



รายงานสืบเนื่อง (Proceedings)

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 และนานาชาติ ครั้งที่ 3

วิทยาการจัดการวิชาการ 2021

“ นวัตกรรมการวิจัยสู่การยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ”

The 10th National and the 3rd International Conference Management Sciences 2021

Innovation Management for Enhancing the Local Economy

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2564
ณ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

สารบัญ

	หน้า
พฤติกรรมกำหนัดรับข่าวสารและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออุทยาน ประวัติศาสตร์สุโขทัย คงศักดิ์ นานฮีธ กรเพชร ชุนพงษ์ ธนรัชชา กุณาภรณ์ ภูริชญา พิทยสัมพันธ์ สุวิญญา มิ่งจิ๋ว วราภรณ์ จันทะพร และสุวารีย์ วงศ์วัฒนา	1629
กลุ่มด้านการจัดการท่องเที่ยวและบริการ	
แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาคใต้ของ อำเภอบ้านตาตง จังหวัดตาก สุวิมล กานดา ขุอมเมียด ฉงมไธ จันทร์ธาดา รัฐพล ภูมิวิมลภักดิ์	1637
ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา นันทพงศ์ สัทธิพันธ์ โปจิตรา ศรีวิเศษ และเฉลิม ชัยวีระภรณ์	1651
กลุ่มด้านสหวิทยาการ	
การดำเนินงานโครงการจ้างงานประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ การระบาดของเชื้อโรคติดต่อเฉียบพลัน โคโรนา 2019 ระยะที่ 2 กรณีศึกษา ตำบลคลองเย็น อำเภอบ้านต๋อย จังหวัดอุตรธานี โศภิตา บุญจันทร์และจุฑามาศ สุทธิปัญญา	1663
ศึกษากิจกรรมการตลาดตราสินค้าของสโมสรฟุตบอลของมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต โมเดิร์นบุรี กรุงเทพมหานคร กิตติคุณ แสงนิล สุภา ศรีโยธา และณัฐพร ละโว้ย	1669
พฤติกรรมความเสียหายสารสนเทศ เพื่อจัดทำปัญหาพิเศษทางเคมี ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 สาขาวิชา เคมี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ กัญญาธิรัตน์ ตูบทอง นพาศศ นภัทรหม จันทรา จินต วิชราภา ขอบทอง สมทยา สาลี และณัฐพร หลงบุญ	1683
แรงจูงใจในการเป็นจิตอาสา : กรณีศึกษาโครงการนิเทศศาสตร์ความทุกข์ เทศบาลตำบลหลายชุมพล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ญานฉวี ไทคอง พิทยา การะสิทธิ์ และธรรพพร รอดแก้ว	1694
กระบวนการเรียนรู้เข้าสู่อาชีพของชาวคนแคบไทร กรณีศึกษาสถานศึกษาพริมน้ำบ้าน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เกศรา สุขประเสริฐ ปาณิสรา พาราบุญ และ ธรรพพร รอดแก้ว	1701
การพัฒนาหลักสูตรวิชาการวาดภาพเหมือนจริง สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 งามจิต จันทร์พรช อุสม ศักชาติ บุญอิน ธนาสุภวัฒน์	1710
การพัฒนาหลักสูตรวิชาการปลูกผักไร้ดินสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ศิริวิษณุ เจริญจัน อุสม ศักชาติ และ พิชัย โภกฉำ	1720
การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือข่ายสถานศึกษาที่เมืองสัมพันธ์ สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 2 จุติพร คงสุวรรณ	1730
การพัฒนาหลักสูตรวิชาการเขียนและสมรรถภาพทางกาย เรื่อง การเคลื่อนไหวและการออกกำลังกาย โดยใช้ เทคนิคการสอนแบบ TGT ร่วมกับกิจกรรมการระดมพื้นบ้าน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 พัชรียา จันทร์ดา	1744
การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่อง ทศนิยม โดยใช้รูปแบบการแก้ปัญหาของโหลยา ร่วมกับเทคนิคกลุ่มแข่งขัน(TGT) สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 พรทิพย์ ออศบุญศรี	1752

ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน
100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

The Tourists' Expectation and Actual Experience Perception on Tourism at 100-
Years Klong Suan Market, Chachoengsao Province

นักทองค์ อัครทิพย์¹ ไพจิตร ศรีวิเศษ² เฌิม ชัยวีระชากรณ์³

สาขาการจัดการโลจิสติกส์และการขนส่ง คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต¹ และ สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะ
วิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต²

Nutthapong.lut@kbu.ac.th¹, Phajitra.rig@kbu.ac.th², Lem1951@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้วิธีสหสัมพันธ์เพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 4.02, S.D. = 0.58) มีการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 3.56, S.D. = 0.71) และ 2) ความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = 0.087, p = 0.083$) แต่เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = 0.022, p = 0.665$) อย่างไรก็ดีด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ($r = 0.194, p = 0.000^*$) และ ด้านกระบวนการจัดการ ($r = 0.143, p = 0.004^*$) มีความสัมพันธ์กับทางบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความคาดหวัง, การรับรู้ประสบการณ์จริง, นักท่องเที่ยว, ตลาดคลองสวน 100 ปี

ABSTRACT

The purposes of the research were to study the expectations and actual experience perception of tourists on tourism at 100-Years Klong Suan market, Chachoengsao Province, and to study the relationship between expectations and actual experience perception of tourists on tourism at 100-Years-Old Klong Suan market, Chachoengsao Province The sample group were 400 tourists who visited 100-Years-Old Klong Suan market, Chachoengsao Province, using questionnaires as a research tool. The data analysis was conducted by using statistics, frequency, percentages, means, and standard deviation. And Pearson correlation was used to determine the relations between expectations and actual experience perception of tourists at the significance level of 0.05.

The research findings showed that the tourists had expectation on tourism at 100-Years Klong Suan market, Chachoengsao Province, were in high level (Mean = 4.02, SD = 0.58), and they had actual experience

perception on tourism at 100-Years Klong Suan market, Chachoengsao Province, were in high level too (Mean = 3.56, SD = 0.71). The tourists' expectations and actual experience perception had not correlation statistically significant at the 0.05 level. ($r = 0.087$, $p = 0.083$). But when classified by elements, it was found that the physical environment aspects ($r = 0.022$, $p = 0.665$) had not correlation. With the statistically significant at 0.05, However the community relations ($r = 0.194$, $p = 0.000^*$) and management processes ($r = 0.143$, $p = 0.004^*$) had positive low correlation. With the statistically significant at 0.05.

Keyword: Expectation, Actual Experience Perception, Tourists, 100-Years Klong Suan Market

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ ที่สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่โดยส่วนใหญ่แล้วยังเป็นในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่เน้นให้ยี่สิบนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ๆ มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน พักโรงแรม รีสอร์ท ในระดับเดียวกัน รับประทานอาหารและทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีความคล้ายคลึงกัน มีการท่องเที่ยวแบบกลุ่มขนาดใหญ่ ใช้ระยะเวลาสั้น ๆ เน้นความสะดวกสบาย ซึ่งในด้านหนึ่งการท่องเที่ยวแบบมวลชนได้ทำให้เกิดการจับจ่ายใช้สอย มีการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการไปในภาคส่วนต่าง ๆ และมีการกระจายรายได้ไปยังชุมชนท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้มีแรงงานมีงานทำ สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก แต่ในอีกด้านหนึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ยังทำให้สถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นต้องพบกับปัญหาต่าง ๆ ตามมา ในด้านสภาพแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม (พิชิตพร สุขทศ, 2559) ข้อมูลจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 จังหวัดฉะเชิงเทรา ระบุว่าจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายและอยู่ในไกลจากกรุงเทพมหานครมากกว่าท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ อาทิ เป็นแหล่งโบราณสถาน อุทยานแห่งชาติ วัดที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดสุวรรณารามวรวิหาร (วัดหลวงพ่อโสธร) ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่อโสธรที่ประชาชนนิยมมาสักการะ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ป่าชายเลน แหล่งโบราณคดีในวงศ์เมืองพญากาญ-กุ่มกาศอันธ พงศกูปิ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น ตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ที่มีวิถีชีวิตของคนในสมัยย้อนยุคกว่าร้อยปี ชิมอาหารอร่อยที่มีทั้งอาหารคาวที่มีสูตรเฉพาะ ขนมหวาน กานพลูสดโบราณดั้งเดิม ชมของเก่าและสถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่า (สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2561) และจากที่ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราส่วนใหญ่เป็นคนไทยร้อยละ 90 และชาวต่างชาติร้อยละ 10 โดยคนไทยที่เดินทางมา ส่วนใหญ่มาจากภาคกลางและกรุงเทพมหานคร ส่วนชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาจากประเทศในเอเชียและยุโรป (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

ชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนความหลากหลายทางสังคม มีวิถีวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และเป็นชุมชนที่มีความแตกต่างทางด้านพื้นที่ คืออยู่ในเขตพื้นที่ของสองจังหวัด ได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งมีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมพหุวัฒนธรรมที่มีทั้งชาวไทยพุทธ ไทยมุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีนที่ใช้ชีวิตผสมผสานกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกันในวิถีชุมชนริมคลอง มีวิถีชีวิตของชุมชนที่เก่าแก่ยาวนานมากกว่า 100 ปี โดยจังหวัดฉะเชิงเทราได้มีวิสัยทัศน์แบบดั้งเดิม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้ผู้คนเข้าไปศึกษาเที่ยวชมและเรียนรู้วิถีชุมชนแบบไทย ประเพณี และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น รวมถึงได้เลือกชื่อของใช้ต่าง ๆ รับประทานอาหาร ที่คนในชุมชนนำมาขาย ล้วนเป็นของที่นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกันในเมืองตัวใจ การเดินทางที่สะดวกไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน เศรษฐกิจไม่ไปด้วยทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยว และได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมดีเด่นของสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ ประเภทชุมชนพื้นถิ่นดีเด่น พ.ศ. 2547 โดยคุณสุธีร์ อัคราณิษฐ์ เป็นผู้รับพระราชทานรางวัลจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และในปีพ.ศ. 2552 ยังได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันดับที่ 2 จากการโหวตของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จัดโดยโครงการ "9 Destinations Awards 2009" (ทะเลสีลมเขียว กิดสีชมพู, พงศกูปิ อุทยานกรม, 2560)

ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ผ่านช่องทางของสื่อต่าง ๆ หลายช่องทางทาง หรือ บุคคลใกล้ชิด และการรับข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ทำให้มีนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ (Gunn, 1988) แต่อย่างไรก็ตามความคาดหวังนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกัน หรือ แคลต่างกันได้ และการรับรู้ประสบการณ์จริงจะเป็นประสบการณ์ส่วนบุคคลที่นักท่องเที่ยวอาจได้รับมาจากสิ่งแวดล้อม สถานการณ์ และปัจจัยอื่น ๆ ส่วนบุคคล (Page, 1995) โดยการรับรู้ประสบการณ์จริงอาจจะเป็นในเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ ทั้งนี้จากการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ส่งผลให้เกิดข้อมูลที่ได้มีการสร้างงาน สร้างอาชีพสร้างรายได้แก่คนในชุมชนของชุมชนเมืองเศรษฐกิจของประเทศ แต่สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาจากการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว นั้นคือปัญหาความแออัดหนาแน่นและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่นด้วย โดยผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้นนี้อาจส่งผลต่อการรับรู้หรือประสบการณ์จริงที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ จากที่ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่ายังไม่มีความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวที่สถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ทำให้ไม่มีการเตรียมไม่ได้รับการจัดการท่องเที่ยวที่ผ่านมามีในสถานประกอบการของนักท่องเที่ยวหรือไม่ และนักท่องเที่ยวมีการรับรู้อย่างไรต่อแหล่งท่องเที่ยวในสถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ในด้านสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการจัดการ และด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวว่าเป็นอย่างไร และความคาดหวังก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประสบการณ์จริงหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนทางการปรับปรุงหรือพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว และการจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่สถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวที่สถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

ขอบเขตในการวิจัย

- 1) ขอบเขตด้านประชากร การศึกษานี้ กำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เป็นเส้นทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เป็นเส้นทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน
- 2) ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาในครั้งนี้จะมุ่งเน้นศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวที่เป็นเส้นทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 3) ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามในพื้นที่สถานประกอบการ 100 ปี ตำบลเพพราษ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 4) ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาบททฤษฎี แนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปดำเนินการศึกษาวิจัยตามกรอบแนวความคิด และวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยแบ่งเนื้อหาในแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์ของผู้ประกอบการนักท่องเที่ยวที่สถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ด้านภาพลักษณ์แวดล้อม จำนวน 7 ข้อ ด้านกระบวนการจัดการ จำนวน 7 ข้อ และด้านความสัมพันธ์กับชุมชน จำนวน 7 ข้อ รวม 21 ข้อ

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้รับการปรับปรุงกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คนโดยการใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และให้เวลาในการเก็บแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ ในช่วงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2563 โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในวันเสาร์-วันอาทิตย์ วันละ 100 ชุด รวม 4 วัน 400 ชุด ใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 10 - 15 นาที เป็นการตอบแบบสอบถามเพียงครั้งเดียว ผู้วิจัยรับแบบสอบถามกลับคืนที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบพรรณนา เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์ของผู้ประกอบการในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม สถานประกอบการ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอนที่หมดดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว (n=400)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	213	53.25
- หญิง	187	46.75
อายุ		
- 20-29 ปี	230	57.50
- 30-39 ปี	75	18.75
- 40-49 ปี	63	15.75

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
- 50 ปีขึ้นไป	32	8.00
ระดับการศึกษา		
- ปวช/ปวศ	38	9.50
- มัธยมศึกษา	158	39.50
- ปริญญาตรี	198	49.50
- สูงกว่าปริญญาตรี	6	1.50
อาชีพ		
- นิสิต/นักศึกษ	138	34.50
- รับจ้างทั่วไป	96	24.00
- ธุรกิจส่วนตัว	94	23.50
- พนักงานเอกชน/ข้าราชการ	72	18.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	173	43.25
- 10,001-20,000 บาท	133	33.25
- 20,001-30,000 บาท	54	13.50
- 30,001 บาทขึ้นไป	40	10.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้เป็นเพศชาย 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 มีอายุ 20-29 ปี 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 มีอาชีพเป็นนิสิต/นักศึกษ 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาศของสวน 100 ปี จังหวัดระยอง (n=400)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่สภาศของสวน 100 ปี มาแล้วหรือไม่		
- ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่สภาศของสวน 100 ปี	180	45.00
- เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่สภาศของสวน 100 ปีแล้ว	220	55.00
ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวโดยพาหนะชนิดใด		
- รถยนต์ส่วนตัว	311	77.75
- รถจักรยานยนต์	79	19.75
- รถประจำทาง (รถสองแถว)	5	1.25
- รถรับจ้าง (แท็กซี่)	5	1.25
การเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้นำพาผู้ใดมาเที่ยวด้วย		
- เข้าไป-คนเดียว	385	96.25
- มีการพาคำกับ	15	3.75
การเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้นำมาท่องเที่ยวกับใคร		

การประชุมวิชาการ วิชาการจัดการวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 10 และนานาชาติครั้งที่ 3
ภายใต้หัวข้อ "การจัดการวิจัยการนวัตกรรมการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก"

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
- เดินทางมาคนเดียว	57	14.25
- มากับครอบครัว	135	33.75
- มาคนเดียว	208	52.00
ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวของตลาดของสวน 100 ปี ผ่านช่องทางใด		
- สื่อหลัก เช่น วิทยุ, โทรทัศน์ ฯลฯ	69	17.25
- สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์, นิตยสาร ฯลฯ	29	7.25
- สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube ฯลฯ	210	52.50
- บุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อนสนิท,ญาติ ฯลฯ	92	23.00
ท่านจะแนะนำให้ผู้ขึ้นเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดของสวน 100 ปี หรือไม่		
- แนะนำ	388	97.00
- ไม่แนะนำ	2	0.50
- ไม่ตอบ	10	2.50

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดของสวน 100 ปีแล้ว 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 โดยเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.75 นักท่องเที่ยวแบบมาเช้า – เย็นกลับ 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.25 เดินทางมากับเพื่อน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวของตลาดของสวน 100 ปี จากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube ฯลฯ 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 และส่วนใหญ่จะแนะนำให้ผู้ขึ้นมาท่องเที่ยวที่ตลาดของสวน 100 ปี 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อด้านกายภาพสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยว (n=400)

ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม	ความคาดหวัง			การรับรู้ประสบการณ์จริง		
	Mean	S.D.	ระดับ	Mean	S.D.	ระดับ
1.มีบรรยากาศร่มรื่น	4.05	0.78	มาก	3.88	0.72	มาก
2.มีทัศนียภาพที่สวยงาม	3.98	0.74	มาก	3.83	0.75	มาก
3.เป็นตลาดโบราณทางคู่ได้ยาก	4.06	0.74	มาก	3.89	0.79	มาก
4.มีวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์	4.06	0.74	มาก	3.83	0.83	มาก
5.มีสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน	4.08	0.74	มาก	3.75	0.88	มาก
6.มีร้านค้าขายสินค้าของเก่าที่หาที่ดูยาก	4.08	0.73	มาก	3.89	0.89	มาก
7.มีการแสดงต่างๆ เป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน	4.04	0.76	มาก	3.57	1.02	มาก
รวม	4.04	0.63	มาก	3.80	0.68	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 4.04, S.D. = 0.63) โดยมีข้อจําแนกรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อด้านกายภาพสิ่งแวดล้อมมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน (Mean = 4.08, S.D. = 0.74) มีร้านค้าขายสินค้าของเก่าที่หาที่ดูยาก (Mean = 4.08, S.D. = 0.73) และมีวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ (Mean = 4.06, S.D. = 0.74) ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ประสบการณ์

จึงด้านการภาพเชิงแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 3.80, S.D. = 0.68) โดยมีข้อจําแนกรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมี การรับรู้ประสบการณ์ฝั่งจิตด้านกายภาพเชิงแวดล้อมมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ เป็นสถานที่โบราณหาญได้ยาก (Mean = 3.89, S.D. = 0.79) มีร้านค้าขายสินค้าของเก่าที่หาที่ดูยาก (Mean = 4.08, S.D. = 0.73) และมีวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ (Mean = 4.06, S.D. = 0.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์ฝั่งจิตต่อด้านการบรรณการ จัดการของนักท่องเที่ยว (n=400)

ด้านการบรรณการจัดการ	ความคาดหวัง			การรับรู้ประสบการณ์ฝั่งจิต		
	Mean	S.D.	ระดับ	Mean	S.D.	ระดับ
1.มีการรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะจากทุกภาคส่วนเพื่อ พัฒนาพัฒนาชาติให้ดียิ่งขึ้น	3.95	0.79	มาก	3.56	0.79	มาก
2.มีการบริการขอตรวจให้แก่นักท่องเที่ยว	4.00	0.75	มาก	3.64	0.81	มาก
3.มีบริการ รับ-ส่ง นักท่องเที่ยวระหว่างสนามบินทาง เข้า-ออก ภายในตลาด	3.95	0.80	มาก	3.18	1.27	ปานกลาง
4.มีการจัดทำแผนที่หรือป้ายบอกทางเดินภายในตลาด	3.99	0.75	มาก	3.43	0.98	มาก
5.มีป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ, วิถีชุมชน, อาชีพ ฯลฯ	4.05	0.71	มาก	3.47	0.93	มาก
6.มีจุดประชาสัมพันธ์หรือบุคลากรให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	4.03	0.75	มาก	3.43	0.98	มาก
7.มีการดูแลรักษาความสะอาดภายในตลาด	4.02	0.71	มาก	3.46	0.95	มาก
รวม	4.00	0.62	มาก	3.45	0.80	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านการบรรณการจัดการ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 4.00, S.D. = 0.62) โดยมีข้อจําแนกรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านการบรรณการจัดการมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ, วิถีชุมชน, อาชีพ ฯลฯ (Mean = 4.05, S.D. = 0.71) มีจุดประชาสัมพันธ์หรือบุคลากรให้บริการ ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว (Mean = 4.03, S.D. = 0.75) และมีการดูแลรักษาความสะอาดภายในตลาด (Mean = 4.06, S.D. = 0.74) ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ประสบการณ์ฝั่งจิตด้านการบรรณการจัดการ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 3.45, S.D. = 0.80) โดยมีข้อจําแนกรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ประสบการณ์ฝั่งจิตด้านการบรรณการจัดการมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการบริการขอตรวจให้แก่นักท่องเที่ยว (Mean = 3.64, S.D. = 0.79) มีการรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะจากทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนา พัฒนาชาติให้ดียิ่งขึ้น (Mean = 3.64, S.D. = 0.81) และมีป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ, วิถีชุมชน, อาชีพ ฯลฯ (Mean = 3.47, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อด้านด้าน
ความสัมพันธ์กับชุมชนของนักท่องเที่ยว (n=400)

ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน	ความคาดหวัง			การรับรู้ประสบการณ์จริง		
	Mean	S.D.	ระดับ	Mean	S.D.	ระดับ
1. มีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างจิตสำนึกในการร่วมรักษาวิถีชีวิตของตลาด	3.96	0.74	มาก	3.43	0.97	มาก
2. มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว เช่น บริการนำเที่ยวจากคนในชุมชน	4.01	0.78	มาก	3.17	1.19	ปานกลาง
3. นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตและมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนได้อย่างใกล้ชิด	4.04	0.74	มาก	3.49	0.99	มาก
4. มีการจัดกิจกรรมแต่งกายย้อนยุควิชาการที่ 5 ในการเดินตลาด	4.03	0.75	มาก	3.42	1.03	มาก
5. มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์บ้านเรือน	4.01	0.72	มาก	3.52	0.95	มาก
6. มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของชุมชน	4.02	0.79	มาก	3.51	0.92	มาก
7. มีส่วนร่วมในการรักษาความสะอาดในตลาด	4.03	0.77	มาก	3.52	0.92	มาก
รวม	4.01	0.63	มาก	3.43	0.85	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 4.01, S.D. = 0.63) โดยเมื่อจำแนกรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านความสัมพันธ์กับชุมชนมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตและมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนได้อย่างใกล้ชิด (Mean = 4.04, S.D. = 0.74) มีส่วนร่วมในการรักษาความสะอาดในตลาด (Mean = 4.03, S.D. = 0.77) และมีการจัดกิจกรรมแต่งกายย้อนยุควิชาการที่ 5 ในการเดินตลาด (Mean = 4.03, S.D. = 0.75) ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ประสบการณ์จริงด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 3.43, S.D. = 0.85) โดยเมื่อจำแนกรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ประสบการณ์จริงด้านความสัมพันธ์กับชุมชนมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีส่วนร่วมในการรักษาความสะอาดในตลาด (Mean = 3.52, S.D. = 0.92) มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์บ้านเรือน (Mean = 3.52, S.D. = 0.95) และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของชุมชน (Mean = 3.51, S.D. = 0.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว
(n=400)

ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริง	ความคาดหวัง			การรับรู้ประสบการณ์จริง		
	Mean	S.D.	ระดับ	Mean	S.D.	ระดับ
1. ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม	4.04	0.63	มาก	3.80	0.68	มาก
2. ด้านกระบวนการจัดการ	4.00	0.62	มาก	3.45	0.80	มาก
3. ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน	4.01	0.63	มาก	3.43	0.85	มาก
รวม	4.02	0.58	มาก	3.56	0.71	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 4.02, S.D. = 0.58) โดยเมื่อจำแนกรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านด้านกายภาพสิ่งแวดล้อมมากที่สุด (Mean = 4.04, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน (Mean = 4.01, S.D. = 0.63) และด้านกระบวนการจัดการ (Mean = 4.00, S.D. = 0.62)

ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ประสบการณ์จริงในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก (Mean = 3.56, S.D. = 0.71) โดยเมื่อจำแนกรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ประสบการณ์จริงด้านกายภาพสิ่งแวดล้อมมากที่สุด (Mean = 3.80, S.D. = 0.68) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการจัดการ (Mean = 3.45, S.D. = 0.80) และด้านความสัมพันธ์กับชุมชน (Mean = 3.43, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว
ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ของความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว (n=400)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	การรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม	0.022	0.665	ต่ำ
ด้านกระบวนการจัดการ	0.143	0.004*	ต่ำ
ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน	0.194	0.000*	ต่ำ
รวม	0.087	0.083	ต่ำ

*p < 0.05

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวภาพรวม ($r = 0.087$, $p = 0.083$) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อจำแนกรายด้านพบว่า ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม ($r = 0.022$, $p = 0.665$) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน ($r = 0.194$, $p = 0.000^*$) และด้านกระบวนการจัดการ ($r = 0.143$, $p = 0.004^*$) มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถนำไปประเดิมสำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัย ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทราในภาพรวม ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า

1.ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม

ความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้จะเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวส่วนมากได้รับรู้ข้อมูล ข่าวสาร รูปภาพ จากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook และ YouTube เกี่ยวกับตลาดคลองสวน 100 ปี ซึ่งเป็นภาพและเสียงที่แสดงให้เห็นสิ่งบรรยากาส สิ่งปลูกสร้าง ภายในตลาด และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปีแล้ว ซึ่งอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงที่ไม่แตกต่างกันมากนัก สอดคล้องกับ กัมน์ (Gunn, 1988) ที่กล่าวถึงประสบการณ์จริงในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวว่า อาจเกิดขึ้นก่อนและหลังกระบวนการท่องเที่ยว โดยหากเกิดขึ้นก่อนนั้น คือ นักท่องเที่ยวได้เคยมาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ และได้ประสบการณ์จริงที่ดีทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่คาดหวังไว้ก่อน แต่หากเกิดขึ้นระหว่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวภาพลักษณ์นั้น ๆ จะส่งผลให้เกิดกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในใจใหม่ที่แตกต่างกันจากข้อมูลที่ได้รับก่อนมาและหากเป็นประสบการณ์ที่ดีก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีที่ส่งผลต่อการเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวใหม่หรือการแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่น และสอดคล้องกับ สุชา จันทน์แถม และสุวรงค์ จันทน์แถม (2529) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า ความคาดหวัง (Expectation) คือความเชื่อว่าจะได้สิ่งที่น่าจะได้รับ

และสิ่งใดบ้างน่าจะไม่มีเกิดขึ้น ความคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้คน เช่น บุคคลเคยมีประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันกับประสบการณ์ใหม่ที่อาจทำการคาดหวังได้ไม่คาดเกินไป หรืออาจจะคาดหวังได้ถูกต้อง บุคคลที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนในสิ่งใดมักจะไม่มีประสบการณ์ในสิ่งนั้นหรือหากมีการคาดหวังก็มักไม่เกิดขึ้นจึงตรงตามที่คาดหวังไว้ ความคาดหวังที่ไม่ประสบความสำเร็จช่วยให้บุคคลมีทัศนคติต่อตนเองไปในทางที่ดีขึ้น และสอดคล้องกับ เทอเนอร์ (Turner, 1982) กล่าวว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการได้รับอิทธิพลจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากองค์การผู้ให้บริการที่มีต่อผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการยอมรับที่ดีหรือเพื่อส่งเสริมการขายส่วนเกินบทบาทสำคัญต่อการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับ

2. ต้นกระบวนการจัดการ

ความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ต้นกระบวนการจัดการ มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวอาจจะคาดหวังว่าตลาดคลองสวนน่าจะมีกระบวนการจัดการที่ดีและเป็นระบบในการอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดคลองสวน 100 ปี ได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากองค์การรัฐ และแผนพัฒนาชาติระดับพื้นที่ จังหวัดฉะเชิงเทรา อีกทั้งยังได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมดีเด่นของสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ ประเภทชุมชนพื้นถิ่นดีเด่น พ.ศ. 2547 โดยคุณสุวิทย์ อิศวณิช เป็นผู้บริหารราชการทหารรางวัลจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และในปีพ.ศ. 2552 ยังได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันดับที่ 2 จากการโหวตของนักท่องเที่ยว จัดโดยโครงการ "9 Destinations Awards 2009" สอดคล้องกับป้าฉวีรัตน์ สิปะวรรณ (2556) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาศาสนาบ้านใหม่และตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของตลาดคลองสวน 100 ปี นั้นมีเส้นทางคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ สะดวกสบาย เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยง่าย และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ยังหมายถึงข้อมูล ข่าวดารา ด้านต่าง ๆ การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ได้จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่า สอดคล้องกับข้อมูลการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงด้านการจัดการเรื่องป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ, วิถีชุมชน, ชาติพันธุ์ ฯลฯ ที่มีนักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ หักมา เกื้อแข็ง และคณะ (2555) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวป่าสักหวายขาว พบว่า ความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันเชิงบวกทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย และสอดคล้องกับ วรรณมา วรธานี (2546) ได้กล่าวว่า โดยปกติแล้วการที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจจะเดินทางไปยังบริเวณใดบริเวณหนึ่งนั้น สิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ เรื่องความปลอดภัยเพราะถ้าบริเวณใดมีปัญหาเรื่องความปลอดภัยเกิดขึ้น ย่อมมีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีข้อที่ควรมีการปรับเปลี่ยนให้เป็นไปในแนวทางที่ดีกว่าเดิม คือ ในเรื่องของทราffic การรับ-ส่งนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทาง เข้า-ออกภายในตลาด ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี มีการรับรู้ประสบการณ์จริงในข้อคำถามดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งต่ำกว่าระดับความคาดหวังที่อยู่ที่ระดับมาก แสดงว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้ประสบการณ์จริงนั้นไม่ตรงกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงควรได้รับการปรับปรุงหรือพัฒนาการจัดการระบบขนส่ง นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาที่ตลาดคลองสวน 100 ปี เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวได้รับรู้ประสบการณ์จริงตามที่นักท่องเที่ยวได้คาดหวังไว้

3. ต้นความสัมพันธ์กับชุมชน

ความคาดหวังและประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ต้นความสัมพันธ์กับชุมชน มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จริงเกี่ยวกับตลาดคลองสวน 100 ปี โดยรับรู้ว่าคุณชนมีส่วนร่วมในการรักษาความสะอาดในสถาน

บ้านเรือน และอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้ยั่งยืน ทำให้เกิดความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับ สุราพิทย์ เข็มน้อย (2554) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมของชุมชน ความผูกพันต่อชุมชน และการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนตลาดบางหลวงอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวกับปัจจัยทางสภาพแวดล้อมและความผูกพันต่อชุมชน พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนร้อยละ 97 มีความเห็นว่าขณะนั่งป่าให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานประกอบการ 100 ปี สอดคล้องกับแนวคิดของ อุดมศักดิ์ เบนวชิตร (2544) กล่าวว่า ตามธรรมชาติของมนุษย์ย่อมจะไม่ไปท่องเที่ยวในสถานที่ใดก็ตามหาก คิดเงิน และคิดหาก จะได้เห็นความสวยงาม ได้พบกับความแปลกใหม่ ได้สัมผัสบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดี ประสบการณ์ไปกับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรู้นั้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อสภาพต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ขึ้นกับว่าเขาจะมีอายุเท่าไร มีการศึกษาระดับใด หรืออยู่ที่ไหน ประกอบอาชีพอะไร และไม่จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเป็นอย่างสิ้นเชิงก่อน เพราะมนุษย์ทุกคนมีความมุ่งหวังสิ่งดี ๆ และมีนักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม ได้พบเห็น และได้สัมผัสสิ่งแวดล้อมที่น่าประทับใจตามที่คาดหวังไว้ ย่อมเกิดความพึงพอใจที่ดีตามมา แต่หากไม่ได้เป็นตามที่คาดหวัง ได้พบได้เห็น หรือได้สัมผัสในสิ่งที่ตนไม่ชอบหรือไม่ถูกใจ ย่อมเกิดความพึงพอใจเพียงเล็กน้อย หากการท่องเที่ยวนี้เป็นประเภท ครึ่งดีที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีก็จะส่งผลต่อการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมที่ท่องเที่ยวใหม่หรือการแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่น และสอดคล้องกับ อิงอร ปิ่นมุก (2559) ที่ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังก่อนมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม ด้านกระบวนการจัดการ และด้านความสัมพันธ์กับชุมชน เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทั้ง 3 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ในกรณีของตลาดคลองสวน 100 ปี มีประเด็นที่น่าสนใจ คือ การมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว เช่น บริการนำเที่ยวจากคนในชุมชน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี มีความคาดหวังในข้อคำถามดังกล่าวอยู่ในระดับมาก แต่หาว่าการรับรู้ประสบการณ์จริงอยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้ประสบการณ์จริงนั้นไม่ตรงกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ ดังนั้นทางชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี ควรจัดกิจกรรมหรือบริการนำเที่ยวโดยคนในชุมชนเพิ่มเติม โดยเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่ตลาดคลองสวน 100 ปี และสร้างจิตสำนึกในการร่วมรักษาวิถีชีวิตของตลาด อีกทั้งยังส่งผ่านไปยังนักท่องเที่ยวให้ได้รับรู้ประสบการณ์จริงตามระดับเดียวกับที่นักท่องเที่ยวได้คาดหวังไว้ด้วย

สรุปผลการวิจัย

- 1) นักท่องเที่ยวที่ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและค่าเฉลี่ยของการรับรู้ประสบการณ์จริง พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยของการรับรู้ประสบการณ์จริง
- 2) ความคาดหวังกับประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์ โดยเมื่อจำแนกรายด้านพบว่า ความคาดหวังกับประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว ด้านความสัมพันธ์กับชุมชน และด้านกระบวนการจัดการ มีความสัมพันธ์กับทางบวก แต่ความคาดหวังกับประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยว ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เชิงรุก เช่น บริการนำเที่ยวโดยคนในชุมชน ซึ่งเป็นทางเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามาจับบทบาทในการสร้างจิตสำนึกในการร่วมรักษาวิถีชีวิตของตลาด ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มระดับการรับรู้ประสบการณ์ชีวิตของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการจัดการและความสัมพันธ์กับชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตที่สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการทำงานวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณ ศิริจิตน์ กฤษณา, ญิณฎารัตน์ ทวีโรติ, อาริษา คันทศ, ธนาวิณ นงมิ, อิงฉวี อารีย์ และ อานนท์ สุขสงวน ผู้ช่วยวิจัยที่ช่วยเหลือและเอกสารทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ดำเนินไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- ศักดิ์มา เกื้อแจ้ง, เขาวงศ์ ศรีงาม และวิจิต บัวป่วนพ. (2555). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวที่คลองทรายขาว. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปานมีถิ์ ศิลวรรณ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตลาดเก่าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาตลาดบ้านใหม่และตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- พระพิพัฒน์ สิตติภักโธ และ พระครูสุทธธรรมาภรณ์. (2560). การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในชุมชนตลาดคลองสวน 100 ปี. วารสาร มจร การพัฒนาศึกษา, 2(2), 46-58.
- พิชญ์พร กลิ่นสุระสุนทร. (2559). การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวแบบ Green Tourism ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วรรณภา วงษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ.๒๕๖๑ - ๒๕๖๕) (ฉบับสมบูรณ์). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก http://www.chachoengsao.go.th/ccs/images/plan/plan_ccs65.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). แผนพัฒนาสถิติระดับพื้นที่ จังหวัดฉะเชิงเทรา. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก http://csthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/file%20Download/Plan%20Development%20Statistical%20Province/แผนพัฒนาสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา.pdf
- สุชา จันทน์ธม และ สุวรงค์ จันทน์ธม. (2529). จิตวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: แพรวพิทยา.
- สุชาสิทธิ์ เข็มมณีธ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา ตลาดบางกอก ส่วนบางกอกเหนือ จังหวัดนครปฐม. มหาวิทยาลัยศิลปากร: น.ป.ท.
- อิงอร ปิ่นมุก. (2559). ความคาดหวังและการรับรู้ประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณหมู่บ้านชีวิตรังสรรค์นครศรีธรรมราช. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- อุดมศักดิ์ นวนจิตร. (2544). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติฉะเชิงเทรา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- Gunn, C. A. (1988). Vacationscape: Designing tourist regions. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Page, S. J. (1995). Urban Tourism. London: Routledge.
- Turner, S. (1982). Total quality Management: Three step to continuous improvement. MA Addison-Wesley.