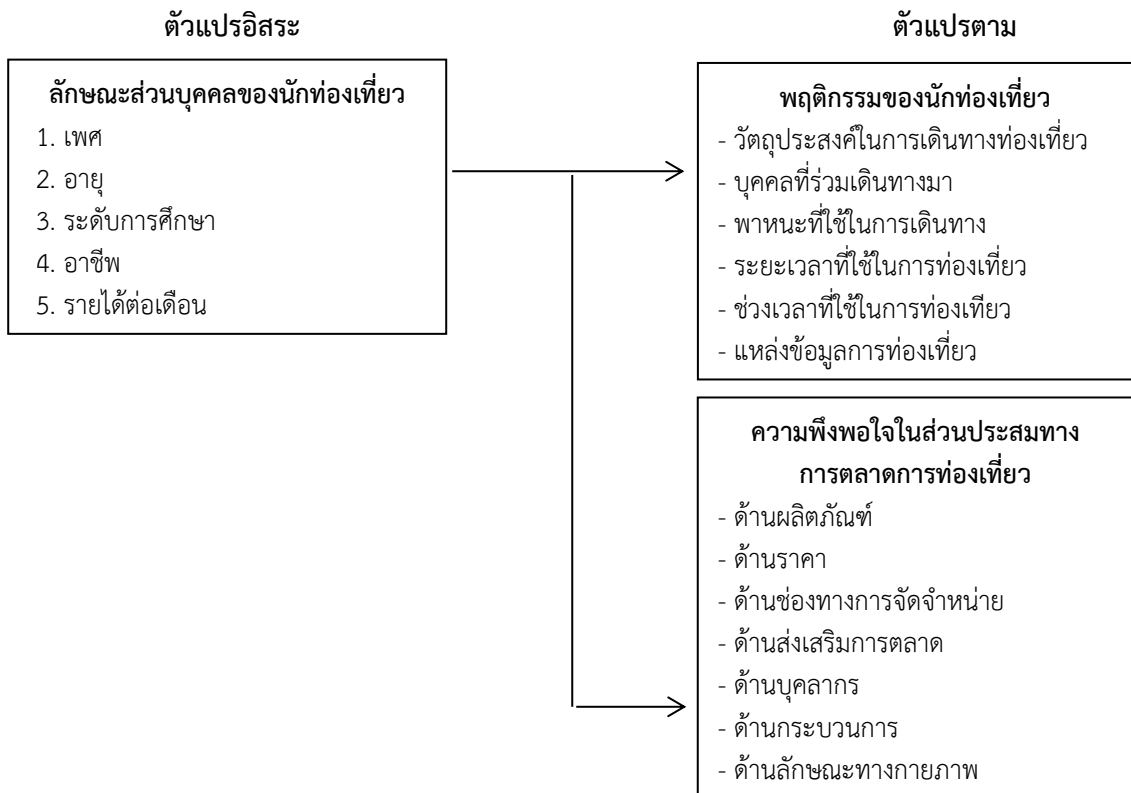
จากความหลากหลายแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสกลนคร ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร รวมถึงความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาถนนผ้าคราม

ให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างดีที่สุด ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยว
รวมถึงคำนึงถึงการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณี ทำให้ประชาชนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง
โดยยังคงเสน่ห์ความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับและประทับใจ
ประโยชน์แก่การท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว
ถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนน
ผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ในการวิจัยครั้งนี้ ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร เนื่องจากเป็นการศึกษาวิจัยค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean, μ) และไม่ทราบจำนวนประชากร รู้ว่าประชากรมีจำนวนมาก แต่ไม่สามารถรวบรวมได้โดยแท้จริง ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาวิจัยค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean, μ) ของคัสซานี (Khazanie) ซึ่งกำหนดให้ความเชื่อมั่นที่ $(1-\alpha)$ 100% และใช้สูตรของ ดร.ละเอียด ศิลา น้อย นำมาคำนวณจำนวนตัวอย่างเพื่อการศึกษาวิจัยค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean, μ) โดยที่ไม่ทราบจำนวนประชากร จะได้จำนวนตัวอย่างดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \left(\frac{1.96 \sigma}{\sigma/10} \right)^2 \\ n &= \left(\frac{(1.96)(10) \sigma}{\sigma} \right)^2 \\ n &= \left(\frac{(1.96)(10)}{1} \right)^2 \\ n &= ((1.96)(10))^2 \\ n &= (1.96)^2 \\ n &= 384.16 \\ n &= 385 \quad (\text{โดยปัดเศษทศนิยมขึ้นเป็นจำนวนเต็มเสมอ}) \end{aligned}$$

นั่นคือ จะได้ตัวอย่างจำนวน 385 ราย โดยกำหนดความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% และกำหนดความคลาดเคลื่อน (e) เป็น 1 ส่วนใน 10 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร (σ) (ละเอียด ศิลา น้อย, 2560: 94) ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถาม จำนวน 385 คน

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เข้าชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม สำหรับแบบสอบถาม ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร เป็นคำถามปลายปิดลักษณะคำถาม มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice) ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามให้เรียงลำดับความพึงพอใจ ตามมาตราส่วนประมาณค่า Rating Scale ลักษณะของคำถาม ประกอบด้วย ข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญในแต่ละเรื่อง โดยใช้หลักการของลิเคิร์ท (Likert, Rensis, 1967) ใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าดังนี้ 4.50–5.00 คือพึงพอใจมากที่สุด 3.50–4.49 คือพึงพอใจมาก 2.50–3.49 คือพึงพอใจปานกลาง 1.50–2.49 คือพึงพอใจน้อยมาก 1.00–1.49 คือพึงพอใจน้อยที่สุด

3. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นผ่านวิธีการสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยได้หาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) คือ ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content) ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) และความเหมาะสมในด้านภาษา (Wording) จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้การหาค่าความเชื่อมั่นตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหาตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยหาค่าความตรงเชิงเนื้อหาโดยค่า IOC ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ตลอดจนปรับปรุงข้อคำถามให้มีความชัดเจน และกระชับไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษาที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากร แต่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายในของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรวมของทุกข้อคำถามเป็นรายข้อ ซึ่งมีค่า .50 ขึ้นไป จากนั้นผู้วิจัยนำคำถามที่ผ่านเกณฑ์ ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งค่าความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 1-30 พฤศจิกายน 2561

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติ 2 ประเภทในการวิเคราะห์ คือ

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับบรรยายข้อมูลส่วนบุคคล

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้ การทดสอบค่า (t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่มและใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่ม และในกรณีที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจะทดสอบความแตกต่าง เป็นรายคู่ (Multiple comparisons) ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe Method)

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ผู้ศึกษาได้ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ขอนำเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จ.สกลนคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.60 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.40

2. อายุ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.2 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.7 อายุระหว่าง 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.1 อายุระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.8 อายุระหว่าง 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.2 อายุระหว่าง 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.1 อายุระหว่าง 15-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.7 อายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.9 และอายุน้อยกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.5

3. ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมา ได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 6.5 ปวส. คิดเป็นร้อยละ 4.9 มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 2.3 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 0.8

4. อาชีพ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 31.4 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 14.8 ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 6 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.6

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมา ได้แก่ รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.9 รายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.1 รายได้น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.9 รายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.4 และรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.5

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร

1. วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าผ้าครามโดยเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 44.2 และอันดับน้อยที่สุด คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ของครอบครัว/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 1.3

2. ลักษณะในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 45.5 และอันดับน้อยที่สุด คือ เดินทางมากับบริษัท/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 0.8

3. พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 88.8 และอันดับน้อยที่สุด คือ รถตู้/นำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 1.3

4. ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวระหว่าง 1,501-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.1 และอันดับน้อยที่สุด คือ มีค่าใช้จ่าย 2,001-2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.8

5. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.5 และอันดับน้อยที่สุด คือ เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 11.4

6. สื่อที่ทำให้รู้จักถนนผ้าคราม ส่วนใหญ่รู้จักถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร จากการบอกเล่าจากปากต่อปาก คิดเป็นร้อยละ 46.5 และอันดับน้อยที่สุด คือ และรู้จักจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 0.3

ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จ.สกลนคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.01) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย = 4.41) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.39) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.22) มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.14) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย = 3.90) ด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.67) และด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.37) มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครแยกตามรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.39) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงถนนผ้าคราม (ค่าเฉลี่ย = 4.45) รองลงมา ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้าในถนนผ้าคราม (ค่าเฉลี่ย = 4.40) และบรรจุภัณฑ์สินค้าในถนนผ้าคราม มีความสวยงามเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 4.33) ตามลำดับ

ด้านราคา นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.14) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.21) รองลงมา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.20) และราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.22) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เส้นทางเดินชมตลาดมีความสะดวก (ค่าเฉลี่ย = 4.29) รองลงมา ได้แก่ ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งถนนผ้าคราม (ค่าเฉลี่ย = 4.27) ร้านจำหน่ายสินค้ามีหลายร้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.26) และสามารถเข้าถึงถนนผ้าคราม เดินทางได้หลากหลายช่องทาง เช่น สามารถเดินทางได้โดยรถยนต์ส่วนตัว หรือมีรถโดยสารสาธารณะให้บริการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.07) ตามลำดับ

ด้านส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.67) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.77) รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาโดยใช้ป้ายประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.74) การจัดแสดงและกิจกรรมในพื้นที่ถนนผ้าคราม (ค่าเฉลี่ย = 3.60) และการมีส่วนลด/ราคาพิเศษ (ค่าเฉลี่ย = 3.45) ตามลำดับ

ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.41) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พ่อค้า แม่ค้าพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.46) รองลงมา ได้แก่ พ่อค้า แม่ค้าแต่งกายมีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.44) พ่อค้า แม่ค้ากระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.37) และพ่อค้า แม่ค้ามีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และถนนผ้าครามได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย = 4.32) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีการบริการ จำหน่ายสินค้าและอาหารด้วยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.05)

รองลงมา ได้แก่ มีการจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.92) มีป้ายให้ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 3.90) และมีบริการดูแลรักษาความปลอดภัยสำหรับที่นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.71) ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.37) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า การจัดแบ่งโซนเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88) รองลงมา ได้แก่ มีการติดป้ายราคาสินค้า อาหารและบริการไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 3.57) มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.23) ถึงขยะมีปริมาณที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 3.14) และจุดที่นั่งพักผ่อนเพียงพอและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.38) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครในภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติ (t-test) พฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร (โดยรวม)

ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ชาย (n=148)		หญิง (n=237)		t	Sig.(2-tailed)
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม	3.29	2.32	3.20	2.20	0.391	0.696
2. ลักษณะในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม	2.75	1.03	2.66	0.95	0.849	0.396
3. พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม	1.30	0.92	1.23	0.78	0.770	0.442
4. ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม	3.57	1.65	3.43	1.61	0.804	0.422
5. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.11	1.14	3.00	1.15	0.899	0.369
6. สื่อที่ทำให้รู้จักถนนผ้าคราม	3.01	1.06	2.86	1.09	1.354	0.177
รวม	2.84	0.56	2.73	0.53	1.899	0.058

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2-1.5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร (โดยรวม) ของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สมมติฐาน ที่ 1.2 Sig.	สมมติฐาน ที่ 1.3 Sig.	สมมติฐาน ที่ 1.4 Sig.	สมมติฐาน ที่ 1.5 Sig.
1. วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม	0.120	0.178	0.000*	0.030*
2. ลักษณะในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม	0.120	0.104	0.390	0.001*
3. พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม	0.177	0.427	0.507	0.509
4. ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
5. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	0.001*	0.222	0.001*	0.008*
6. สื่อที่ทำให้รู้จักถนนผ้าคราม	0.526	0.267	0.756	0.130
รวม	0.020*	0.000*	0.010*	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าครามในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าครามในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าครามที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าครามในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมในการมาเที่ยวถนนผ้าครามในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม ลักษณะในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม และจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน

พฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร
ชมพูนุท สมแสน ละเอียด ศิลาณ้อย กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ

มีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมและด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ มีเพียงด้านด้านราคาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสถิติ (t-test) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (โดยรวม) ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด	ชาย (n=148)		หญิง (n=237)		t	Sig.
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.47	0.48	4.34	0.53	2.423	0.016
2. ด้านราคา	4.26	0.58	4.07	0.63	3.051	0.002*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.30	0.47	4.18	0.58	1.054	0.293
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.69	0.81	3.61	0.77	2.245	0.025
5. ด้านบุคลากร	4.47	0.55	4.35	0.57	2.075	0.039
6. ด้านกระบวนการ	3.95	0.60	3.87	0.64	1.271	0.204
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.38	0.74	3.38	0.80	0.000	1.000
รวม	4.08	0.37	3.97	0.43	2.481	0.014

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.2-2.7 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (โดยรวม) ของนักท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาด	สมมติฐาน ที่ 2.2 Sig.	สมมติฐาน ที่ 2.3 Sig.	สมมติฐาน ที่ 2.4 Sig.	สมมติฐาน ที่ 2.5 Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.004*	0.017*	0.000*	0.000*
2. ด้านราคา	0.028*	0.176	0.035*	0.000*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.434	0.223	0.139	0.068
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	0.000*	0.025*	0.007*	0.001*
5. ด้านบุคลากร	0.000*	0.079	0.000*	0.000*
6. ด้านกระบวนการ	0.001*	0.577	0.492	0.291
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.000*	0.012*	0.099	0.002*
รวม	0.079	0.260	0.63	0.027*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการมาเที่ยวถนนผ้าครามในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการมาเที่ยวถนนผ้าครามในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมไม่ต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพไม่ต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการไม่ต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งขึ้นไว้

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร อภิปรายได้ดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จ.สกลนคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป สอดคล้องกับงานวิจัยของปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงระดับการศึกษาปริญญาตรี และ มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร พบว่า วัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าผ้าครามโดยเฉพาะ รองลงมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ลักษณะในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติพี่น้อง พาหนะที่ใช้เดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยตรง

ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวระหว่าง 1,501-2,000 บาท จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง สื่อที่ทำให้รู้จักถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่รู้จักจากการบอกเล่าจากปากต่อปาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณิศา ตันศิรินาถกุล, (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสวนใหญ่มิวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ นิยมมาท่องเที่ยวกับครอบครัว และญาติ การมาเที่ยวครั้งนี้เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางสวนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว นิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และสวนใหญ่รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีผ่านคำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ ผู้ศึกษาจึงมีความเชื่อว่า เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เพิ่งได้รับความสนใจ และด้วยการคมนาคมที่สะดวกสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ได้ รวมถึงความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของพ่อค้าแม่ค้า ทำให้เกิดการบอกเล่าจากปากต่อปาก แล้วเกิดความต้องการที่จะเดินทางมาเที่ยวชมสถานที่จริง

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ให้ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ให้ความพึงพอใจด้านบุคลากร เรื่อง พ่อค้า แม่ค้าพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม อยู่ในอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์สื่อถึงถนนผ้าคราม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่องเส้นทางเดินชมตลาดมีความสะดวก ด้านราคา เรื่องความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม ด้านกระบวนการ มีการบริการ เรื่องจำหน่ายสินค้าและอาหารด้วยความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง ด้านส่งเสริมการตลาด เรื่องการโฆษณาโดยใช้สื่อออนไลน์ และด้านที่ให้ความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ การจัดแบ่งโซนเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ตามลำดับ ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ วิสัยงาม ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตบนเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวตอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมให้ความสำคัญอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านคุณลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดทำแผนงานบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร ภาพรวมให้ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมถนนผ้าคราม ให้ความพึงพอใจด้านบุคลากร เรื่อง พ่อค้า แม่ค้าพูดจาสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการรักษามาตรฐานการบริการของบุคลากรหรือพนักงานไว้ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการเข้ามาใช้บริการในถนนผ้าครามมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากผลการศึกษาที่ได้รับแล้ว ผู้ศึกษาได้พบประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจที่คาดว่า จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปขยาย เพื่อเป็นประเด็นศึกษาต่อไปในอนาคตต่อไป จึงขอเสนอแนะ

2.1 ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร เพิ่มเติม เพราะความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ อาจมีผล ต่อการจัดรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ของถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

2.2 ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร เพื่อนำผลจากการศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้ถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร มีคุณภาพการบริการมากยิ่งขึ้น และเป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *เส้นทาง สีสัน อัจฉริยะ ผ้าไทย*. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2562, จาก http://thaifest.tourismthailand.org/open_pdf.php?bookId=22&lg=Th
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562*. *การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.tourismthailand.org/fileadmin /downloadsB5-2562.pdf>
- ญาณิศา ตันศิรินาถกุล. (2551). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี*. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ดิจิตัลไกด์บุ๊ก คู่มือนักท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลร้านค้า. (2561). *ถนนคนเดินคราม*. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2561, จาก <http://80root.com/pages/80rootnew2>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2561). *รายงานแนวโน้มธุรกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไตรมาสที่ 2 ปี 2561 โครงการแลกเปลี่ยนข้อมูลเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างธนาคารแห่งประเทศไทยกับภาคธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/NorthEastern/DocLib_BLP/BLP_Q22018.pdf
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548ก). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปรววรรณ วิสัยงาม. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตบนเกาะช้าง จังหวัดตราด*. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ. (2550). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี*. (ปริญญาโทบริหารวิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ละเอียด ศิลาน้อย. (2560). *วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (เน้นการบริหารธุรกิจ การท่องเที่ยว และการโรงแรม)*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาสารคาม: คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สยามรัฐออนไลน์. (2559). *วัฒนธรรมงามจรดผืน ‘ผ้าย้อมคราม’ ถิ่นสว่างสกลฯ*. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2562, จาก <https://siamrath.co.th/n/2255>.

พฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร
ชมพูนุท สมแสน ละเอียด ศิลาโนย กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสกลนคร. (2561). *ผ้าคราม*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561,
จาก <http://pr.prd.go.th/sakonnakhon/main.php?filename=otop1>

Transted Thai References

- Bank of Thailand Northeast office. (2018). *Business Outlook Report for the North East Region, 2nd Quarter 2018 Economic and Business Information Exchange Program between the Bank of Thailand and the business sector*. Retrieved 5 April 2018, from <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/NorthEastern/>
- Boonlert jittangwattana. (2005). *Sustainable tourism development*. Bangkok: Press and Design Company Limited.
- Digital guidebook, lover, shopper, shop information (2019). *Indigo Walking Street*. Retrieved 5 December 2018, from <http://80root.com/pages/80rootnew2>
- La-iard Silanoi. (2017). *Quatitative Research Methodologies for Humanities and Social Sciencesb. (Focus on business management, tourism and hotel)*. (2nd ed.). Mahasarakham: Faculty of Tourism and Hotel Management Mahasarakham University.
- Porawan Wisaingam. (2011). *Factors Affecting Decision Making of resort type accommodation on Koh Chang, Trat Province*. (Self-study M.A., Hotel Management and Tourism. Naresuan University).
- Public Relations Officer Provincial Public Relations Office, Sakon Nakhon (2018). *Indigo dyed fabric*. Retrieved 5 November 2018, from <http://pr.prd.go.th/sakonnakhon/main.php?filename=otop1>
- Pramote Lertjittkaroon. (2007). *Thai Tourists' Satisfaction with Somdet Phra Narai National Museum, Lopburi Province*. (Thesis M.S. (Recreation Management) Graduate School. SrinakarinWiroth University).
- Siamrath. (2016). *Beauty to the Indigo Dyed*. [Online]
Cited search : <https://siamrath.co.th/n/2255> On May 15th 2019.
- Tourismthailand. (2018). *The Amazing Array of Colorful Thai Textiles*. Retrieved 30 April 2019, from http://thaifest.tourismthailand.org/open_pdf.php?bookId=22&lg=Th
- Tourismthailand. (2018). *Summary of the 2019 Tourism Promotion Plan Tourism Authority of Thailand (TAT)*. . Retrieved 30 May 2019, from <https://www.tourismthailand.org/fileadmin/downloadsB5-2562.pdf>
- Yanisa Tangsiriratkul. (2008). *Tourist Behavior and Satisfaction in Chiang Mai Night Safari Zoo*. (Self-study, M.Ed., Chiang Mai University).