

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการ
ของสวนสนุกประเภทธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร



นายชาญ เชาว เนตรสุวรรณ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาพลศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2528

ISBN 974-564-400-5

008993

I1651b3b2

OPINIONS OF CUSTOMERS CONCERNING RECREATIONAL VALUES OF
COMMERCIAL AMUSEMENT PARKS IN BANGKOK METROPOLIS



Mr. Chanchaweng Netrsuwan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Education

Department of Physical Education

Graduate School

Chulalongkorn University

1985

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการ
ของสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นายชาญเชวง เนตรสุวรรณ

ภาควิชา

พลศึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ รุ่งเรือง เกียมแก้ว



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาคำหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุประทีฐ มุขนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุเมธ นวฤกษ์กุล)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รุ่งเรือง เกียมแก้ว)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธิ์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิลปชัย สุวรรณชาคว)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ชื่อนิสิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

ภาควิชา

ปีการศึกษา

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการ
ของสวนสนุกประเภทธุรกิจ ใน เขตกรุง เทพมหานคร

นายชาณุ เชาว เนตรสุวรรณ

รองศาสตราจารย์พอง เกิกแก้ว

พลศึกษา

2527



บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการของสวนสนุกประเภทธุรกิจในเขตกรุง เทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้บริการโดยแบ่งกลุ่มตาม เพศ และอายุ

ทำการ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสุ่มสัมภาษณ์แบบกำหนดโครงสร้างประกอบกับการใช้แบบสอบถาม กับผู้ใช้บริการของสวนสนุกสองแห่งคือ แคนเนรมิต และสวนสยาม รวมกลุ่มตัวอย่างประชากรทั้งสิ้น 320 คน นำผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ค่า เอฟ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เกี่ยว และเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีของเซฟเฟ

ผลการวิจัยปรากฏว่า

1. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับคุณค่าโดยทั่วไปของสวนสนุกประเภทธุรกิจใน เขตกรุง เทพมหานครที่ผู้ใช้บริการ เห็นว่ามีคุณค่าอยู่ในระดับมาก คือ

- คุณค่าในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม
- คุณค่าในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัว
- คุณค่าในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- คุณค่าในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์
- คุณค่าในการส่งเสริมสติปัญญา หรือ ความรอบรู้

2. ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าคุณค่าทางนันทนาการของสวนสนุกประเภท
ธุรกิจใจในเขตกรุง เทพมหานคร อยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการชายและหญิง เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการ
ของสวนสนุกประเภทธุรกิจในเขตกรุง เทพมหานคร(แคน เนรมิต) แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่อง ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดทางจิตใจ ช่วย
ให้มีทักษะในการเล่นเครื่องเล่น ช่วยให้เกิดความกล้าแสดงออก ช่วยในรู้จักการ
ตัดสินใจอย่างรอบคอบ และช่วยให้มีความกล้าในการเผชิญกับสิ่งท้าทาย และเมื่อ
พิจารณาารรวมคุณค่าทางนันทนาการทุกด้าน ผู้ใช้บริการชายและหญิงมีความคิดเห็นที่
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ส่วนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการชายและหญิง เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการ
ของสวนสนุกประเภทธุรกิจในเขตกรุง เทพมหานคร(สวนสยาม)ไม่มีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

4. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่มอายุต่างๆ 4 กลุ่มเกี่ยวกับคุณค่าทาง
นันทนาการของสวนสนุกประเภทธุรกิจในเขตกรุง เทพมหานครทั้งที่ แคน เนรมิต และ
สวนสยาม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thesis Title Opinions of Customers Concerning
Recreational Values of Commercial
Amusement Parks in Bangkok Metropolis
Name Mr. Chanchaweng Netrsuwan
Thesis Advisor Associate Professor Fong KerdKaew
Department Physical Education
Academic Year 1984

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the opinions of customers concerning recreational values of commercial amusement parks in Bangkok Metropolis, and to compare the opinions of customers classified as to sexes and age groups.

The data were collected by means of using interviews and questionnaires with the fixed-structured random sampling to the customers of two commercial amusement parks: Magic Land and Siam Park. The total amount of the samples was 320 customers. The obtained data were, then, analyzed in terms of means and standard deviations. A t-test was employed to determine the significant difference between opinions of males and females. Also, one-way analysis of variance was employed to determine the significant difference between age groups of customers. Finally, a Scheffe's test was employed to use as the follow-up test.

It was found that:

1. Opinions of customers concerning general values of commercial amusement parks was at high level as follow:

- The value of cultural reservation and promotion.
- The value of promotion the relation between members of family.
- The value of tourism industry promotion.
- The value of creative promotion.
- The value of knowledge and intelligence

2. Opinions of customers concerning recreational values of commercial amusement parks was at high level in every items.

3. There were significant differences between the opinions of male and female customers concerning recreational values of commercial amusement park (Magic Land) at the .05 level in the value of health development the value of personal development.

There was no significant difference between the opinions of male and female customers concerning recreational values of commercial amusement park(Siam Park) at the .05 level.

4. There was no significant difference between the opinions of age groups of customers concerning recreational values of both commercial amusement parks: Magic Land and Siam Park at the .05 level.



กติกกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดีเนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาจาก
รองศาสตราจารย์ พงษ์ เกิกแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ซึ่งได้แนะนำให้ขอคิ
ทดลองจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา ผู้วิจัยขอกรา
ขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวิธนา สุวรรณเชษนิคม
ที่ได้อบรมให้คำแนะนำเกี่ยวกับสถิติเพื่อการวิจัยเป็นอย่างดี อาจารย์ปลัดคำวัลย์ เกษมเนตร
และอาจารย์ชูชีพ ฉิมวงษ์ ที่ได้อบรมให้คำแนะนำเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย
คอมพิวเตอร์ คุณไชยวัฒน์ เหลืองอมรเลิศ ที่ได้กรุณามอบทุนอุดหนุนการวิจัย ในนามของ
สวนสยาม คุณปิยะ งามวราลัย รองผู้จัดการฝ่ายบุคคล คุณวิวัฒน์ ชำนาญธรรม ผู้จัดการ
ฝ่ายบริการ ดร. เรวัต คັນคยานนท์ ผู้จัดการฝ่ายศูนย์ควบคุมระบบงาน สวนสยาม ที่ได้
ความสะดวกในการเก็บข้อมูล คุณอัมพล สุทธิเพ็ชร ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ แคนเนรมิต
ที่ได้ความสะดวกในการเก็บข้อมูลที่แคนเนรมิต นิสิตภาควิชาบัณฑิตการ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ผลิตศึกษา ที่กรุณาเสียสละเวลาในวันหยุดมาทำหน้าที่ผู้ช่วยงานวิจัย
และเก็บรวบรวมข้อมูล คุณกรรณิกา ศุภศิริ ที่ได้ความช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา และ
คุณสมหมาย วงษ์ตระกูลบัณฑิต ที่ได้ความช่วยเหลือในการจัดทำรูปเล่มอย่างดียิ่ง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชาญเชวง เนตรสุวรรณ



	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กติกักรรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญ ภาพ	ซ
บทที่	
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของ ปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	24
ขอบเขตของการวิจัย	25
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	25
ข้อตกลงเบื้องต้น	26
ข้อจำกัดของการวิจัย	26
คำนิยามที่ใช้ในการวิจัย	26
2. วรรณคดีและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
วรรณคดี	28
การวิจัยในประเทศ	40
การวิจัยในต่างประเทศ	44
3. วิธีดำเนินการวิจัย	50
กลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
การสรวางแบบสอบถาม	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	54
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	55

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และขอเสนอแนะ	102
บรรณานุกรม	114
ภาคผนวก	121
ประวัติผู้เขียน	152



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา..... 60
2	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามอาชีพ 61
3	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามสถานภาพการสมรส 62
4	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว 63
5	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือนของครอบครัว 64
6	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามบริเวณที่พักก่อนเดินทางมาใช้บริการ 65
7	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามการเดินทางมายังสวนสนุก 66
8	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามการยานประคูลเข้าใช้บริการ 67
9	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ 68
10	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามบุคคลที่มาด้วย 69
11	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามสาเหตุที่มาใช้บริการ 70
12	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามผูริเริ่มชักชวนให้มาใช้บริการ 71
13	การอวยละของผู้นิยมบริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุง เทพ มหานคร จำแนกตามสิ่งทีักถึงก่อนเมื่อพุดถึง แคนเนรมิต หรือ สวนสยาม 72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

14	การอวยละของผู้ให้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในสวนสนุก	73
15	การอวยละของผู้ให้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวันที่นิยมมาใช้บริการ	74
16	การอวยละของผู้ให้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสาเหตุสำคัญที่ทำให้กลับมาใช้บริการอีก ..	75
17	การอวยละของผู้ให้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสาเหตุสำคัญที่ทำให้ไม่ต้องการกลับมาใช้บริการอีก	76
18	การอวยละของผู้ให้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่จะกลับมาใช้บริการอีก	77
19	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ให้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการให้บริการด้านต่าง ๆ	78
20	การอวยละของผู้ให้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความต้องการบริการอื่น ๆ ที่ต้องการให้จัดบริการเพิ่มขึ้น	79
21	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความนิยมในเครื่องเล่นแต่ละชนิดของผู้ให้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร (แคนเนรมิต) จำแนกตามช่วงอายุ และรวมทุกช่วงอายุ	80
21.1	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความนิยมในเครื่องเล่นแต่ละชนิดของผู้ให้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร (สวนสยาม) จำแนกตามช่วงอายุ และรวมทุกช่วงอายุ	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

22	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความต้องการเกี่ยวกับกิจกรรม หรืองานพิเศษ ของผู้ใช้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี และ 26 - 40 ปี	83
22.1	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความต้องการเกี่ยวกับกิจกรรม หรืองานพิเศษ ของผู้ใช้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มอายุ 41 - 60 ปี สังกว่า 60 ปี และรวมทุกช่วงอายุ	84
23	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าโดยทั่วไปของสวนสนุกประเภทธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ใช้บริการช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี และ 26 - 40 ปี	86
23.1	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าโดยทั่วไปของสวนสนุกประเภทธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ใช้บริการช่วงอายุ 41 - 60 ปี สังกว่า 60 ปี และรวมทุกช่วงอายุ	87
24	การยอมรับของผู้ใช้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความคิดเห็น เมื่อเปรียบเทียบการให้บริการกับสวนสนุกตามศูนย์การค้า	88
25	การยอมรับของผู้ใช้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความคิดเห็น เมื่อเปรียบเทียบความประทับใจกับการให้บริการสวนสนุกตามศูนย์การค้า	89
26	การยอมรับของผู้ใช้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความคิดเห็น เกี่ยวกับความจำเป็นของสวนสนุกสำหรับกรุงเทพมหานคร	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

- 27 ค่าร้อยละของผู้ใช้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการขาดแคลนสถานที่พักผ่อนหย่อนใจประเภทกลางแจ้งในเขตกรุงเทพมหานคร ... 90
- 28 ค่าร้อยละของผู้ใช้บริการสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมของรัฐต่อกิจการสวนสนุกประเภทนี้ 91
- 29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า ที่ ของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการของสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการชาย และหญิง (แคนเนรมิต) .. 92
- 29.1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า ที่ ของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการของสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการชายและหญิง (สวนสยาม) .. 93
- 30 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี และ 26 - 40 ปี เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการของสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร (คนเนรมิต) 95
- 30.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่มอายุ 41 - 60 ปี และสูงกว่า 60 ปี เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการของสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร(แคนเนรมิต) 96
- 30.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ กลุ่มอายุ ไม่เกิน 25 ปี และ 26 - 40 ปี เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการของสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร (สวนสยาม) 97

30.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่มอายุ 41 - 60 ปี และสูงกว่า 60 ปี เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการของสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร (สวนสยาม)	98
31	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความคิดเห็นของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มอายุทั้ง 4 กลุ่ม เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการต่าง ๆ ของสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร (แคนเนรมิต)	100
31.1	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของความคิดเห็นของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มอายุทั้ง 4 กลุ่ม เกี่ยวกับคุณค่าทางนันทนาการต่าง ๆ ของสวนสนุกประเภทธุรกิจใจในเขตกรุงเทพมหานคร (สวนสยาม)	101

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1	ระบบของนันทนาการชุมชน	20
---	-----------------------------	----



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย