



# ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดงานเทศกาลประเพณีจูลักทิน

## The Expectation and Satisfaction of Thai Tourists toward the Jullakatin Festival

- **ชวัลนุช อุทยาน**
- สาขาวิชาการท่องเที่ยว
- ภาควิชาภาษาต่างประเทศและอุตสาหกรรมบริการ
- คณะศิลปศาสตร์
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- 
- **Chawannuch Uthayan**
- Department of Tourism
- Department of Foreign Language and Service Industry
- Faculty of Liberal Arts
- Rajamangala University of Technology Krungthep
- E-mail: chawannuch.u@rmutk.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ผลความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกระบวนการจัดงานเทศกาลประเพณีจูลักทิน วัดทัพคล้าย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี วิธีการวิจัยใช้เชิงปริมาณในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 228 ตัวอย่าง ผลการวิจัย พบว่า ค่าความคาดหวังและความพึงพอใจต่องานประเพณีจูลักทินโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับแรกด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อันดับสองด้านกิจกรรมงาน และอันดับสามด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางสังคมของประชากร

และพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดงานเทศกาลประเพณีจุลจลฐิน

**คำสำคัญ:** นักท่องเที่ยวชาวไทย ความคาดหวัง ความพึงพอใจ งานเทศกาลประเพณีจุลจลฐิน

## Abstract

This research aims to evaluate the behavior of tourist participants in Jullakatin, a Buddhist festival celebrating the end of Buddhist Lent. This local religious festival was held at Wat Tap Klaiy, Ban Rai Distirct, Uthai Thani. An exploratory research method was employed. Based on the literature review, the questionnaire was developed to examine socio-demographics, expectations and satisfactions. The validity and reliability of questionnaires were ensured. Results showed that the overall expectation and satisfaction toward the Jullakatin Festival were at a mederate level. Tourist respondents were most satisfied with the facilities provided, followed by the festival activities as well as life safety and security, respectively. The results also showed relationship between the socio-demographics and travelling behavior of tourists and their expectation and satisfaction. It was found from past studies that there are three main components that determine tourists' behavior in the success of a destination development for event tourism, including facility, tourists' activity, and tourists' safety.

**Keywords:** Thai Tourists, Expectation, Satisfaction, Jullakatin Festival

## บทนำ

เทศกาลงานประเพณีในประเทศไทยเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงลักษณะความเป็นท้องถิ่นที่มีหลากหลายทั้งรูปแบบและวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นงานสมโภชต่าง ๆ หรืองานประเพณีทางพระพุทธศาสนา งานตามเทศกาลประจำปีของกลุ่มประชากรและชาติพันธุ์ต่าง ๆ ซึ่งจัดเป็นประจำในรอบปี นอกจากนี้มีงานแสดงผลผลิตซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของประเทศไทย ทั้งผลผลิตทางการเกษตรและผลผลิตทางธรรมชาติ ไม้ดอกไม้ประดับ และยังมีงานที่สะท้อนภูมิปัญญาด้านการละเล่นและการแข่งขันต่าง ๆ ในรูปแบบงานมหกรรมกีฬา และการแข่งขันต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบประเพณีและสากล สะท้อนให้เห็นรูปแบบเทศกาลงานประเพณีอันหลากหลาย มีสีสัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทศกาลงานประเพณีในประเทศไทยนั้นถือได้ว่ามีรูปแบบของงานในลักษณะที่เป็นการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นมารุ่นต่อรุ่น รวมถึงแสดงความเชื่อ ความศรัทธาในศาสนา มีความน่าสนใจในตัวงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านรากเหง้าทางวัฒนธรรมของงาน งานบุญทางพุทธศาสนาที่มีความโดดเด่นในแง่ที่เป็นต้นตำรับ ไม่มีปรากฏในที่อื่น ๆ สะท้อนเอกลักษณ์พิธีทางศาสนา ประเพณีเฉพาะท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและคติความเชื่อในการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่น (อนุชา ธีรคานนท์, และคณะ, 2552: 3)

พิธีจุลกฐินวัดทัพคล้าย ตำบลทัพหลวง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เป็นพิธีการถวายผ้าพระกฐินที่เกิดจากความสามัคคี ร่วมแรง ร่วมมือ ร่วมใจ ของชาวบ้าน ตั้งแต่กระบวนการเก็บดอกฝ้าย คัดแยกใยฝ้าย ทำเส้นด้าย ถักทอจนเป็นผืนผ้า ตัดเย็บ และ

ย้อมสี จนเป็นผืนผ้าไตรจีวร ใช้ในการถวายแด่พระภิกษุสงฆ์ตามวัด เป็นพุทธบูชา ซึ่งกระบวนการจะเสร็จสิ้นภายในวันเดียว ยังคงเป็นเอกลักษณ์ของชาวบ้านทัพคล้ายที่ถือปฏิบัติมาตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษ จนเป็นประเพณีของหมู่บ้าน สืบทอดพิธีกรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นกันมายาวนานจนถึงปัจจุบัน สามารถผนวกเข้ากับวิถีชีวิตชุมชนแต่ละตำบล มีผู้นำกลุ่มและมีความพร้อมในการสืบสานประเพณีในงานประเพณีจุลกฐินที่จัดถึงสามวัน เป็นพิธีกรรมที่เป็นฐานข้อมูลให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวในการแสวงหาความรู้ผ่านชุมชน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติที่เน้นการสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจด้วยการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ (รุ่งทิพย์ ไทยสม, ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกกร และอชิระรักษาแก้ว, 2555: 30) ได้แก่ การทอผ้าที่เป็นองค์ความรู้และภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน

จากสภาพการดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาร่วมงานประเพณีมีบทบาทสำคัญที่จะทำให้กระบวนการการจัดการงานเทศกาลประเพณีสำเร็จ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมูลค่าสูง นำไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จึงควรมีการวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกระบวนการจัดงานเทศกาลประเพณีจุลกฐินวัดทัพคล้าย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวเกิดจากแรงจูงใจภายในและภายนอก แรงจูงใจภายในสันนิษฐานว่าอาจเกิดจากเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ

การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคล ส่วนแรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งที่ผลักดันที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจเกิดได้จากการได้รับรางวัล เกียรติยศ ชื่อเสียง คำชม การได้รับการยกย่อง เป็นต้น (Fridgen, 1996: 55-56) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาวัฒนธรรมเป็นการแสดงลักษณะความสัมพันธ์ของแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีแรงจูงใจในเรื่องความแปลกใหม่ของวัฒนธรรมที่ต่างไปจากวัฒนธรรมของตน

รูปแบบของแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยวเป็นการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในหลายมิติ เช่น แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมด้วยการเที่ยวชมทิวทัศน์ของบ้านเมืองอื่น การได้รับประสบการณ์จากวัฒนธรรมอื่น เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง (Swarbrooke and Horner, 2007: 54) แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของบุคคลมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง แรงจูงใจมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมทางสังคมแตกต่างกันไปด้วย ความแตกต่างนี้เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม วิถีชีวิต ระดับชั้นทางสังคม ค่านิยม ปัจจัยทางกฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง และปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสารและเป็นสารสนเทศ ปัจจัยเหล่านี้เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์ จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2544: 47) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นความต้องการที่จะเรียนรู้และรับรู้สิ่งใหม่ ๆ ในสถานที่อื่นหรือประเทศอื่น ๆ เช่น วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม

ประเพณี วิถีชีวิต และศิลปะ ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักผู้อื่น เช่น เรื่องราวที่เกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น (McIntosh and Goeldler, 1986 อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร และ ภัสวดี นิตเกษรสุนทร, 2541: 39) การใช้กิจกรรมทางศาสนา วัฒนธรรมท้องถิ่น และประเพณีประจำปีที่เป็นรากฐานของชุมชนมาสร้างคุณค่าทางจิตใจให้แก่การท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านวิถีชีวิตชุมชนและความพอใจเพียงในวิถีชีวิต สามารถนำมาเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยว (นพพร จันทรนาชู, ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ ภิญโญ และ เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์, 2557: 9)

ประสบการณ์ในอดีตมีผลต่อแรงจูงใจของบุคคลเป็นอย่างมาก โดยมีแนวคิดที่ว่าพฤติกรรมของบุคคลจะเกิดจากสิ่งเร้า และทิศทางของพฤติกรรมถูกกำหนดโดยการเสริมแรงและการลงโทษ นั่นก็หมายความว่า ถ้าบุคคลได้รับการเสริมแรงจากพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง บุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นซ้ำอีก ดังนั้น นักจิตวิทยาที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนี้จึงสรุปว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดจากแรงจูงใจภายนอกมากกว่าแรงจูงใจภายใน โดยพฤติกรรมที่แสดงออกย่อมแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมและสังคม เช่น การทักทาย แสดงออกโดยการไหว้ จับมือ เป็นต้น

ความคาดหวัง (Expectation) เป็นไปในสองแนวทาง ทั้งผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างก็มีความคาดหวังต่องานบริการ ซึ่งหากองค์การธุรกิจบริการสามารถทราบและจัดสิ่งต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่มีอยู่ ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการขึ้น การประเมินความรู้สึก และความคิดเห็น

ของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการ และวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2543: 35) ความคาดหวังของผู้บริโภคนี้เกิดจากประสบการณ์ในการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากแหล่งต่าง ๆ เช่น การโฆษณา หรือการบอกต่อ และจากการคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพของผู้ผลิต ดังนั้น ความคาดหวังนี้จึงเป็นบทสรุปของประสบการณ์เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นความคาดหวังคุณภาพที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งความคาดหวังนี้จะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับคุณภาพและคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้ (Rust, Zahorik, and Keiningham, 1996: 76)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีทางอ้อม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, 2556: 9) ความพึงพอใจ (Satisfaction) ในการรับบริการและความพึงพอใจในการทำงานบริการ ซึ่งหากความพึงพอใจทั้งสองด้านบรรจบกัน การให้บริการที่เกิดขึ้นนั้นก็จะมีคุณภาพมากที่สุด หากความพึงพอใจนั้นเกิดจากการได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการและเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ความพึงพอใจในการทำงานบริการเป็นการที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจงานของตนอันอาจเกิดจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทน และอื่น ๆ ซึ่งเป็นแนวทางที่องค์กรธุรกิจบริการจะต้องจัดให้มีขึ้นทั้งสองด้านและประสานให้สอดคล้องกัน

โดยสื่อสารให้ผู้ให้บริการทำความเข้าใจความคาดหวังในการบริการของผู้รับบริการและผู้ให้บริการเต็มใจที่จะให้บริการตามนั้น ก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริการร่วมกัน คุณค่าของการเข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีเกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจของผู้เข้าร่วมงานที่มีผลมาจากปัจจัยส่วนบุคคล รูปแบบและกระบวนการจัดงาน การเตรียมงาน และการจัดงาน ตลอดจนผลลัพธ์และผลกระทบของงานเทศกาลประเพณี (Getz, 2007: 113) ตัวอย่างเช่น การประเมินการท่องเที่ยวเทศกาลของนักท่องเที่ยว ผู้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวที่ดีที่จะขยายภาคการท่องเที่ยว เพื่อให้เศรษฐกิจมีความหลากหลาย อีกทั้งการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นแบบหลายมิติในแนวเดียวกันกับภูมิปัญญาดั้งเดิม และเน้นว่าการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งแวดล้อม (Anwar and Sohail, 2004: 164) นอกจากนี้ความเชื่อ ความศรัทธาในศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในกลุ่มชนแสดงออกร่วมกันในการมีส่วนร่วมในการประกอบพิธีกรรมในศาสนาในขั้นตอนต่าง ๆ (เรือนแก้ว ภัทรานุประวัติ, 2552: 135) แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนสื่อให้เห็นถึงความเข้มแข็งของชุมชน (ธีรพร ทวีธรรมเจริญ, 2553: 110)

การวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีควรมีการวัดในเรื่องปัจจัยส่วนบุคคล และรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง และความพึงพอใจในการเข้าร่วมงานเทศกาลประเพณี (Getz, 2010: 532) ทั้งนี้เนื่องมาจากสิ่งทีนักท่องเที่ยวคาดหวังและพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านการต้อนรับ ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้ให้บริการ

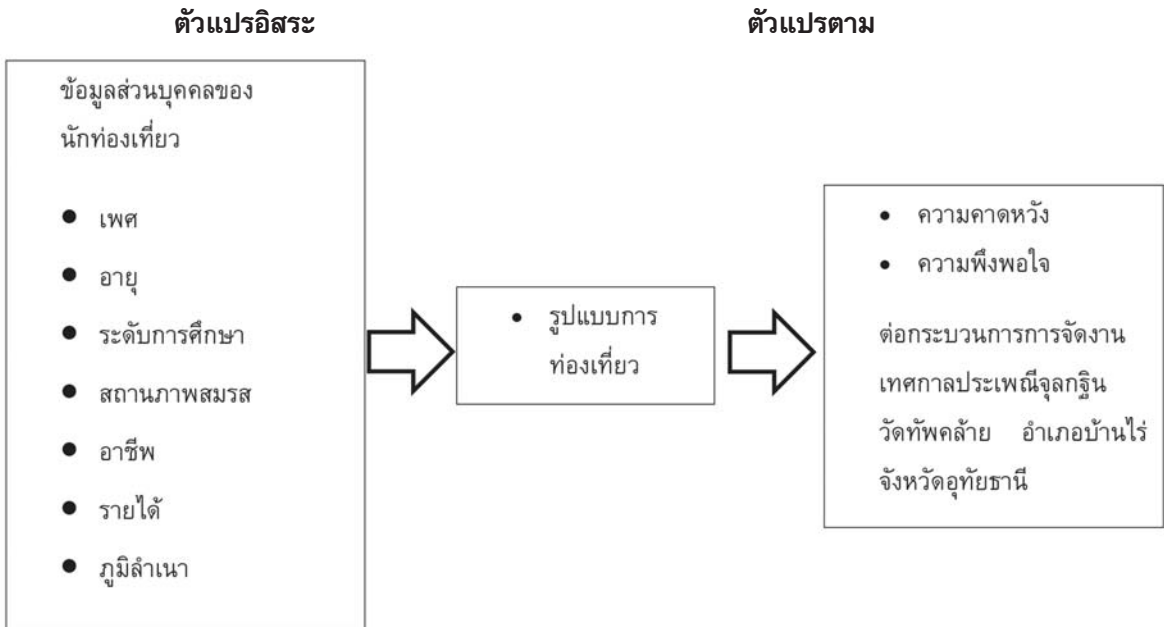
ต่อผู้รับบริการ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและความปลอดภัยในทรัพย์สิน (อริสรา เสนานนท์, 2553: 78) อีกทั้งงานด้านรักษาความปลอดภัยเป็นงานที่มีรูปธรรมชัดเจนในสายตาของประชาชน (กอแก้ว จันทร์กึ่งทอง, 2557: 33) ด้านคุณภาพของความบันเทิงของเทศกาล ทำให้ต้องการกลับมาเที่ยวชมงานซ้ำ (Cole and Chancellor, 2009: 330) ด้านโปรแกรมงานของที่ระลึก อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวก (Yoon, Lee, and Lee, 2010: 337) ส่งผลต่อคุณค่า

ของงานเทศกาลประเพณีความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อให้ได้ผลความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกระบวนการการจัดงานเทศกาลประเพณีจุกจิว วัตถุประสงค์ย่อย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

### กรอบแนวคิดการวิจัย



### สมมติฐาน

H<sub>1</sub>: ความคาดหวังทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกระบวนการการจัดงานเทศกาลประเพณีจุกจิวมีผลกระทบที่แตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลในด้านรายได้ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา วัตถุประสงค์เวลาที่ใช้ การกลับมาเที่ยวซ้ำ สถานที่พักผ่อน ผู้ร่วม

เดินทาง พาหนะที่ใช้ แหล่งข้อมูล ประสบการณ์ท่องเที่ยว การจัดการเดินทาง ค่าใช้จ่าย

H<sub>2</sub>: ความพึงพอใจทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกระบวนการการจัดงานเทศกาลประเพณีจุกจิวมีผลกระทบที่แตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษา วัตถุประสงค์ พาหนะที่ใช้ การจัดการเดินทาง เวลาที่ใช้ สถานที่พักผ่อน

## นียมามคััพท์

1) ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกระบวนการการจัดงานเทศกาลประเพณีจุลจลฐินโดยชุมชนบ้านทัพคล้าย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

2) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบไม่ชอบ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกระบวนการจัดงานเทศกาลประเพณีจุลจลฐินโดยชุมชนบ้านทัพคล้าย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

3) กระบวนการจัดงานเทศกาลประเพณี หมายถึง กิจกรรมขั้นพื้นฐานในการจัดการงานเทศกาลงานประเพณีอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กระบวนการจัดงานเทศกาลประเพณีโดยชุมชนมีส่วนร่วม จะวิจัยเฉพาะพื้นที่บ้านทัพคล้าย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี วิจัยเฉพาะประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาในงานเทศกาลประเพณีจุลจลฐิน ระหว่างวันที่ 22 ถึงวันที่ 24 ตุลาคม 2557 มุ่งเน้นเฉพาะความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

## วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัยใช้เชิงปริมาณในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ เริ่มจากการทบทวนวรรณกรรม โดยการเก็บข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารหนังสือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวกับเทศกาลงานประเพณีจุลจลฐิน ตลอดจนองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือวิจัย จากนั้นดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยจะอยู่รอรับแบบสอบถามกลับคืนโดยทันที กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยไม่เข้าใจ ผู้วิจัยจะคอยชี้แจงและอธิบายข้อสงสัยให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามได้แบบสอบถามกลับคืนทั้งสิ้น 228 ชุดนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม จัดระเบียบหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามลงรหัส นำข้อมูลประมวลผลด้วยข้อมูลทางคอมพิวเตอร์และวิเคราะห์ทางสถิติ ใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล รูปแบบของการเดินทาง ด้วยสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐานและสรุปผล โดยผู้วิจัยสังเคราะห์ผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ข้อมูลจากพื้นที่ รวมทั้งความสัมพันธ์การเชื่อมโยงกันของกระบวนการจัดงานเทศกาลประเพณี และสรุปเพื่อนำไปสู่การเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านข้อมูลประชากรศาสตร์ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (จำนวน 148 คน ร้อยละ 64.9) อายุต่ำกว่า 19 ปี (จำนวน 49 คน ร้อยละ 21.5) สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา (จำนวน 83 คน ร้อยละ 36.4) สถานภาพสมรสโสด (จำนวน 121 คน ร้อยละ 53.1) มีอาชีพหลักกำลังศึกษา (จำนวน 51 คน ร้อยละ 22.4) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (จำนวน 64 คน ร้อยละ 28.1) ภูมิลำเนาอุทัยธานี (จำนวน 120 คน ร้อยละ 52.6)



ผลการวิจัยด้านรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม/ทำบุญ (จำนวน 108 คน ร้อยละ 47.4) ใช้เวลาในการท่องเที่ยวงานประเพณีจุลจลินจำนวนสามวัน (จำนวน 108 คน ร้อยละ 47.4) มีครอบครัว พ่อแม่/ลูก/ญาติร่วมเดินทาง (จำนวน 58 คน ร้อยละ 25.4) จัดการเดินทางเองทั้งหมด (จำนวน 187 คน ร้อยละ 82.0) ด้วยพาหนะส่วนตัว/รถยนต์ (จำนวน 187 คน ร้อยละ 82.0) เดินทางมาเป็นครั้งแรก (จำนวน 74 คน ร้อยละ 32.5) รับข้อมูลข่าวสารงานประเพณีจุลจลินจากเพื่อน ญาติ ครอบครัว (จำนวน 113 คน ร้อยละ 49.6) ไม่พักค้างคืน (จำนวน 100 คน ร้อยละ 43.9) หากพักแรมพักที่บ้านที่พักของครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (จำนวน 71 คน ร้อยละ 31.1) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่า 500 บาท (จำนวน 117 คน ร้อยละ 51.3) ในอนาคตนักท่องเที่ยวคาดว่าจะกลับมาเที่ยวงานประเพณีจุลจลินอย่างแน่นอน (จำนวน 177 คน ร้อยละ 77.6)

### ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าความคาดหวังงานประเพณีจุลจลินโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (MEAN = 3.3698, SD = 1.34782) โดยเรียงลำดับค่าความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ อันดับแรก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.6474, SD = 1.32087) อันดับสอง ด้านกิจกรรมงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.5742, SD = 1.22998) อันดับสาม ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (MEAN = 2.8857, SD = 2.06448)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในงานประเพณีจุลจลิน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าความคาดหวังอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.6474, SD = 1.32087) โดยเรียงลำดับค่าความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ อันดับแรก ที่จอดรถมีการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของรถ และมีความปลอดภัย (MEAN = 4.00, SD = 1.420) อันดับสอง มีการจำหน่ายของที่ระลึกในงาน (มีการจัดหมวดหมู่ของร้านค้าตามประเภทของสินค้า มีการนำสินค้าที่เป็นของท้องถิ่นมาจัดจำหน่ายอย่างเพียงพอและเหมาะสม) (MEAN = 3.96, SD = 1.479) อันดับสาม มีที่นั่งพักผ่อนเพียงพอ (MEAN = 3.91, SD = 1.579)

ด้านกิจกรรมงานประเพณีจุลจลิน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าความคาดหวังอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.5742, SD = 1.22998) โดยเรียงลำดับค่าความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ อันดับแรก ตักบาตรเทโวโรหณะ (MEAN = 3.86, SD = 1.668) อันดับสอง ชมชบวนแห่ดอกไม้ (MEAN = 3.84, SD = 1.653) อันดับสาม พักผ่อน / คลายเครียด (MEAN = 3.83, SD = 1.684)

ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในงานประเพณีจุลจลิน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง (MEAN = 2.8857, SD = 2.06448) โดยเรียงลำดับค่าความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ อันดับแรก สภาพแวดล้อมในงาน (MEAN = 3.01, SD = 2.099) อันดับสอง มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (MEAN = 2.80, SD = 2.190) อันดับสาม มีเจ้าหน้าที่อนามัยมาดูแล (MEAN = 2.72, SD = 2.146)



## ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าความพึงพอใจงานประเพณีจุลกฐินโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (MEAN = 3.3927, SD = 1.22240) โดยเรียงลำดับค่าความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ อันดับแรก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.6570, SD = 1.12798) อันดับสอง ด้านกิจกรรมงาน (MEAN = 3.5750, SD = 1.16467) อันดับสาม ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (MEAN = 2.9550, SD = 2.07616)

ด้านกิจกรรมงาน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.5750, SD = 1.16467) โดยเรียงลำดับค่าความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ อันดับแรก ชมชมนวนแห่ดอกไม้ 4 หมู่บ้าน (MEAN = 3.91, SD = 1.517) อันดับสอง ตักบาตรเทโวโรหณะ (MEAN = 3.84, SD = 1.596) อันดับสาม ชมการทอผ้าจุลกฐิน (MEAN = 3.78, SD = 1.569) พักผ่อน / คลายเครียด (MEAN = 3.78, SD = 1.603)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (MEAN = 3.6570, SD = 1.12798) โดยเรียงลำดับค่าความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ อันดับแรก ที่จอดรถมีการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของรถ และมีความปลอดภัย (MEAN = 4.04, SD = 1.308) มีการจำหน่ายของที่ระลึกในงาน มีการจัดหมวดหมู่ของร้านค้าตามประเภทของสินค้า มีการนำสินค้าที่เป็นของท้องถิ่นมาจัดจำหน่ายอย่างเพียงพอและเหมาะสม (MEAN = 4.04, SD = 1.363) อันดับสอง มีที่นั่งพักผ่อนเพียงพอ (MEAN = 4.00, SD = 1.391) อันดับสาม ห้องน้ำ (ถูกสุขลักษณะและเพียงพอต่อการรองรับ) (MEAN = 3.18, SD = 2.002)

ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (MEAN = 2.9550, SD = 2.07616) โดยเรียงลำดับค่าความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ อันดับแรก สภาพแวดล้อมในงานโดยรวม (MEAN = 3.04, SD = 2.152) อันดับสอง มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (MEAN = 2.97, SD = 2.208) อันดับสาม มีเจ้าหน้าที่อนามัยมาดูแล (MEAN = 2.74, SD = 2.234)

## ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ผลการวิจัยข้อสมมติฐานเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ใน การทดสอบค่าสถิติ t-test และ F-test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ รายได้ต่อเดือน (F = 5.575, p < .001) สถานภาพสมรส (F = 3.249, p = .007) และระดับการศึกษา (F = 2.321, p = .044) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่งผลต่อความคาดหวังต่อกระบวนการการจัดงานเทศกาลประเพณีจุลกฐิน วัตถุประสงค์ (F = 9.989, p < .001) เวลาที่ใช้ (F = 19.792, p < .001) การกลับมาเที่ยวซ้ำ (F = 7.618, p < .001) สถานที่พักแรม (F = 5.594, p < .001) ผู้ร่วมเดินทาง (F = 4.429, p = .001) พาหนะที่ใช้ (F = 4.064, p = .002) แหล่งข้อมูล (F = 3.551, p = .004) ประสพการณ์ท่องเที่ยว (F = 2.465, p = .034) การจัดการเดินทาง (F = 2.404, p = .038) ค่าใช้จ่าย (F = 2.407, p = .038) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่งผลต่อความคาดหวังต่อกระบวนการการจัดงานเทศกาลประเพณีจุลกฐิน

จากการวิจัยข้อสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า ผลการวิจัยข้อสมมติฐานเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ใน การ

ทดสอบค่าสถิติ t-test และ F-test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ระดับการศึกษา ( $F = 1.727, p = .048$ ) วัตถุประสงค์ ( $F = 2.787, p = .001$ ) พาหนะที่ใช้ ( $F = 2.091, p = .011$ ) การจัดการเดินทาง ( $F = 1.613, p = .007$ ) เวลาที่ใช้ ( $F = 1.587, p = .009$ ) สถานที่พักผ่อน ( $F = 1.399, p = .043$ ) ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อกระบวนการการจัดงานเทศกาลประเพณีจุกจิ้น

### ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัยครั้งนี้คือ 1) ทำให้ทราบความคาดหวังในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อกระบวนการจัดงานเทศกาลประเพณีจุกจิ้น วัดทัพคล้าย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี 2) เป็นการเสนอแนะแนวทางปฏิบัติกระบวนการจัดงานเทศกาลประเพณีจุกจิ้นให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง 3) เป็นข้อมูลสำหรับชุมชนที่ต้องการจัดงานเทศกาลประเพณีจุกจิ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 4) เป็นข้อมูลสำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปวางแผนและปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยวการจัดงานเทศกาลประเพณีจุกจิ้น

### สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดงานเทศกาลประเพณีจุกจิ้น วัดทัพคล้าย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 19 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาสถานภาพโสด มีอาชีพหลัก

กำลังศึกษา มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีภูมิลำเนาจากอุทัยธานีซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นมากที่สุด

ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์การเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวงานประเพณีจุกจิ้นเพื่อไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม/ทำบุญ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวงานประเพณีจุกจิ้นจำนวนสามวัน มีครอบครัวพ่อ/แม่/ลูก/ญาติ ร่วมเดินทาง ตรงกับงานวิจัยของสุดถนอม ต้นเจริญ (2556) ที่ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในวันหยุดกับครอบครัว ใช้ลักษณะการจัดการเดินทาง โดยจัดการเดินทางเองทั้งหมด ใช้พาหนะส่วนตัว/รถยนต์ ในการเดินทาง ประสบการณ์มาร่วมงานประเพณีจุกจิ้นมาเป็นครั้งแรก มีการรับข้อมูลข่าวสารงานประเพณีจุกจิ้นจากเพื่อน ญาติ ครอบครัว สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (2557) ที่ว่านักท่องเที่ยวเริ่มต้นรับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ตนเองคุ้นเคย และเปิดรับสื่อดั้งเดิม คือ สื่อบุคคลในการหาข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยว ไม่พิกค่างคืน หากมีการพักใช้ การพักผ่อนที่บ้าน/ที่พักของครอบครัว/ญาติ/ โดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยววันน้อยกว่า 500 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรือนแก้ว ภัทธนาประวัติ (2552) ที่ว่าทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนมีผลประโยชน์ร่วมกันที่เห็นได้ชัดเจน นักท่องเที่ยวมาช่วยงานด้วยความเชื่อ ความศรัทธา และด้วยความสมัครใจ ทำให้มีสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ ความเชื่อดังกล่าวทำให้ศาสนาและเทศกาลต่างๆ ดำรงอยู่ การคาดการณ์ในอนาคตว่าจะกลับมาเที่ยวงานประเพณีจุกจิ้น จะกลับมาอย่างแน่นอน ตรงกับงานวิจัยของ Cole และ Chancellor (2009)

ด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกระบวนการการจัดงานเทศกาลประเพณี จุลลจลิน พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าความคาดหวังและความพึงพอใจงานประเพณีจุลลจลินโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดเหมือนกันทั้งความคาดหวังและความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดกับงานวิจัยของ Anwar และ Sohail (2004), Yoon, Lee และ Lee (2010) และงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2554) ที่ว่า การท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางเป็นสิ่งที่สามารถดำเนินการพัฒนาให้สอดคล้องกับการเป็นแนวเส้นทางการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก อันดับสาม ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตรงกับงานวิจัยที่พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของ อริสรา เสยานนท์ (2553) ซึ่งเป็นบริการที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในสายตาของประชาชน และตรงกับงานวิจัยของ กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง (2557)

### ข้อเสนอแนะ

เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ควรมีการจัดตั้งกลุ่มโดยชุมชน เพื่อกำหนดนโยบายวางแผนทางการจัดการท่องเที่ยวให้สัมฤทธิ์ผลที่ชัดเจน และเพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการดำเนินการ 1) กำหนดกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว 2) จัดตั้งองค์กรหรือกลไกการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการ

ท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ 3) จัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว จัดให้มีจำนวนบุคลากรด้านบริการเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว 4) จัดตั้งศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการอย่างชัดเจน และมีเจ้าหน้าที่ประจำ 5) จัดทำเส้นทางศึกษาแหล่งวัฒนธรรมและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว 6) จัดทำสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และภาษาที่ใช้ในสื่อมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

### กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี 2558

### บรรณานุกรม

- Anwar, S. A., and Sohail, M. S. 2004. "Festival Tourism in the United Arab Emirates: first-time Versus Repeat Visitor Perceptions." **Vacation Marketing Journal** 10, 2: 161-170. doi:10.1177/135676670401000206.
- Chanaranamchoo, Nopporn and Rattanapongpinyo, Taninrat, and Rathasatanasad, Dacha. 2014. "Developing Strategies for Cultural Tourism Relevant to the ASEAN Community Based on the Creative Economy of Four Dvaravati Provinces." **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 34, 4: 1-15. (in Thai).

นพพร จันทรนำชู, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ  
เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์. 2557. “การพัฒนา  
ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่ม  
ทวารวดี 4 จังหวัดตามแนวทางเศรษฐกิจ  
สร้างสรรค์เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน.”  
**วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**  
34, 4: 1-15.

Chokriensukchai, Kanchana. 2014. “ Myanmar’s  
Travel Behavior, Media Exposure and  
Perception on Thai Cultural Universals.”  
**University of the Thai Chamber of  
Commerce Journal** 34, 4: 92-108.  
(in Thai).

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. 2557. “พฤติกรรม  
การท่องเที่ยว การเปิดรับสื่อและการรับรู้  
วัฒนธรรมไทยที่เป็นสากลของชาวเมียนมา.”  
**วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**  
34, 4: 92-108.

Cole, S. T., and Chancellor, H. C. 2009.  
“Examining the Festival Attributes that  
Impact Visitor Experience, Satisfaction  
and Re-visit Intention.” **Journal of  
Vacation Marketing**, 15, 4: 323-333.  
doi:10.1177/1356766709335831.

Dechakup, Chittinan. 2000. “Introduction to  
Psychology Services”. In **Psychology  
Services Teaching Material, Chapter  
1-7**. pp. 1-62. 4<sup>th</sup> ed. Nonthaburi: Home  
Economics, Sukhothaithammarath  
University. (in Thai).

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2543. “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ  
จิตวิทยาบริการ.” ใน **เอกสารการสอนชุด  
วิชา จิตวิทยาบริการ, หน่วยที่ 1-7,**

หน้า. 1-62. พิมพ์ครั้งที่ 4 นนทบุรี: สาขาวิชา  
คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Fridgen, J.D. 1996. **Dimensions of Tourism**.  
Lansing, MI: Education Institute of The  
American Hotel Motel Association.

Getz, D. 2007. **Event Studies: Theory,  
Research and Policy for Planned  
Events**. Amsterdam, Netherlands: Elsevier  
Butterworth Heinemann.

Getz, D., 2010. “Festival Stakeholders: Exploring  
Relationships and Dependency Through  
a Four-country Comparison.” **Hospitality  
and Tourism Research Journal** 34, 4:  
531-556. doi: 10.1177/1096348010370862.

Jankingthong, Korkeaw. 2014. “The Influence  
of Individual, Group and Organizational  
Behaviors on the Performance of Police  
Stations Regarding Their Task of Providing  
Public Security.” **University of the Thai  
Chamber of Commerce Journal** 34, 3:  
31-41. (In Thai).

กอแก้ว จันทร์กึ่งทอง. 2557. “อิทธิพลของพฤติกรรม  
ระดับบุคคล กลุ่ม และองค์การที่มีต่อผลการ  
ดำเนินงานของสถานีตำรวจเพื่อประชาชนใน  
งานด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิต.”  
**วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**  
34, 3: 31-41.

Jankingthong, Wiwat. 2013. “Structural Equation  
Model of Factors Affecting Thai Tourist  
Loyalty Towards Marine National Parks  
in Southern Thailand.” **University of the  
Thai Chamber of Commerce Journal**  
33, 3: 1-15. (in Thai).

- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. 2556. “ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติทางทะเลในภาคใต้ของประเทศไทย.” **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 33, 3: 1-15.
- Pattranupravat, Ruenkaew.2009. “Festivals and Rituals of Chinese Shrines in Samutsongkhram Province.” **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 29, 3: 113-138. (in Thai).
- เรือนแก้ว ภัทรานุประวัติ. 2552. “เทศกาลและพิธีกรรมสำคัญของศาลเจ้าจีนในจังหวัดสมุทรสงคราม.” **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 29, 3: 113-138.
- Pimonsompong, Chalongsri. 2001. **Tourism Motivation**. Bangkok: Kasetsart University. (in Thai).
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2544. **แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Rust, Roland T, Zahorik, Anthony J, and Keiningham, Timothy L. 1996. **Service Marketing**. NewYork: Harper-Collins.
- Seyanont, Arisara. 2010. “Creating Value for Sustainable Tourism in the Homestay Business: Case Study of Homestay at Amphawa Floating Market Area in Samutsongkhram Province.” **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 30, 4: 77-96. (in Thai).
- อริสรา เสยานนท์. 2553. “การสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษาโฮมสเตย์บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.” **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 30, 4 : 77-96.
- Suteetorn, Busaba and Nitikasetsoontorn, Bhashavalee. 1998. **Attitudes and Impression of Foreigners Visiting Thailand**. Bangkok: Cultural Office, Ministry of Education.
- บุษบา สุธีธร และภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร. 2541. **เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ.
- Swarbrooke, John and Horner, Susan. 2007. **Consumer behavior in Tourism**. United Kingdom: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Tancharoen, Sudthanom. 2013. “Travel Exhibition Influencing the Purchasing Decision Making on Domestic Travel of Thai Tourists.” **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 33, 2: 1-15. (in Thai).
- สุดถนอม ดันเจริญ. 2556. “การจัดนิทรรศการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย.” **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 33, 2: 1-15.
- Thaisom, Rungthip, Charoenkijjarukorn, Phattrapong, and Raksakaew, Achira. 2012. “Promoting Community Based Tourism Management for Sustainable Development.” **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 32, 2:

- 27-48. (in Thai).
- รุ่งทิพย์ ไทยสม, ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร และ อชิระ รัชษาแก้ว. 2555. "การส่งเสริมศักยภาพการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของภาคกลางตอนล่างเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน." **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 32, 2: 27-48.
- Thaweethamcharoen, Teeraporn. 2010. "A Study of Community Lifestyle Based on the Concepts of the Social Structure Theory and Community Theories." **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 30, 1: 104-116. (in Thai).
- ธีราพร ทวีธรรมเจริญ. 2553. "การเรียนรู้วิถีชุมชนจากแนวคิดในทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมและทฤษฎีชุมชน." **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 30,1: 104-116.
- Theppitak, Taweesak. 2011. "Exploring Roadways between Mae Pim Beach, Rayong-Jom Thien Beach, Chonburi by Applying the Geographic Information System and Multi-Criteria Analysis Technique." **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 31, 1: 1-19. (in Thai).
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. 2554. "การสำรวจแนวเส้นถนนท่องเที่ยวเลียบทะเลช่วงหาดแหลมแม่พิมพ์จังหวัดระยอง-หาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี โดยใช้ระบบภูมิศาสตร์สารสนเทศและการวิเคราะห์หลากหลายปัจจัย." **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 31, 1: 1-19.
- Thirakanon, Anucha, et al. 2009. **Festivals for the Tourism Market**. Bangkok: the Thai Khadi Research Institute, Thammasat University. (in Thai).
- อนุชา ทิรคานนท์, และคณะ. 2552. **เทศกาลงานประเพณีเพื่อตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Yoon, Yoo-Shik, Lee, Choong-Ki, and Lee, Jin-Soo. 2010. "Measuring Festival Quality and Value Affecting Visitors' Satisfaction and Loyalty Using a Structural Approach." **International Journal of Hospitality Management** 29, 2: 335-342. doi:10.1016/j.ijhm.2009.10.002



**Chawannuch Uthayan** graduated with a Master of Arts in Tourism Industry Management, Chiang Mai University in 2001. She is currently serving as a lecturer in the Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep.