

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Comment on the Decision to Visit of Thai Tourists in Ko Kret,

Aumpher Pak Kret, Nonthaburi Province of Excursionists

ณัชชา ควรงค์ และ นพรัตน์ น้อยเจริญ*

Natcha Dadrat and Nopparat Nayjarean *

อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

*Corresponding author, E-mail: nopparat.no@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research method) มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เข้าทัศนจร ณ ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 200 คน ซึ่งได้จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรม G-Power3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทุกด้านในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D.=.302) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D.=.394 และ $\bar{X} = 4.63$, S.D.=.381) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D.=.416) และด้านลักษณะทางกายภาพ (physical) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D.=.390) ตามลำดับ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขด้านการท่องเที่ยวชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำสำคัญ: ความคิดเห็น การทัศนจร นักทัศนจร ชุมชนเกาะเกร็ด

Abstract

The purpose of this research is to explore Thai tourists' opinion on making a decision to visit Ko Kret, Aumpher Pak Kret, Nonthaburi Province. The sample size consists of 200 Thai tourists and they are selected by G-Power3. The instrument used to collect the data was a questionnaire. The collected data were analyzed by F-test, One Way ANOVA, average, standard deviation, and t-test. The results showed that factor effected Thai tourists' opinion on making a decision to visit Ko Kret, Aumpher Pak Kret, Nonthaburi Province in overall aspects were at a "highest" level ($\bar{X} = 4.58$, S.D.=.302). It was also found that Thai tourists' opinion towards promotion, product and physical were at a "highest" level ($\bar{X} = 4.63$, S.D.=.394 and $\bar{X} = 4.63$, S.D.=.381), ($\bar{X} = 4.60$, S.D.=.416), and ($\bar{X} = 4.58$, S.D.=.390), respectively. The results obtained can be used as information to help improving the tourism of Ko Kret, Aumpher Pak Kret, Nonthaburi Province for Thai tourists.

Keywords: opinion, excursionists and Ko Kret community

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นช่องทางยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้นได้ในด้านการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเท่านั้น ยังทำให้บทบาททางเศรษฐกิจซึ่งเป็นปัจจัยของการมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย และทำให้อาชีพใหม่ๆ เกิดขึ้นซึ่งการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออก เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศการผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุนซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ และช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความเครียดพร้อม ๆ กับการได้รับความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไป (โสภภาพร สุทธิศักดิ์, 2540) การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอุปกรณ์ทางการศึกษาและเป็นการส่งเสริมสุขภาพจิต อีกด้วย (ดุษฎี หุมสาย, 2536)

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวสามารถทำ

รายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็น อันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตรา ต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศเกิดดุลอีกด้วย การท่องเที่ยวจะมีผลกระทบทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 3 เท่าตัว ก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึง ภูมิภาคนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้าสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ มีผู้ลงทุนในหลายๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างกว้างขวางเป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อสังคม ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

1. การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ มีการลงทุนด้านการผลิตเพื่อรับรองการบริการแก่ผู้มาเยือน ท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

4. การท่องเที่ยวช่วยจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบทช่วยจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

5. การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปแบบของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือนเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

ปัจจัยที่เป็นเหตุมากระตุ้นเร้าให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชน สาเหตุการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมาจาก 4 ประการ คือ 1) แหล่งศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ สิ่งก่อสร้างและประติมากรรมทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์สถาน เขตพื้นเมือง สถานที่ทางการศึกษา สถานที่ทางศาสนา 2) ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ งานเทศกาลหรืองานประเพณี ศิลปะ หัตถกรรม ภาษา ศิลปะการแสดง และดนตรี 3) ลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ ทัศนียภาพ

และ 4) การคมนาคม ความสะดวกสบาย และความปลอดภัยที่จัดบริการ (Hudman, 1980) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวมี 5 ประการ คือ 1) ลักษณะภูมิประเทศ เช่น สวยงาม แปลกตา จะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น ภูเขา หุบเขา หน้าผา แม่น้ำ ทะเล ทะเลสาบ และพืชพันธุ์ธรรมชาติ 2) ลักษณะภูมิอากาศ บริเวณที่มีอากาศดีจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ 3) ปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยี่ยมชมได้มาก 4) ความสะดวกสบายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยี่ยมชมมากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่โดดเดี่ยว 5) การจัดการบริการ ความสะดวก และกิจกรรม เช่น ที่พัก อาหารกิจกรรมการแสดง กีฬา ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ โรงพยาบาล การต้อนรับ นโยบาย รัฐบาล ชุมเปอร์มาร์เก็ต (Bennett & Robinson, 2000)

สำหรับชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีนั้น ตั้งอยู่ในเขตปริมณฑล ในด้านการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับกรุงเทพมหานคร พระนครศรีอยุธยา แต่ก็เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจและยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้จำนวนหนึ่งโดยได้มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี ริเริ่มและดำเนินงานโดยเทศบาลเมืองปากเกร็ดมีความประสงค์ให้จังหวัดนนทบุรี เป็นแหล่งเรียนรู้ของชาวจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากลักษณะของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ยังคงดำรงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน วิถีชีวิต การดำรงชีพของคนในชุมชนก็ยังคงเป็นแบบสมัยเก่า และนอกจากนี้ยังเป็นแหล่งนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับผู้มาเยือนได้ศึกษาข้อมูลความเป็นมาและเข้าไปชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัด

นันทบุรี ผ่านการนำเสนอเนื้อหาสาระในแง่มุมต่าง ๆ ที่สำคัญโดดเด่น และน่าสนใจทั้งประวัติศาสตร์วิถีชีวิตของผู้คน วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีชีวิตชีวา เพื่อให้ผู้ชมรับรู้ เข้าใจ และประทับใจในความหลากหลายที่เป็นเอกลักษณ์อันน่าภาคภูมิใจของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี (หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น จังหวัดนนทบุรี, 2542)

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีนั้น ส่วนมากจะเป็นขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนาอาราม โบราณสถาน ศูนย์ประกอบอาชีพภายในชุมชน ศูนย์สาธิตประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ จากวัสดุเหลือใช้ ซึ่งจะเป็นแหล่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวภายในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งในขณะนี้ชุมชนเกาะเกร็ด เป็นชุมชนที่กำลังได้รับสนใจจากหน่วยงานต่างๆ เริ่มมีหน่วยงานเข้ามารับผิดชอบ และพัฒนาอย่างจริงจัง เพื่อกระตุ้นให้การท่องเที่ยว ภายในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีให้เป็นที่รู้จัก และทำให้มีอัตราการเข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังต้องสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด (ศิริจิตรา ฤกษ์บ้าย, 2550)

จากที่กล่าวมาข้างต้นชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวค่อนข้างมาก มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจากหลากหลายแห่ง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเสนอเป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงแก้ไขส่งเสริมให้การท่องเที่ยว ในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีให้มีการ

พัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น เป็นที่รู้จักมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์

เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เข้ามาทัศนอารณ ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เข้ามาท่องเที่ยว ณ ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 200 คน ซึ่งได้จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรม G-Power3 ของ Erdfelder et al., (1996) โดยขนาดอิทธิพลที่ 0.25 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 Power (1-β err prop) 0.80

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยสร้างตามเทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยของ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2553) โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วย อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมา
เยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ของนักศึกษาราชวิทยาลัยไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็น
แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ลักษณะ
ของคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้
ความสำคัญในแต่ละเรื่อง แต่ละคำถามมีคำตอบให้
เลือกเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3.3 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น
แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมา
เยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัด
นนทบุรี ของนักศึกษาราชวิทยาลัยไทย ที่ผู้วิจัยดำเนินการ
สร้างและพัฒนาขึ้นโดยมีขั้นตอนต่อไปนี้

3.3.1 ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่
เกี่ยวข้องกับปัจจัยการท่องเที่ยวของนักศึกษาราชวิทยาลัยไทยใน
ชุมชนเกาะเกร็ด เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวม
ข้อมูลสำหรับการวิจัยของ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์
(2553) เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดขอบเขตและ
เนื้อหาของ แบบสอบถาม

3.3.2 ร่างและเขียนข้อความของแบบสอบถามตามขอบเขต
เนื้อหา นิยามปฏิบัติการ ตามตัวแปรที่ศึกษา

3.3.3 จัดทำแบบสอบถามให้อยู่ในรูปที่สมบูรณ์

3.3.4 นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

ความสอดคล้อง และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index
of Item Objective Congruence: IOC) จำนวน 3 ท่าน

3.3.5 นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ หาค่า IOC ค่าดัชนี
ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในแบบสอบถามกับ
วัตถุประสงค์ของการวิจัย คำนวณจากสูตรค่า IOC ดังนี้
(บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2553)

$$\text{ใช้สูตร } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง
ระหว่างข้อคำถามกับประเด็นการวิจัย

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนความ
คิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ได้ค่า IOC 0.60-1.00 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมี
ความตรงเชิงเนื้อหา

3.3.6 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ยกผู้เชี่ยวชาญแนะนำ

3.3.7 นำแบบสอบถามไป Tryout กับนักศึกษาราชวิทยาลัย
กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาความ
เชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์
แอลฟา (α Coefficient) โดยกำหนดเกณฑ์ค่าความ
เชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.60
ขึ้นไป (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2553) ซึ่งจากการ
ทดลองใช้ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.89

3.3.9 จัดทำแบบสอบถามให้อยู่ในรูปที่สมบูรณ์อีกครั้ง
และนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
จากกลุ่มตัวอย่าง ตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.4.1 การนำแบบสอบถามไป Tryout กับนักศึกษาราชวิทยาลัย
ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการช่วงเดือนพฤษภาคม
2556

3.4.2 การดำเนินการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยและคณะลง
พื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง กับนักศึกษาราชวิทยาลัยจำนวน 200 คน
โดยนำแบบสอบถามไปขอความอนุเคราะห์ให้นัก
ศึกษาราชวิทยาลัยมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี ระหว่างวันที่ 1- 10 กรกฎาคม 2556

3.4.3 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์
ของแบบสอบถาม และจัดหมวดหมู่ ลงรหัสข้อมูล

3.4.4 ทำการบันทึกข้อมูลจากแบบสอบถาม แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้นำมาแจกแจงความถี่ และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

3.5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทำการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีเกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้นมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

การตรวจให้คะแนนและแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

4. ผลการวิจัย

4.1 การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว มีผลสรุปดังตาราง 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบ

แบบสอบถาม		
รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	31	15.50
25-35 ปี	72	36.00
มากกว่า 35 ปี	97	48.50
สถานภาพสมรส		
โสด	98	49.00
สมรส	92	46.00
แยกกันอยู่ / หย่าร้าง	10	5.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	25.00
ปริญญาตรี	123	61.50
สูงกว่าปริญญาตรี	27	13.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	51	25.50
15,000-25,000 บาท	94	47.00
มากกว่า 25,000 บาท	55	27.50
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ		
น้อยกว่า 5 ครั้ง	70	35.00
5- 10 ครั้ง	67	33.50
มากกว่า 10 ครั้ง	63	31.50

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 200 คน ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 35 ปี ร้อยละ 48.50 สถานภาพสมรสส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 49.00 มากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 47.00 และมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ น้อยกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 35.00

4.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลสรุปดังตารางที่ 2-9

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.60	.416	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคา (Price)	4.53	.438	มากที่สุด
ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)	4.55	.437	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.63	.394	มากที่สุด
ปัจจัยด้านบุคลากร (People)	4.56	.443	มากที่สุด
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)	4.58	.390	มากที่สุด
ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)	4.63	.381	มากที่สุด
รวม	4.58	.302	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย รวมทุกด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D.=.302) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.63, S.D.=.394 และ $\bar{X}$ = 4.63, S.D.=.381) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, S.D.=.416) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D.=.390) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านผลิตภัณฑ์

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความมีชื่อเสียงของชุมชนเกาะเกร็ด	4.64	.481	มากที่สุด
2. ความมีชื่อเสียงของสินค้า	4.57	.496	มากที่สุด
3. ความสด / ใหม่ / สะอาด ของสินค้า	4.58	.495	มากที่สุด
4. ความหลากหลายของสินค้า / บริการ	4.60	.492	มากที่สุด
รวม	4.60	.416	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, S.D.=.416) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความมีชื่อเสียงของชุมชนเกาะเกร็ด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.64, S.D.=.418) รองลงมาได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า / บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, S.D.=.492) และความสด / ใหม่ / สะอาด ของสินค้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D.=.495) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านราคา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง	4.48	.567	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมของราคาสินค้า / บริการ	4.59	.503	มากที่สุด
รวม	4.53	.438	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.53, S.D.=.438) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความเหมาะสมของราคาสินค้า / บริการ มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.59, S.D.=.503) และค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.48, S.D.=.567)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านสถานที่

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
7. ความสะดวก / เหมาะสมของสถานที่	4.52	.501	มากที่สุด
8. ระยะทาง / เวลาในการเดินทาง	4.58	.496	มากที่สุด
รวม	4.55	.437	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านสถานที่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D.=.437) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ระยะทาง / เวลาในการเดินทาง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D.=.496) และความสะดวก / เหมาะสมของสถานที่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D.=.501)

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
9. การให้บริการชมวิถีชีวิตชาวบ้าน	4.68	.468	มากที่สุด
10. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว	4.59	.493	มากที่สุด
รวม	4.63	.394	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, S.D.=.394) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า การให้บริการชม

วิถีชีวิตชาวบ้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$, S.D.=.468) และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D.=.493)

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านบุคลากร

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านบุคลากร (People)			
11. ความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ	4.60	.492	มากที่สุด
12. อธิยาศัย ไม่ตรีของผู้ประกอบการ	4.52	.501	มากที่สุด
รวม	4.56	.443	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักศึกษาราชวาทไทย ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D.=.443) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D.=.492) และอธิยาศัย ไม่ตรีของผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D.=.501)

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านลักษณะทางกายภาพ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)			
13. ความสะอาดของที่พักและแหล่งท่องเที่ยว	4.56	.498	มากที่สุด
14. ความปลอดภัยในการใช้บริการน้ำดื่ม	4.61	.490	มากที่สุด
15. ความปลอดภัยในการใช้บริการที่พัก	4.57	.497	มากที่สุด
16. สภาพแวดล้อมและบรรยากาศทางธรรมชาติ	4.61	.489	มากที่สุด
17. ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขา	4.58	.506	มากที่สุด
รวม	4.58	.390	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D.=.390) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความปลอดภัยในการใช้บริการน้ำดื่ม และสภาพแวดล้อมและบรรยากาศทางธรรมชาติ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.61, S.D.=.490 และ $\bar{X}$ = 4.61, S.D.=.489) รองลงมา ได้แก่ ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องสุขา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D.=.506) และความปลอดภัยในการใช้บริการที่พัก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.57, S.D.=.497) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกระบวนการ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
18. มีศูนย์ให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	4.51	.680	มากที่สุด
19. ป้ายสัญลักษณ์บอกเส้นทางท่องเที่ยว	4.65	.547	มากที่สุด
20. ป้ายอธิบาย/แนะนำให้ความรู้ในการท่องเที่ยว	4.67	.552	มากที่สุด
21. การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม	4.68	.511	มากที่สุด
22. เส้นทางในการศึกษาธรรมชาติ/วิถีชีวิตชาวบ้าน	4.63	.596	มากที่สุด
รวม	4.63	.381	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.63, S.D.=.381) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.68, S.D.=.511) รองลงมาได้แก่ ป้ายอธิบาย/แนะนำให้ความรู้ในการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.67, S.D.=.552) และป้ายสัญลักษณ์บอกเส้นทางท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.65, S.D.=.547) ตามลำดับ

5. การอภิปรายผล

5.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมเยือนชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 35 ปี ร้อยละ 48.50 สถานภาพสมรสส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 49.00 มากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาปริญญาตรี

คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 47.00 และมีประสบการณ์การทำงานในสถานที่ต่าง ๆ น้อยกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 35.00 จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่านักทัศนจรรยาจะมีอายุอยู่ในช่วงของวัยทำงาน สถานภาพสมรสโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างสูง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า วัยทำงาน มีเงินเดือน โสด การทัศนจรรยาที่มีความสะดวก

5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยี่ยมชมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักทัศนจรรยาชาวไทยในด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกด้านทั้งนี้ก็เป็นเพราะว่า ในด้านของผลิตภัณฑ์นั้น ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียง มีความหลากหลายของสินค้า/ บริการ และความสด/ ใหม่/ สะอาด ของสินค้า ด้านราคา มีความเหมาะสมของราคาสินค้า / บริการ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง ด้านสถานที่ ระยะทาง / เวลาในการเดินทาง และความสะดวก / เหมาะสมของสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนในเรื่องของการให้บริการชมวิถีชีวิตชาวบ้าน และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว จะค่อนข้างเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเกาะเกร็ด ด้านบุคลากร ในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึงเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ และผู้ประกอบการ สอบถามนักทัศนจรรยาในประเด็นความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ และอหยาศัย ไม่ตรีของผู้ประกอบการ ซึ่งก็พบว่า ความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ และอหยาศัย ไม่ตรีของผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านลักษณะทางกายภาพ ในประเด็นความปลอดภัยในการใช้บริการนำเที่ยว และสภาพแวดล้อมและบรรยากาศทางธรรมชาติ ความเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำ/ ห้องสุขา และความปลอดภัยในการใช้บริการที่พัก นัก

ทัศนจรรยาที่มีความคิดเห็น ว่าอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ในด้านกระบวนการ พบว่า การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม ป้ายอธิบาย/แนะนำ ให้ความรู้ในการท่องเที่ยว และป้ายสัญลักษณ์บอกเส้นทางท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการรายงานผลงานดำเนินงานของปีงบประมาณ 2556 ใช้ข้อมูลในการบริหารการท่องเที่ยวของชุมชนเกาะเกร็ด รวมถึงใช้เป็นข้อมูลสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเกาะเกร็ดให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

6. เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2555. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ดูัย ชุมสาย. (2536). จิตวิทยาพาเลติน กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญธรรมกิจปริดาวิสุทธิ. (2553). เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ศรีอนันต์การพิมพ์.
- รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์. (2551). ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สิริจิตรา ฤกษ์บ้าย. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 13(1): 64-72.

โสภพร สุทธิศักดิ์. (2540). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น จังหวัดนนทบุรี. (2542). ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนเกาะเกร็ด. นนทบุรี: หน่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น.

Hudman, Lloyd E. (1980). *Tourism, a shrinking World*. Ohio: Grid Publishing, Inc.

Bennett, R.J., & Robinson, S. L. (2000). Development of a measure of workplace deviance. *Journal of Applied Psychology*. 85, 349-360.