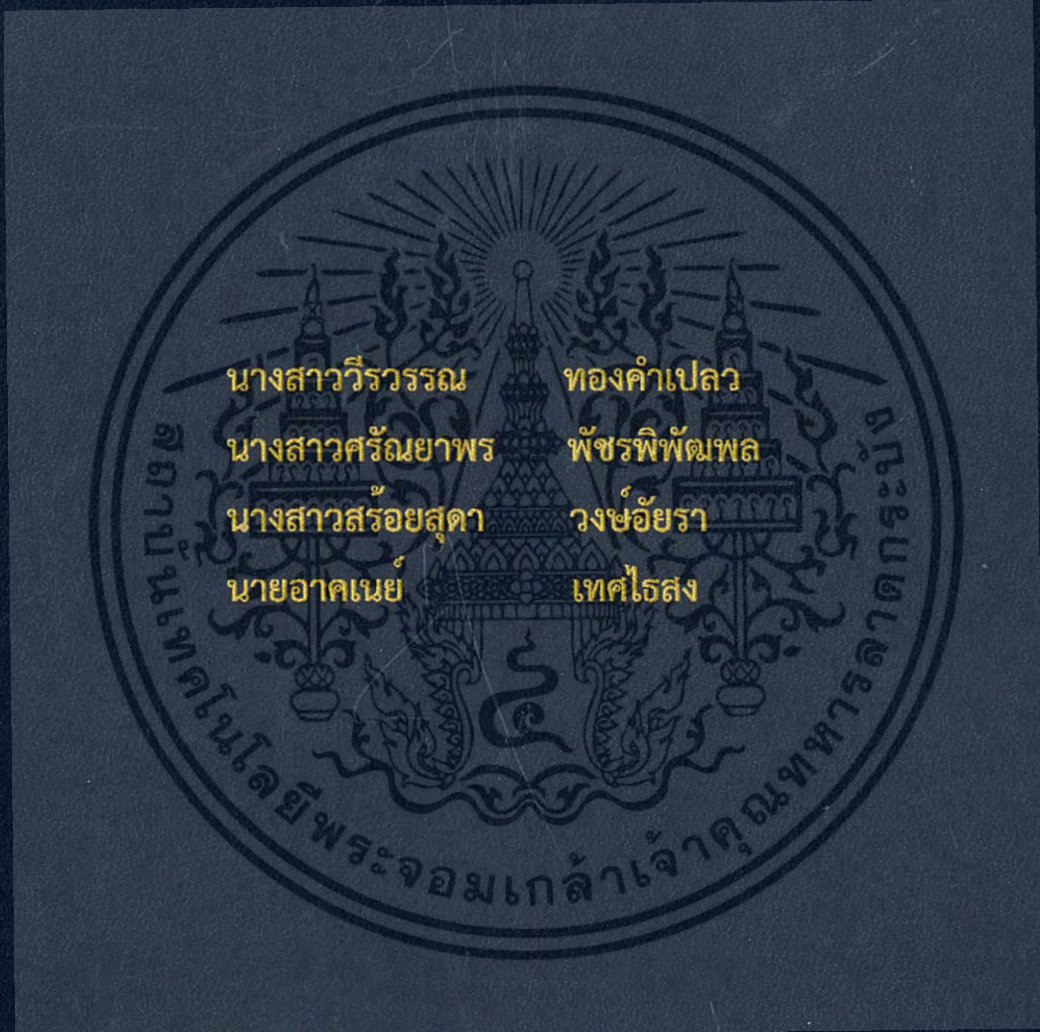


ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี

Potentiality of Cultural Tourism : Case Study of
Klong Suan 100-Year-Old Market



ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์
ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2558

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี

Potentiality of Cultural Tourism : Case Study of

Klong Suan 100-Year-Old Market



นางสาววิรวรรณ

ทองคำเปลว

นางสาวศรัณยาพร

พัชรพิพัฒพล

นางสาวสร้อยสุดา

วงษ์อัยรา

นายอาคเนย์

เทศไธสง

b.00265995

i.....

TB00270

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์


ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Potentiality of Cultural Tourism : Case Study of
Klong Suan 100-Year-Old Market



Miss Wirawan Thongkhampeo
Miss Saranyaporn Patcharapipatpol
Miss Soisuda Wong-ai-yara
Mr. Akanay Thetthaisong

A SPECIAL PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF BACHELOR OF SCIENCE
IN APPLIED STATISTICS
DEPARTMENT OF STATISTICS
FACULTY OF SCIENCE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
ACADEMIC YEAR 2015


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อปัญหาพิเศษ การศึกษาเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี

ชื่อนักศึกษา นางสาววิวรรรณ ทองคำเปลว 55051813
 นางสาวศรัณยาพร พ็ชรพิพัฒพล 55051816
 นางสาวสร้อยสุดา วงษ์อัยรา 55051827
 นายอาคเนย์ เทศไธสง 55051858

ปริญญา วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สถิติประยุกต์)
 ภาควิชา สถิติ
 ปีการศึกษา 2558
 อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์

คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้
 โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติประยุกต์
 ประจำปีการศึกษา 2558

คณะกรรมการสอบ	ลายมือชื่อ
ผศ.ดร.สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์ ประธานกรรมการ	
อ. สุจิตรา สุนคนมัต กรรมการ	
ผศ.วราพร เหลือสินทรัพย์ กรรมการ	

ลิขสิทธิ์ของคณะวิทยาศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อปัญหาพิเศษ	ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี		
ชื่อนักศึกษา	นางสาววีรวรรณ	ทองคำเปลว	55051813
	นางสาวศรียาพร	พัชรพิพัฒพล	55051816
	นางสาวสร้อยสุดา	วงษ์อัยรา	55051827
	นายอาคนีย์	เทศโรสง	55051858
ปริญญา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (สถิติประยุกต์)		
ภาควิชา	สถิติ		
ปีการศึกษา	2558		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.สิทธิชัย	เจริญเศรษฐศิลป์	

บทคัดย่อ

จากการวิจัยเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี ซึ่งศึกษาจากประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มผู้ประกอบการ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิชนิดมีระบบ (Stratified Systematic Sampling) ได้ผู้ประกอบการจำนวน 53 ร้านค้า ที่ตกเป็นตัวอย่าง พบว่า เจ้าของกิจการส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-45 ปี มีรายได้ต่อเดือน 15,000-25,000 บาท จำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ 6-10 ปี สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) ได้นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คนที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-40 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงาน/เอกชน มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอย่างน้อย 5 ครั้ง เดินทางมาโดยรถส่วนตัวกับครอบครัว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อายุและรายได้ต่อเดือนมีผลต่อทัศนคติทำให้ศักยภาพการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการแตกต่างกัน มีศักยภาพด้านพื้นที่และด้านชุมชนของตลาดคลองสวน 100 ปีอยู่ในระดับมาก สำหรับนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ อายุ สถานภาพการสมรส และวิธีการเดินทางมีผลทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

Title	Potentiality of Cultural Tourism : Case Study of Klong Suan 100-Year-Old Market		
Students	Miss Wirawan	Thongkhampeo	55051813
	Miss Saranyaporn	Patcharapipatpol	55051816
	Miss Soisuda	Wong-ai-yara	55051827
	Mr Akanay	Thetthaisong	55051858
Degree	Bachelor of Science (Applied Statistics)		
Department	Statistics		
Academic Year	2015		
Advisor	Asst.Prof.Dr.Sitticchai Charonensettasilp		

Abstract

The study of potentiality of cultural tourism; a case study of Klong Suan 100-Year-Old Market was conducted on 2 groups of population – entrepreneurs and tourists. The Stratified Systematic Sampling used for entrepreneurs and obtained the sample of 53 shops. From this sampling method revealed that most of entrepreneurs were 31-45 years old, had monthly income of 15,000-25,000 baht, provided food and beverage type goods, and had operating duration of 6-10 years. For tourist group, Nonprobability Sampling method with Quata Sampling was used for sampling and obtained 400 tourists as sample. From this sampling method revealed that most of tourists were female, 21-40 years old, single, employee, had hometown is rural area. Most of them came here less than 5 times, travelled by personal car with their family. It demonstrated that, at significance level of 0.05, age and monthly income, the entrepreneurs had different potentiality of tourism at Klong Suan 100-Year-Old Market and spatial and local potentiality of Klong Suan 100-Year-Old Market at high level. For tourists, it showed that age, married status, and mode of transportation resulted in different pattern of tourism and they had high level of satisfaction.

กิตติกรรมประกาศ

ปัญหาพิเศษนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาของบุคคลหลายๆ ฝ่ายที่ให้ความร่วมมือ ซึ่งคณะผู้จัดทำขอกราบขอบคุณทุกๆ ท่านมาไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผศ.ดร.สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษที่กรุณาติดตามผลงานตลอดทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน โดยให้คำปรึกษา คำแนะนำต่างๆ ตลอดจนตรวจสอบและแก้ไข ทำให้ปัญหาพิเศษเล่มนี้เสร็จตรงตามเวลาที่กำหนด

ผศ.วราพร เหลือสินทรัพย์ และ อ.สุจิตรา สุคนธมัต อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำข้อบกพร่อง ตลอดจนแก้ไขข้อผิดพลาดเพิ่มเติม

ผศ.ดร. อัชมา อระวีพร ผศ.นริทร์โชติ ราชบุรี และ รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดี ที่กรุณาตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม ตลอดจนแก้ไขข้อผิดพลาด

ผู้ประกอบกิจการและนักท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี ทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

คณาจารย์ภาควิชาสถิติทุกท่านที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ และให้คำแนะนำต่าง ๆ มาโดยตลอด

บิดามารดาของผู้จัดทำปัญหาพิเศษที่ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจเสมอมา ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ของภาควิชาสถิติ ที่ประสานงานและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้จัดทำปัญหาพิเศษตลอดการดำเนินงาน

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของปัญหาพิเศษนี้ซึ่งไม่ได้กล่าวนามไว้ทุกท่าน

นางสาวสร้อยสุดา	วงษ์อัยรา
นางสาวศรัณยาพร	พัชรพิพัฒพล
นางสาววีรวรรณ	ทองคำเปลว
นายอาคเนย์	เทศไธสง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	
สารบัญตาราง	
สารบัญรูป	
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 สมมติฐาน	3
1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	3
1.6 กรอบแนวคิด	4
1.7 นิยามศัพท์	5
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพ	8
2.1.1 ความหมายศักยภาพ	8
2.1.2 การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	10
2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว	10
2.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	11
2.2.3 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	12
2.2.4 ความสำคัญของการท่องเที่ยว	13
2.2.5 ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	14
2.2.6 รูปแบบของการท่องเที่ยว	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	17
2.3.1 ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	17
2.3.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	18
2.3.3 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	19
2.3.4 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	19
2.3.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	20
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	21
2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	21
2.4.2 คุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	22
2.5 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาดคลองสวน 100 ปี	23
2.5.1 ประวัติความเป็นมาของตลาดคลองสวน 100 ปี	23
2.5.2 วิสัยทัศน์ของตลาดคลองสวน 100 ปี	25
2.5.3 การเดินทาง และการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว	26
2.6 ทฤษฎีสถิติ	27
2.6.1 การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม	27
2.6.2 การสุ่มตัวอย่าง	28
2.6.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา	30
2.6.4 การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร	31
2.6.5 การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison test)	35
2.6.6 The Kruskal-Wallis One-Way Analysis of Variance by Ranks	36
2.6.7 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น	38
2.7 แบบสอบถาม	41
2.7.1 ชนิดของแบบสอบถาม	41
2.7.2 ลักษณะของแบบสอบถามที่ดี	41
2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	48
3.1.2 การสุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง	49
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	52
3.2.1 ลักษณะแบบสอบถาม	52
3.2.2 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม	53
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	60
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	62
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบกิจการที่ตอบแบบสอบถาม	62
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี	65
4.2.1 ด้านพื้นที่	66
4.2.2 ด้านชุมชน	67
4.3 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม	68
4.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี	72
4.4.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	73
4.4.2 ด้านอำนวยความสะดวก	74
4.4.3 ด้านการขนส่ง	74
4.4.4 ด้านการต้อนรับ	75
4.4.5 ด้านสิ่งดึงดูดใจ	77
4.4.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	78
4.4.7 ด้านการขนส่ง	79
4.4.8 ด้านการต้อนรับ	80
4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบกิจการและนักท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี	81
4.5.1 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการทดสอบสมมติฐาน	82
4.5.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	83

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล	104
5.1 สรุปผลการศึกษา	104
5.2 สรุปภาพรวมจากการศึกษา	108
5.3 ผลงานที่ได้จากงานวิจัยในเรื่องของศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี สามารถสรุปได้ดังนี้	109
5.4 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะ	
บรรณานุกรม	110
ภาคผนวก ก	ก-1
ภาคผนวก ข	ข-1
ภาคผนวก ค	ค-1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

	หน้า
2.1 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA	34
3.1 จำนวนประชากรของผู้ประกอบกิจการ จำแนกตามประเภทของสินค้า	48
3.2 ขนาดตัวอย่างผู้ประกอบกิจการ จำแนกตามประเภทสินค้า	50
3.3 ขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%	51
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบกิจการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	62
4.2 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ของทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามด้านต่างๆ ของศักยภาพการท่องเที่ยว	65
4.3 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของทัศนคติของผู้ประกอบกิจการ ที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ ในตลาดคลองสวน 100 ปี	66
4.4 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวด้านชุมชน ในตลาดคลองสวน 100 ปี	67
4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	68
4.6 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามด้านต่างๆ ขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	72
4.7 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ	73
4.8 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านอำนวยความสะดวก	74
4.9 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการขนส่ง	75
4.10 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการต้อนรับ	75
4.11 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามด้านต่างๆ ขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	76

สารบัญญัตราสาร (ต่อ)

	หน้า
4.12 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ	77
4.13 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	78
4.14 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการขนส่ง	79
4.15 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการต้อนรับ	80
4.16 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่ากลางของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอายุ โดยใช้การทดสอบ Kruskal-Wallis	83
4.17 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอายุ	84
4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	85
4.19 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	86
4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อ ศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย	87
4.21 ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบ กิจการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตาม ระยะเวลาในการประกอบกิจการ	89
4.23 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านพื้นที่ในตลาดคลองสวน 100 ปี	90
4.24 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านชุมชนที่ในตลาดคลองสวน 100 ปี	91
4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทาง มาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามเพศ	92
4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทาง มาท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอายุ	93
4.27 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอายุ	94
4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่ากลางของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทาง มาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามสถานภาพการสมรส โดยใช้ การทดสอบ Kruskal-Wallis	95
4.29 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามสถานภาพการสมรส	96
4.30 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจ การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอาชีพ	97
4.31 ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอาชีพ	97
4.32 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทาง มาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามภูมิลำเนา	98
4.33 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทาง มาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมา	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
4.34 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมา ท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามลักษณะการเดินทาง	100
4.35 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทาง มาท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามวิธีการเดินทาง	101
4.36 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามวิธีการเดินทาง	102
4.37 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี	103
ค.1 ผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ยประชากร หนึ่งกลุ่มและสมมติฐานของผลต่างของค่าเฉลี่ยประชากรสองกลุ่มเมื่อประชากร ทั้งสองเป็นอิสระต่อกัน	ค-2
ค.2 ผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบสมมติฐานการเท่ากันของค่า เฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 ประชากรขึ้นไปจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	ค-3

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
4.1 กราฟแสดงร้อยละของผู้ประกอบกิจการ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	64
4.2 กราฟแสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	71



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ตลาดคลองสวน มีอายุถึง 100 ปี ค้าขายกันตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ความยาวของตลาดเลียบบไปตามริมคลองประเวศน์บุรีรมย์ ยาวประมาณ 1 กม. ความยาวกินพื้นที่ระหว่าง 2 จังหวัดคือ ยาวจากตำบลคลองสวน อ.ท่าบ่อ จ.สมุทรปราการ กับ ต.เทพราช อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา เป็นชุมชนที่หลากหลายวัฒนธรรมเพราะมีทั้งชาวไทย ชาวจีน ไทยมุสลิม จึงได้รับการขนานนามว่า “แหล่งย่านตลาดเก่า สามวัฒนธรรม สองชานเมือง” ปัจจุบันอยู่ในความดูแลของสำนักงานเทศบาลตำบลเทพราชและสำนักงานเทศบาลตำบลคลองสวน ได้สนับสนุนให้ชุมชนร่วมกันอนุรักษ์บ้านเรือนที่มีอยู่ด้วยความรักและหวงแหน รวมทั้งการดำเนินชีวิตที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้ตลาดคลองสวนเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของสองจังหวัด รวมทั้งสิ่งปลูกสร้าง ที่ยังมีกลิ่นอายในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 เวลาเปิดทำการทุกวันคือ 08.00-17.00 น.(สำนักงานเทศบาลตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์)

ตั้งแต่อดีตการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่น่าสนใจทางด้านการเศรษฐกิจของนานาประเทศ โดยประเทศไทยได้มีแนวทางการปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็นไทย โดยแนวทางการปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการให้มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาคโดยพัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนาโครงสร้างการคมนาคมเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและการปรับปรุงกฎระเบียบข้อกฎหมาย การพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจและการเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการและขีดความสามารถการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 , พ.ศ. 2550-2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปัจจุบันตลาดเป็นสถานที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้ดำเนินกิจกรรมการแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้าและบริการตามความถนัดของแต่ละครอบครัว เป็นการหมุนเวียนเศรษฐกิจภายในชุมชน และจากภายนอกเข้าสู่ชุมชนด้วย นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีในระดับชุมชน รวมถึงการสืบทอดทางประเพณีและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการถ่ายทอดภูมิปัญญา เคล็ดลับ และฝีมือในการทำอาหาร ตกทอดมาสู่ลูกหลาน ในส่วนของตลาดที่มีวัฒนธรรมความเป็นมา มีต้นกำเนิดมาจากการที่กลุ่มของคนในชุมชนมีการสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีด้วยกัน คนในชุมชนท้องถิ่นต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้รับ ทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสม จากกระแสดังกล่าวส่งผลให้เกิดความตื่นตัวในการพัฒนา ตลาด ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกทางเลือกหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการศึกษาข้อมูลของตลาดคลองสวนร้อยปีผู้วิจัยพบว่าใน 2 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวน้อยลงเป็นจำนวนมากถึง 50% (สำนักงานเทศบาลตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ ,2557) ซึ่งส่งผลให้ชาวบ้านที่ค้าขายในตลาดคลองสวนมีรายได้ลดลงจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงเป็นปัญหาที่ควรเร่งแก้ไข เนื่องจากเมื่อชาวบ้านมีรายได้ที่ลดลงอาจส่งผลให้ชาวบ้านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปทำอาชีพอื่น วิถีชีวิตชุมชนเปลี่ยนไป ทำให้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสูญหาย วัฒนธรรมอันดีงาม ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม และประเพณีที่สั่งสมมาหลายชั่วอายุคนเป็นเวลาหลายร้อยปีค่อยๆ เลือนหายไป ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในชุมชน และเพื่อให้ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมรวมถึงการร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในชุมชนของตนเอง คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรมท้องถิ่น มรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นความภาคภูมิใจของชุมชน ดึงนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่น และสามารถสร้างรายได้ ได้อย่างยั่งยืนจากการท่องเที่ยว

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดคลองสวน 100 ปี
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ทำการศึกษาในพื้นที่ "ตลาดคลองสวน 100 ปี" พื้นที่บริเวณนี้เป็นรอยต่อระหว่าง ต.เทพราช อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา กับ อ.บางปะอง จ.สมุทรปราการ

การศึกษาคั้งนี้ประชากรที่ศึกษามี 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ประกอบกิจการในตลาดคลองสวน

กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวนในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

1.4 สมมติฐาน

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบกิจการทำให้มีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แตกต่างกัน
2. ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีศักยภาพด้านพื้นที่และด้านชุมชนอยู่ในระดับมาก
3. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100ปี
4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปีอยู่ในระดับมาก

1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับผู้ประกอบกิจการ

ตัวแปรต้น คือ ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของสินค้าที่จำหน่าย และระยะเวลาในการประกอบกิจการ

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในตลาดคลองสวน 100 ปี

สำหรับนักท่องเที่ยว

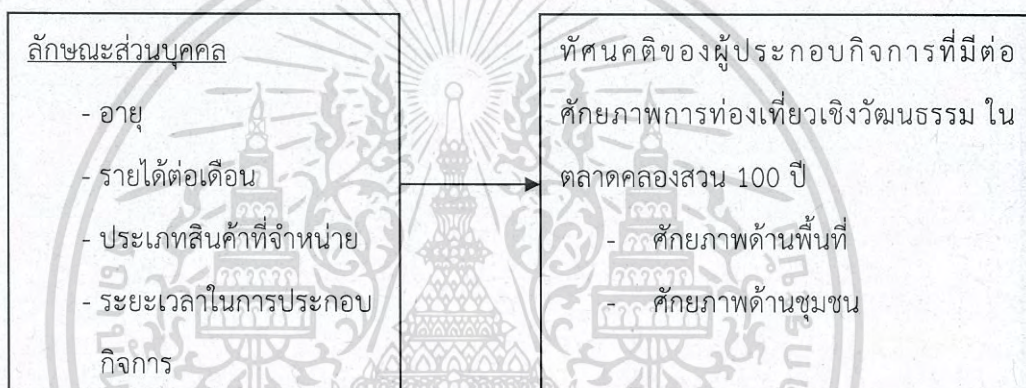
ตัวแปรต้น คือ ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ ภูมิสำเนา จำนวนครั้งที่เคยมา
ลักษณะการเดินทาง และวิธีการเดินทาง

ตัวแปรตาม คือ

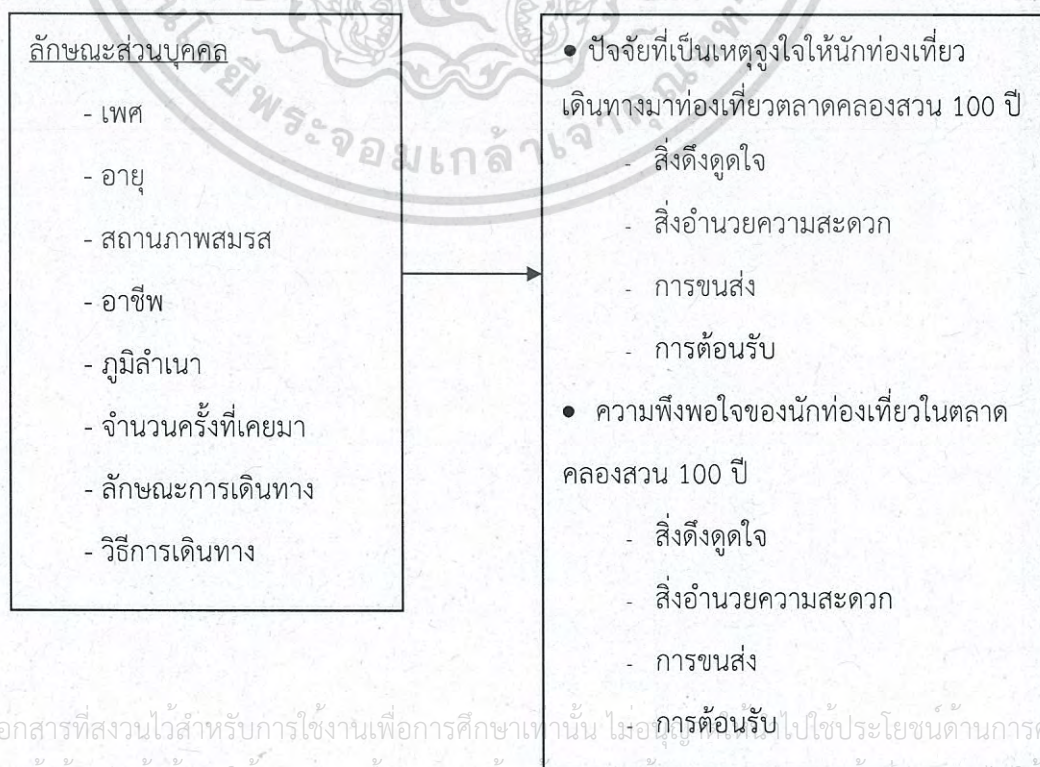
1. ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี

1.6 กรอบแนวคิด

1. กรณีผู้ประกอบการ



2. กรณีนักท่องเที่ยว



1.7 นิยามศัพท์

ศักยภาพ หมายถึง ความรู้ความสามารถของบุคคลในการผสมผสานความรู้ และประยุกต์ใช้ความรู้ให้เกิดประโยชน์

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เดินทางต่างถิ่นมายังสถานที่เป้าหมายเพื่อศึกษาหาความรู้ หาประสบการณ์ หรือเพื่อการพักผ่อน

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางอย่างเป้าหมายจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เพื่อความสุข เพื่อการศึกษา หรือเพื่อเป็นการพักผ่อน

การพัฒนา หมายถึง เป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจ ไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง

สิ่งดึงดูดใจ หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี ซึ่งได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ศาสนสถาน ศิลปหัตถกรรม ตลอดจนการต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรีของประชาชนเจ้าของพื้นที่

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย เช่น ห้องน้ำ การสื่อสาร โทรคมนาคม เป็นต้น และขั้นสูง เช่น ร้านอาหาร ร้านค้าของที่ระลึก ที่พักแรม การให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว เป็นต้น

การเข้าถึง หมายถึง การคมนาคมขนส่ง ถนนหนทาง ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ที่สามารถพานักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่ตลาดคลองสวน 100 ปี

ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมทางด้านสิ่งดึงดูดใจ ความพร้อมทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความพร้อมทางด้านคมนาคม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและมีความสุข

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตลาดคลองสวน 100 ปี
2. เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปพัฒนาตลาดคลองสวน 100 ปีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว
3. สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาสถานที่ ที่มีคุณค่า ด้านอื่น ๆ ต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพ

- 2.1.1 ความหมายศักยภาพ
- 2.1.2 การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

- 2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
- 2.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
- 2.2.3 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว
- 2.2.4 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
- 2.2.5 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
- 2.2.6 รูปแบบของการท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 2.3.1 ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.3.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.3.3 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.3.4 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.3.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.3.6 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- 2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.4.2 คุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาดคลองสวน 100 ปี

- 2.5.1 ประวัติความเป็นมาของตลาดคลองสวน 100 ปี
- 2.5.2 การเดินทาง และการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว
- 2.5.3 วิสัยทัศน์ของตลาดคลองสวน 100 ปี

2.6 ทฤษฎีทางสถิติ

- 2.6.1 การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม
- 2.6.2 การสุ่มตัวอย่าง
- 2.6.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)
- 2.6.4 การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร
- 2.6.5 การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison test)
- 2.6.6 The Krukla-Wallis One-way Analysis of Variance by Ranks
- 2.6.7 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น

2.7 แบบสอบถาม

- 2.7.1 ชนิดของแบบสอบถาม
- 2.7.2 ลักษณะของแบบสอบถามที่ดี

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพ

2.1.1 ความหมายศักยภาพ

ศักยภาพ “Potential” ตามความหมายของรูปศัพท์แปลว่า “ภาวะแฝงอำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือทำให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้..” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2538, หน้า 780) และได้มี ผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งนักวิชาการกล่าวถึงความหมายของศักยภาพไว้ในลักษณะที่สอดคล้องกัน

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2532) ได้นิยามว่า ศักยภาพ หมายถึงความสามารถหรือ ความพร้อมในตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการ หรือการเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ขึ้น

เพชรน้อย ม่วงงาม (2539) ได้ศึกษาคำจำกัดความของศักยภาพ สรุปว่า หมายถึงพลัง ความหมายที่แฝงอยู่และสามารถทำให้ปรากฏได้ ความสามารถที่แสดงหรือปรากฏเป็นได้ทั้งเครื่องชี้ หรือสะท้อนศักยภาพในอดีต และเป็นเครื่องบ่งบอกศักยภาพในอนาคต การปรากฏของพลังศักยภาพ ของสิ่งใด ๆ จะเป็นเช่นใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างน้อย 2 ส่วน คือ พลังความสามารถของสิ่งนั้นและ เงื่อนไขบริบทที่เป็นไปได้ทั้งตัวชัดเจนหรือตัวหยาบเสริม การปรากฏออกมาของศักยภาพนั้นที่สำคัญ คือเงื่อนไขเชิงบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาในข้างต้น ทำให้สรุปได้ว่าศักยภาพ คือ ความสามารถ ความพร้อมที่มีอยู่และปรากฏให้เห็นในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สามารถนำไปพัฒนาให้ดีขึ้นได้ในอนาคต

2.1.2 การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนาการ ปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2550) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาและการกำหนดศักยภาพ หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทาง ประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนابرยากาศ สถาปัตยกรรมทางธรรมชาติและวิถีชีวิต
2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆระบบ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย
4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆของ แหล่งท่องเที่ยว
5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวน นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

จารุจน์ กลิ่นดีปสี (อ้างถึงใน วิภา ศรีระทุ, 2551) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพ ด้านการท่องเที่ยว ที่ครอบคลุมองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะหรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศวัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่น ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และการจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. ด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจหรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

ดังนั้นในการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในงานวิจัย เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา 2 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ และ ด้านชุมชน โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาศักยภาพด้านพื้นที่นั้นผู้วิจัยได้ครอบคลุมทั้งด้านการเข้าถึง สภาพการเข้าถึงชุมชน ความปลอดภัย ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ สิ่งดึงดูดใจและความงามของทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน และเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาศักยภาพด้านชุมชนนั้นผู้วิจัยได้ครอบคลุมทั้งด้านการมีส่วนร่วมและด้านภาวะผู้นำ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) ได้มีผู้เสนอแนวคิดและทฤษฎีของการท่องเที่ยวไว้หลากหลายโดยผู้ทำการวิจัยได้เลือกนำมาเสนอเพียงบางบทความที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

พจนานุกรม *Webster's Third New International Dictionary* (1993, p.124) ได้ให้ความหมายของ Tourism ว่าหมายถึง การท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อความสำราญใจและการบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

Mc Intosh & Goeldner (1986, p.4) ได้สรุปว่าการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือน

เสรี วังไพจิตร (2530) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว” เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้เฉพาะการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานอย่างที่คนส่วนมากเข้าใจกันเท่านั้น แต่การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

สุรินทร์ คล้ายจินดา (2539) ได้สรุปว่า “การท่องเที่ยว” คือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์มากมายหลายมิติ ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชาชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน นักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และรัฐบาล โดยมีกิจกรรมที่สนับสนุนเป็นอุตสาหกรรมบริการหลายสาขาที่มาผสมผสานกันตามกระบวนการสร้างแรงจูงใจและการต้อนรับ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม และการปฏิสัมพันธ์

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาในข้างต้นทำให้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเคลื่อนย้ายของผู้คนจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ซึ่งมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆหลายอย่างรวมกัน เช่น ความรู้ ความสุข ความสนุกสนาน ความพอใจ เป็นต้น นอกจากนี้การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อติดต่อเจรจาธุรกิจ ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

2.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ 4 ประการ ดังนี้ (McIntosh, Goeldner, & Ritchie, 1995)

1. นักท่องเที่ยว พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 มาตรา 3 ได้บัญญัติความหมายของ “นักท่องเที่ยว” ว่า หมายถึง บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวอันเป็นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ นักท่องเที่ยวต้องออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางอย่างน้อยที่สุดเป็นค่าอาหาร ถ้าพักผ่อนก็จ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าของที่ระลึก และบริการอื่นๆ ด้วย ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะหมุนเวียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระจายไปในธุรกิจบริการต่างๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างงาน และการกระจายรายได้สู่ระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่น

2. ธุรกิจซึ่งทำหน้าที่จัดหาสินค้าและบริการต่างๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหารและภัตตาคาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านขายของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง ฯลฯ ธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นแหล่งจ้างงานที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันกับหลายสาขาอาชีพ

3. รัฐบาลของประเทศ หรือท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของบ้าน ซึ่งทำหน้าที่จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ถนน ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศ และเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของคนในท้องถิ่น

4. ตัวเจ้าของบ้าน หรือประชาชนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการต้อนรับและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนท้องถิ่นนั้นซ้ำอีก หรืออาจชักชวนผู้ที่ไม่เคยมาเยือนให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทั้งความมีน้ำใจแสดงความช่วยเหลือและเรื่องของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนให้ยั่งยืนต่อไป

2.2.3 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในเรื่องของปัจจัยเหล่านี้ อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความประทับใจและความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในโอกาสต่อไป ซึ่งปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิดการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ประการ คือ (ชูลิทธิ ชูชาติ, 2547)

1. สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกย่อยได้ 4 ประการ ได้แก่
 - 1.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามประทับใจเป็นสิ่งดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยว
 - 1.2 วัฒนธรรม ได้แก่ วิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งวัฒนธรรมอาจแสดงออกในรูปแบบของ ศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของประชาชนจารีตประเพณีทั้งอดีตและปัจจุบัน
 - 1.3 ชาติพันธุ์ เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติมิตร
 - 1.4 แหล่งบันเทิง นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เพราะมีแหล่งบันเทิงสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เช่น ที่พัก อาหาร ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด นันทนาการ การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก
3. การขนส่ง (Transportation) หมายถึง การนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย
4. การต้อนรับ (Hospitality) การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญมาก ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความประทับใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ และมีความต้องการกลับไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเดิมอีก

2.2.4 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศในด้านต่างๆมากมาย ดังนี้ (ศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543)

1. ความสำคัญการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศชาติ ช่วยแก้ไขปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลชำระเงินของประเทศได้ ช่วยเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บภาษีของรัฐบาล การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ และการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน
2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมและจิตวิทยา สามารถช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง ช่วยพัฒนาระดับความเจริญของสังคมท้องถิ่น และความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นให้สูงขึ้น ช่วยก่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยในสังคม ช่วยลดช่องว่างของสังคม แล้วเสริมมาตรฐานสวัสดิการสังคมโดยตรง ช่วยเสริมสร้างสุขภาพกายและจิตใจที่ดี ด้วยประสบการณ์ที่ได้เดินทางไปพักผ่อนในที่ต่างๆ ได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ได้รับทั้งความรู้และความเพลิดเพลิน ช่วยก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณีระหว่างท้องถิ่นเพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น ช่วยส่งเสริม อนุรักษ์วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น ช่วยดึงดูดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นช่วยสร้างความรู้สึกรักและภาคภูมิใจ ช่วยบำรุงรักษา อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกล่าวคือ เป็นความพยายามที่จะรักษาและพัฒนามาอย่างเหมาะสม ช่วยให้เกิดการพัฒนา กล่าวคือการท่องเที่ยวจะช่วยให้มีการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมที่ดีและสวยงาม เป็นการช่วยป้องกันปัญหาการเสื่อมโทรมของสภาพเมืองและสถานที่ท่องเที่ยวอย่างได้ผล
3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง การท่องเที่ยวเป็นสื่อที่มีความเกี่ยวข้องอย่างมากต่อความเข้าใจอันดีต่อกันในทางการเมืองทั้งภายในและระหว่างประเทศ โดยการท่องเที่ยวจะเป็นดัชนีที่บอกสถานภาพซึ่งกันและกัน แปรผันโดยตรงต่อกัน เช่น ในสถานภาพทางการเมืองของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศมีความมั่นคง ก็จะเป็นปัจจัยสำคัญบางประการที่จะเป็นตัวกำหนดและบอกถึงความเจริญของสังคมวิทยาการท่องเที่ยวด้วยหรือทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศก็เป็นเรื่องสำคัญที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ข้อตกลงหรือสัญญาระหว่างประเทศในด้านของการท่องเที่ยวมักจะแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือและความเข้าใจซึ่งกันและกัน

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในการช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศชาติ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนในท้องถิ่น นอกจากนั้นในด้านสังคมและจิตวิทยาการท่องเที่ยวยังช่วยพัฒนาจิตใจ คลายความเครียด ซึ่งถือเป็น การพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวและยังเป็นการส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้มีความยั่งยืน ตลอดจนในด้านการเมืองของประเทศการท่องเที่ยวช่วยประสานสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างประเทศและบ่งบอกถึงความเจริญของคนในสังคมนั้นประเทศและทั่วโลก

2.2.5 ประเภทแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวแบ่งเป็น 12 ประเภทตามความสำคัญและสภาพแวดล้อม ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องโดยการจัดการการท่องเที่ยวจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้นมีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัยเมื่อมีการระบุดว่ากิจกรรมนั้นๆสามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายแห่ง เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถานอุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณกำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถานและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้จะเป็นความงามตามสภาพธรรมชาติความแปลกตาของสภาพธรรมชาติสำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพให้มีความสุข สนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิงและการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย เช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุก และสวนสาธารณะลักษณะพิเศษสวนสาธารณะและสนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวเป็นน้ำพุร้อนซึ่งเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติอย่างหนึ่งที่บ่งบอกว่าใต้พื้นดินบริเวณนั้นมีอุณหภูมิสูงหรือบนพื้นดินอาจเป็นยอดของภูเขาไฟใต้ดินที่ยังไม่ดับ ทำให้น้ำผิวดินเดือดจัดหรือพุ่งขึ้นมาเป็น “น้ำพุร้อน” ปัจจุบันพบแหล่งน้ำพุร้อนทั่วประเทศไทย 112 แห่งกระจายอยู่ทั่วทุกภาค

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อ

การศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน การรับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่ง การตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การชมบรรยากาศ การชมหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยอยู่ในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและการรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีเกาะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ ได้แก่ การดำน้ำ การดูปะการังและสัตว์ทะเลการเล่นน้ำ เป็นต้น

12. แหล่งท่องเที่ยวประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนและมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อนและการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การตกปลา การล่องแก่ง การศึกษาพันธุ์พืชต่าง ๆ เป็นต้น

จากการศึกษาการแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าตลาดคลองสวน 100 ปีจัดอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากตลาดคลองสวน 100 ปีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนและงานสถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดคลองสวน 100 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6 รูปแบบของการท่องเที่ยว

รูปแบบของการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 3 ประการ คือ (กองวางแผนโครงการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2528)

1. ลักษณะการเดินทาง ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นเอกเทศ กลุ่มเพื่อน ครอบครัว บริการนำเที่ยวเป็นต้น
2. วิธีการเดินทาง ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวโดยทางรถไฟ รถปรับอากาศ รถบัส รถส่วนตัว รถขส. เป็นต้น
3. การใช้บริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร บริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น บริษัทนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ บริการตนเอง เป็นต้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ได้มีผู้เสนอแนวคิดและทฤษฎีของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้หลากหลายโดยผู้วิจัยได้เลือกนำมาเสนอเพียงบางบทความ โดยเลือกบทความที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

2.3.1 ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่นอื่น เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น ทั้งนี้จะต้องเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจและความซาบซึ้ง ตระใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ อีกทั้งต้องคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อบุคคลวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นให้น้อยที่สุด ในขณะที่เดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านการสร้างรายได้และ การจ้างงาน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม

พะยอม ธรรมบุตร (2548) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรม และกิจกรรมนันทนาการของชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะ มหกรรมและงานแสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑท์ทุกประเภท ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ ตลอดจนแหล่งมรดกต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราณี อลิชัยกุล (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรมประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์และดนตรี รวมทั้งงานเทศกาล ประเพณี

ชูเกียรติ นพเกตุ (2542) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ และศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแ่งมนุษย์วิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่างๆ เป็นต้น

พงศธร เกษสาลี (2543) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์สถานที่สำคัญทางศาสนา งานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ งานเทศกาล ประเพณี งานศิลปหัตถกรรม และสินค้าของที่ระลึกในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงวิถีชีวิตและอัธยาศัยไมตรีของคนไทย

จากความหมายข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตผู้คน

2.3.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ อันประกอบด้วย การเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชม กับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชนอื่น ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ต้องรับผิดชอบต่อไปจยพื้นฐานทางวัฒนธรรมอยู่ 4 ประการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. เพื่อมุ่งเน้นคุณค่าของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
2. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องดูแลรักษาให้คงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
3. เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย
4. เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างเพียงพอ พร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 4 ประการ ดังนี้ (ซูเกียรติ นพเกตุ, 2542)

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูก สร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรักหวงแหน รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรม และได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและผู้คนของตนเองด้วย

2.3.4 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่สำคัญมีอยู่ 9 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. ให้ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง
2. มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยไม่ให้เกิดส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือกระทบน้อยที่สุด
3. ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคม และวัฒนธรรม โดยต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางสังคม และวัฒนธรรมอันหลากหลาย
4. ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่น โดยให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
5. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยจะต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

7. ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8. คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ และความสะอาดของพื้นที่ โดยไม่เกิดขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุกๆด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9. คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

2.3.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี 6 ด้าน ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจอยู่ 10 ประการ คือ

- 1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
- 1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ
- 1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง
- 1.4 ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก
- 1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
- 1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ
- 1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- 1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร
- 1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่าง ๆ
- 1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศน์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและได้ผลตอบแทนในกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้ได้รับรู้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งยังช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมด้วย

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา หรือจัดการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมี การให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

รชพร จันทร์สว่าง (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นชุมชน พื้นฐานสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของพื้นที่ การท่องเที่ยวชุมชนมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นด้วยการสร้างงานและกระจายรายได้ ขณะเดียวกันก็ช่วยในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนคือ การท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญทั้งในด้านการดำเนินการ การบริหารจัดการ การตัดสินใจ และการจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลประโยชน์ โดยอาศัยปัจจัยเกื้อหนุนจากสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ประเพณีวัฒนธรรม และกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2550) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึงการท่องเที่ยวที่เป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และสถานที่ให้ดำรงอยู่ โดยผนวกการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศน์ในชุมชน หรืออาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ไม่รบกวนหรือทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและสถานที่

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ กระบวนการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นจากประชาชนภายในชุมชนร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ในการปรึกษาหารือ และตัดสินใจแก้ปัญหาาร่วมกัน เพื่อปรับปรุงสภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ ให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น นับเป็นความเจริญที่สร้างความสำนึกและความสามารถให้แก่บุคคลในชุมชน

2.4.2 คุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะคำนึงถึงผลประโยชน์และสิ่งที่คุณชุมชนจะได้รับ ในฐานะที่เป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 5 ประการ ดังนี้ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2550)

1. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทนมายังสมาชิกของชุมชนในฐานะของการเป็นเจ้าของบ้านที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งการแบ่งปันผลประโยชน์ไม่ต้องผ่านนายหน้าอันเป็นการจัดสรรรายได้ทางตรงให้แก่คนในชุมชน
2. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับผลประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริง การสร้างสาธารณูปโภค และการยกระดับความเป็นอยู่ที่มีงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกในชุมชน
3. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในชุมชน เนื่องจากความพยายามนวัตวิทยาการสมัยใหม่แบบตะวันตก เข้ามาสู่ชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งต้องมีการสร้างสำนึกร่วมกับชุมชนให้มีความรู้สึกผูกพันกับชุมชนของตนเอง
4. ต้องเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสร้างจิตสำนึกในการเคารพและช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ สังคม ตลอดจนวัฒนธรรมในชุมชนให้ติดกับนักท่องเที่ยว
5. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวมีความเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่มองว่าใครเจริญหรือด้อยกว่า และที่สำคัญ การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องก่อให้เกิดการเรียนรู้เกิดสติ เกิดปัญญา ทั้งผู้เที่ยวและผู้ต้อนรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาดคลองสวน 100 ปี

2.5.1 ประวัติความเป็นมาของตลาดคลองสวน 100 ปี

ตลาดคลองสวน มีอายุถึง 100 ปีค้าขายกันตั้งแต่สมัยรัชกาล ที่ 5 ความยาวของตลาดเลียบบไปตามริมคลองประเวศน์บุรีรมย์ ยาวประมาณ 1 กม. ความยาวกินพื้นที่ระหว่าง 2 จังหวัดคือ ยาวจากตำบลคลองสวน อ.ท่าบ่อ จ.สมุทรปราการ กับ ต.เทพราช อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา เป็นชุมชนที่หลากหลายวัฒนธรรม เพราะมีทั้งชาวไทย ชาวจีน ไทยมุสลิม รามัญ เขมร ที่จับจองที่ดินสองฝั่งคลองเป็นที่ทำกิน ค้าขาย และอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขมาจนถึงทุกวันนี้ คลองประเวศน์บุรีรมย์ ไม่ใช่แค่คลองธรรมดา มีประวัติการขุด และขุดเชื่อมระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำบางปะกง เริ่มต้นจากกรุงเทพฯผ่านจังหวัดสมุทรปราการ ไปบรรจบแม่น้ำบางปะกงที่ ต.ท่าสะอ้าน อ.บ้านโพธิ์จ.ฉะเชิงเทรา สาเหตุที่ขุดเนื่องในสมัยแผ่นดินรัชกาลที่ 3 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ไทยมีสงครามกับญวน หรือเวียดนาม และรบในดินแดนเขมร และลาว ใช้เวลานานถึง 15 ปี และสนามรบก็อยู่ทางทิศตะวันออกของประเทศไทย จึงโปรดเกล้าให้ขุดคลองนี้ เพื่อความรวดเร็วในการส่งกำลังบำรุงจากเมืองหลวงสู่สนามรบเป็นคลองยุทธศาสตร์ขุดขนาน กับคลองแสนแสบ เฉพาะช่วงแรก และเริ่มต้นขุดต่อจากคลองพระโขนงซึ่งเป็นคลองที่เกิดตามธรรมชาติ ที่แยกมาจากแม่น้ำเจ้าพระยา และขุดมาผ่านถึงเขตลาดกระบัง เรียกว่าคลองประเวศน์ ยาวประมาณ 50 กม. การขุดคลองยังไม่แล้วเสร็จในรัชกาลที่ 3 เพราะเสด็จสวรรคต สมัยรัชกาลที่ 4 ไม่ได้ขุดต่อ เพราะฝรั่งเศสกำลังเข้ามาแผ่อำนาจจักรวรรดินิยมรุกมายึดญวน และพลอยหาเรื่องมายึดเอาลาวและเขมรจากไทยไปด้วย พ.ศ. 2420 รัชกาลที่ 5 จึงโปรดให้จ้างชาวจีน ขุดคลองต่อเพื่อให้ไปออกแม่น้ำบางปะกง มีการวางวัดแนวคลองให้เป็นเส้นตรง ทำให้ย่นระยะทางในการเดินทางให้เร็วขึ้น มีประชาชนบริจาคเงินสมทบในการขุดคลอง เมื่อแล้วเสร็จ จึงโปรดเกล้าพระราชทานนามว่า คลองประเวศน์บุรีรมย์ แต่ชาวบ้านเรียกสั้นๆว่า คลองประเวศน์ เมื่ออดีตตลาดคลองสวนจึงเป็นจุดแวะพักและเป็นแหล่งศูนย์รวมของการติดต่อ ค้าขาย แลกเปลี่ยนของชาวบ้านในย่านใกล้เคียง เช่น เปรี้ง หลวงแพ่ง ลาดกระบัง บางพลี ลาดขวาง ท่าถั่ว บางป่อ หนามแดง และบางเตย มาตั้งแต่สมัยร้อยกว่าปีที่ผ่านมา โดยใช้เรือเป็นพาหนะหลักในการสัญจรติดต่อทำมาค้าขาย ภาพของตลาดคลองสวนในขณะนั้นเต็มไปด้วยการจราจรทางน้ำที่ประกอบไปด้วย เรือแจว เรือพายต่างๆ จำนวนมากถึงขนาดต้องจอดซ้อนกัน 3-4 แถว แต่ละลำบรรทุกสินค้าขนานชนิดเป็นจำนวนมาก นำมาจำหน่ายและแลกเปลี่ยน นอกจากนั้นยังมีการนำสินค้ามาจำหน่ายในอาคารไม้ อาทิเช่น กัลฉ่าย หมาก พลุ ขนมหวาน ข้าวสาร กาแฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดเก่าคลองสวนร้อยปีเป็นแหล่งรวมของชุมชนสามวัฒนธรรม ที่มีความแตกต่างกัน แต่หากว่าอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติสุข และก่อให้เกิดความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตให้ศึกษาและเรียนรู้ได้อย่างไม่จบสิ้น ซึ่งสามารถมองเห็นได้เมื่อขึ้นไปยืนบนสะพานข้ามคลองระหว่างจังหวัดสองจังหวัด ซึ่งผู้มาเยือนจะเห็นสถานประกอบพิธีกรรมของสามวัฒนธรรม ได้แก่ ศาลเจ้า มัสยิด และวัด

- ชุมชนไทย – พุทธ ศาสนสถานของชาวไทย – พุทธ ที่ประชาชนให้ความศรัทธา และอยู่ฝั่งตรงข้ามกับตลาดเก่าคลองสวนร้อยปี จังหวัดฉะเชิงเทรา เพียงข้ามคลองประเวศบุรีรมย์ ได้แก่ “วัดคลองสวน” ซึ่งวัดคลองสวน ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของคลองประเวศบุรีรมย์ มีสิ่งที่น่าสนใจได้แก่ หอพระ ซึ่งประดิษฐานรูปเหมือนและอัฐิพระครูพิบูลย์ธรรมขันธุ์ หรือหลวงพ่อแกร เจ้าอาวาสองค์ที่ห้า ของวัดคลองสวน ซึ่งมีประชาชนให้ความเคารพ ศรัทธา และเดินทางมาสักการบูชาอยู่เสมอ และถึงน้ำฝนเก่าแก่
- ชุมชนไทย – จีน สถานประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ของชาวจีน ศาลเจ้า หรือ โรงเจ เฟ่งอั้งทิว ซึ่งตั้งอยู่บริเวณทางเข้าตลาด ภายในมีสิ่งที่น่าสนใจ ได้แก่ รูปภาพ หรือภาพเขียนสุกใจ จำนวน 3 ภาพ อายุมากกว่า 100 ปี ซึ่งเขียนขึ้นมาพร้อมกับการก่อสร้างโรงเจในระยะแรก ภาพไม้แกะสลักรูปมังกร และกิเลน จำนวน 3 ภาพ อายุมากกว่า 70 ปี ภาพโรงเจเก่าที่ถ่ายมานานกว่า 90 ปี รวมไปถึงป้ายรายชื่อผู้บริจาคเงินสร้างโรงเจเขียนจากหมึกจีน อายุมากกว่า 80 ปี
- ชุมชนไทย – มุสลิม สำหรับศาสนสถาน que แสดงถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของประชาชน อีกแห่งหนึ่งที่อยู่ใกล้ตลาดคลองสวนร้อยปีจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ ศาสนสถานของชาวไทย – มุสลิม หรือที่เรียกขานกันว่ามัสยิด คือ “มัสยิดอัลวาตอนีเยาะห์” มัสยิดแห่งนี้ได้มีการประกอบพิธีกรรม ทางศาสนามาเป็นระยะเวลามากกว่า 100 ปี ปัจจุบันมีการสอนศาสนาในเวลา 15.30 น. ถึง เวลา 17.00 น. ยกเว้นวันศุกร์และวันอาทิตย์

ถึงแม้ศาสนสถานทั้งสามแห่งนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงของรูปลักษณะภายนอกไปตามกาลเวลา และความเหมาะสมของสภาพสังคมปัจจุบัน แต่หากว่าการดำเนินวิถีธรรมของทั้งสามวัฒนธรรมยังคงรูปแบบดั้งเดิมไว้อย่างไม่มีการเปลี่ยนแปลง คือคงไว้ซึ่งการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขจนถึงปัจจุบัน เห็นได้จากการจัดเทศกาลถือศีลกินเจ เทศกาลตรุษจีน สารทจีน การแสดงอุปรากรจีนหรือจ๊วของชาวไทยเชื้อสายจีน ประเพณีทำบุญตักบาตร ถือศีลของชาวไทยพุทธ รวมทั้งประเพณีการถือศีลอดในเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมภูอน ประเพณีเมาริตของชาวไทยมุสลิม เป็นต้น จากการสืบทอดทางประเพณีและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันนี้ ทำให้เกิดการถ่ายทอดภูมิปัญญา เคล็ดลับ และมีมือในการทำอาหาร มาสู่ลูกหลาน

จวบจนปัจจุบันการคมนาคมเปลี่ยนศูนย์กลางจากการสัญจรทางน้ำมาเป็นทางบก โดยมีการตัดถนน สร้างเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบายขึ้นทำให้วิถีชีวิตและการติดต่อซื้อขายเปลี่ยนแปลงไปทำให้ตลาดแห่งนี้ซบเซาลง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาตั้งแต่ปี 2544 ซึ่งตลาดคลองสวนอยู่ในความดูแลของสำนักงานเทศบาล ตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และสำนักงานเทศบาล ตำบลคลองสวน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ได้รับการสนับสนุนจากชุมชนร่วมกันอนุรักษ์บ้านเรือน รวมทั้งการดำเนินชีวิตให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย และส่งเสริมให้ตลาดคลองสวน เป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิต และสิ่งปลูกสร้าง ที่ยังมีกลิ่นอายในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะฟื้นฟูให้ตลาดแห่งนี้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง ด้วยสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสานกับความร่วมมือร่วมใจขององค์กรผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและประชาชนในชุมชน ในการขับเคลื่อนพัฒนาบูรณาการด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ให้มีความเจริญในทุกๆด้าน ส่งผลให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีปัจจัยสำคัญทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวยให้มีโอกาสในการดำเนินชีวิต อยู่อย่างปกติสุข ส่งผลดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ และสามารถเป็นแนวทางให้แก่ชุมชนอื่นๆได้นำหลักการไปริเริ่มพัฒนาในท้องถิ่นของตนเองต่อไป

2.5.2 วิสัยทัศน์ของตลาดคลองสวน 100 ปี

สร้างตลาดเก่าคลองสวนร้อยปี ให้เป็น “เมืองแห่งการท่องเที่ยว งดงามสามวัฒนธรรม เลิศล้ำภูมิปัญญา เน้นการพัฒนาสู่เศรษฐกิจยั่งยืน”

ยึดหลักยุทธศาสตร์ 6 ส.

1. สวยงาม
2. สิ่งแวดล้อมดี
3. เสริมสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม
4. สร้างรายได้ให้ชุมชน
5. ส่งเสริมเศรษฐกิจ
6. สื่อประชาสัมพันธ์

โดยมีความคาดหวังให้ตลาดเก่าคลองสวนร้อยปี กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดัง ผู้คนรู้จักมากมาย เกิดรายได้หมุนเวียนให้กับคนในชุมชน มีอาชีพต่างๆเกิดขึ้นหลากหลาย ผู้คนมีความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภูมิใจในชุมชนของตน เกิดความหวงแหน อยากดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะเป็นสิ่ง
ที่สร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนและ คราวเรือนชุมชนเจริญ

2.5.3 การเดินทาง และการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

การเดินทางไปตลาดคลองสวน 100 ปี นักท่องเที่ยวสามารถเลือกวิธีการเดินทางได้หลายวิธี
ดังนี้

การเดินทางโดยรถยนต์

- จากกรุงเทพฯ สามารถไปได้ทางถนนบางนา-ตราด กิโลเมตรที่ 35 เลี้ยวซ้ายเข้าถนนทางไป
Thai Country Club ประมาณ 15 กิโลเมตร จนเจอถนนหมายเลข ฉช 3001 เลี้ยวซ้ายไป
ประมาณ 2 กิโลเมตร ทางเข้าตลาดอยู่กิโลเมตรที่ 9-10 หรือ กิโลเมตรที่ 10-11
- จากถนนมอเตอร์เวย์กรุงเทพฯ-ชลบุรี แยกซ้ายตามป้ายเข้าถนนอ่อนนุช ไปตามทาง
หมายเลข ฉช 3001 อีกประมาณ 15 กิโลเมตร ทางเข้าตลาดอยู่กิโลเมตรที่ 9-10 หรือ
กิโลเมตรที่ 10-11 ใช้เวลาประมาณ 30 นาที
- จากฉะเชิงเทราไปตามทางหลวงหมายเลข 314 (ฉะเชิงเทรา-บางปะกง) กิโลเมตรที่ 14-15
แล้วเลี้ยวขวาเข้าทางหมายเลข ฉช 3001 ทางเข้าตลาดอยู่กิโลเมตรที่ 9-10 หรือ กิโลเมตรที่
10-11

โดยสารสาธารณะ

ขึ้นที่สถานีขนส่งเอกมัย (บ.ฉะเชิงเทราขนส่ง) สายเอกมัย ฉะเชิงเทรา (สาย 55) (ถึงหน้า
ตลาดเลยแต่ต้องเดิน เข้าไปอีก 200 เมตร) ใช้เวลาเดินทางเอกมัย-คลองสวน 1.30 ชม ขาไป รถวิ่ง
อ่อนนุช เข้าสู่ธรรมภูมิ ลาดกระบัง คลองสวน เข้าฉะเชิงเทราขากลับกรุงเทพ รถวิ่งทางบางนา-ตราด

รถออกเวลา เริ่มที่ 6.00, 7.00, 8.30, 10.00, 11.30, 13.00, 14.30, 16.00, 17.00, 18.00,
19.00, 20.00 น. วิ่งสลับกันโดยเริ่มที่ ป.1 ออก 06.00, ป.2. ออก 07.00 สลับกันไปเรื่อย ๆ เป็นรถ
ปรับอากาศด้วยกันทั้งคู่

(หมายเหตุ เวลาเปิดให้บริการตลาดคลองสวน 100 ปี : เวลาเปิดทำการทุกวันคือ 08.00-17.00 น.)

[Online]. Available : <https://Tourthai.TourismThailand.org> [10 มกราคม 2559]

เนื่องจากตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นหมู่บ้านที่มีการค้าขายมาแต่ในอดีต และปัจจุบันมีการ
พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยสิ่งแวดล้อมของตลาดคลองสวน 100 ปี เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมซึ่งต้องประกอบด้วยเอกลักษณ์ความงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์และวิถี

ชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ทำให้เห็นว่าตลาดคลองสวน 100 ปีมีคุณสมบัติตรงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.6 ทฤษฎีสถิติ

2.6.1 การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของผลงานวิจัย การตรวจสอบแบบสอบถาม ทำได้โดยการวิเคราะห์หาค่าความตรงและความเที่ยงในกรณีที่ต้องการวิเคราะห์รวมทั้งฉบับ หรืออาจจะต้องวิเคราะห์แยกเพียงบางส่วน (ลัดดาวัลล์ และอังฉรา, 2548)

ความจำเป็นที่ต้องตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม การที่จะได้ข้อมูลที่แสดงความจริงนั้น เครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่มีคุณภาพนั้นเป็นสิ่งจำเป็น ถ้าแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัย ไม่มีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือได้ ย่อมทำให้งานวิจัยนั้นไม่มีคุณภาพ การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามนั้นมีการตรวจสอบหลายด้าน ทั้งการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) (กัลยา, 2551)

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence; IOC) ใช้ในการหาความเที่ยงตรงของเนื้อหาของเครื่องมือแบบสอบถาม

$$\text{สูตร } IOC = \frac{\sum R}{P}$$

โดยที่ IOC คือ ดัชนีความสอดคล้อง

R คือ คะแนนความคิดเห็น

P คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ซึ่งมีการกำหนดคะแนนไว้ดังนี้

ถ้าเห็นว่า สอดคล้อง ให้คะแนน +1

ถ้าเห็นว่า ไม่แน่ใจ ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่า ไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

เกณฑ์การแปลความหมาย มีดังนี้

$IOC \geq 0.50$ หมายความว่า คำถามนั้นวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนั้น

$IOC < 0.05$ หมายความว่า คำถามนั้นวัดได้ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การตรวจสอบความเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยวิธี Cronbach ใช้ในการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นที่หาโดยวิธีนี้เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” (α -Coefficient) มีสูตรดังนี้

$$\text{สูตร } \alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\}$$

เมื่อ α คือ ค่าความเชื่อมั่น

k คือ จำนวนข้อของเครื่องมือวัด

$\sum S_i^2$ คือ ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

2.6.2 การสุ่มตัวอย่าง

ในการดำเนินการวิจัยใดๆ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบปัญหาการวิจัยได้ผลสรุปการวิจัยที่ดีที่สุด แต่เนื่องจากข้อจำกัดบางประการในการวิจัย อาทิ ระยะเวลา แรงงาน หรืองบประมาณ ฯลฯ ที่ผู้วิจัยจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์

ประชากร หมายถึง จำนวนทั้งหมดของหน่วยซึ่งมีคุณสมบัติบางอย่างที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาและมีปรากฏอยู่ในช่วงเวลานั้น ๆ (Sedlack and Stanley, 1992)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) หมายถึง สมาชิกกลุ่มย่อย ๆ ของประชากรที่ต้องการศึกษา ที่นำมาเป็นตัวแทนเพื่อศึกษาคุณลักษณะของประชากรแล้วนำผลจากการศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง (Statistic) ไปใช้อ้างอิงคุณลักษณะของประชากรได้ (Parameter) (ปาริชาติ, 2546)
การกำหนดขนาดตัวอย่าง (สุเมธ, 2550)

$$n = \frac{N \sum_{h=1}^L N_h S_h^2}{N^2 E^2 + \sum_{h=1}^L N_h S_h^2} \quad \text{เมื่อ } S_h^2 = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \quad \text{และ } E^2 = \frac{e^2}{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2} \quad \text{เมื่อ}$$

e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.025

α คือ ระดับนัยสำคัญ = 0.05

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

N	คือ ขนาดของประชากรทั้งหมด
N_h	คือ ขนาดของประชากรชั้นภูมิที่ h
S_h^2	คือ ค่าความแปรปรวนของชั้นภูมิที่ h
$Z_{\frac{\alpha}{2}}$	คือ ค่าสถิติจากการแจกแจงแบบปกติ ที่ $\alpha = 0.05$

การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) (กัลยา, 2551)

ถ้าประชากรที่ที่ตองสนใจศึกษามีลักษณะที่แตกต่างกันมาก จะต้องทำการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยจะเรียกแต่ละกลุ่มว่าชั้นภูมิ (Stratum) โดยให้หน่วยต่าง ๆ ที่อยู่ภายในชั้นภูมิเดียวกันมีลักษณะที่สนใจศึกษาเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน แต่หน่วยที่อยู่ต่างชั้นภูมิกันมีลักษณะแตกต่างกันมากที่สุด และแต่ละหน่วยในประชากรจะต้องอยู่ในชั้นภูมิใดชั้นภูมิหนึ่งเท่านั้น สำหรับการเลือกตัวอย่างจะเลือกแต่ละชั้นภูมิอย่างเป็นอิสระกัน

การกำหนดขนาดตัวอย่างของแต่ละชั้นภูมิ นอกจากจะต้องกำหนดขนาดตัวอย่างทั้งหมดแล้ว จะต้องกำหนดขนาดตัวอย่างของแต่ละชั้นภูมิด้วย

ถ้าประชากรมี N หน่วย และถูกแบ่งออกเป็น L ชั้นภูมิ ชั้นภูมิที่ $1, 2, \dots, L$ ประกอบด้วย N_1, N_2, \dots, N_L ตามลำดับ เลือกตัวอย่างขนาด n_1, n_2, \dots, n_L หน่วยจากชั้นภูมิที่ $1, 2, \dots, L$ ตามลำดับ ซึ่ง $n = n_1 + n_2 + \dots + n_L$

ขนาดตัวอย่างจากแต่ละชั้นภูมิ $n_i; i = 1, 2, \dots, L$ ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ขนาดตัวอย่างของชั้นภูมิเป็นสัดส่วนกับจำนวนหน่วยทั้งหมดในชั้นภูมิ (Proportionate Stratified Random Sampling) นั่นคือ ขนาดตัวอย่างที่เลือกจากชั้นภูมิที่มีขนาดใหญ่จะมากกว่าที่เลือกจากชั้นภูมิที่มีขนาดเล็ก

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

การเลือกตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) (กัลยา, 2551)

เป็นการเลือกตัวอย่างที่ค่อนข้างง่าย โดยมีเกณฑ์ในการเลือกดังนี้

1. ให้หมายเลขแก่แต่ละหน่วยของประชากร คือหมายเลข 1 ถึง N
2. เลือกหน่วยเริ่มต้น หรือหน่วยแรกของตัวอย่าง วิธีการเลือกจะกล่าวถึงในข้อ ก. และ ข.
3. ให้เลือกหน่วยถัดไปที่ห่างจากหน่วยที่เพิ่งถูกเลือกเป็นช่วงเท่า ๆ กันนั่นคือ หน่วยที่ i จะห่างจากหน่วยที่ $i-1$ และหน่วยที่ $i+1$ เท่า ๆ กันจนได้ครบตามขนาดตัวอย่างที่กำหนดให้ เมื่อขนาดประชากรเป็น N และขนาดตัวอย่าง $= n$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การหาหน่วยตัวอย่างหน่วยแรกและช่วงห่างระหว่างหน่วยตัวอย่างที่ต่อเนื่องกัน

การเลือกตัวอย่างแบบมีระบบแบ่งเป็น 2 กรณี คือ

ก. กรณีที่ N/n เป็นเลขจำนวนเต็ม

กำหนดให้ $k = N/n$ ถ้า k เป็นเลขจำนวนเต็ม k จะเป็นช่วงห่างของหน่วยตัวอย่างที่ต่อเนื่องกัน เลือกเลขสุ่ม r โดยที่ r มีค่าตั้งแต่ $(1 \leq r \leq k)$ ดังนั้น

หน่วยตัวอย่างที่ 1 (หน่วยแรก) คือ หน่วยที่ r ในประชากร

หน่วยตัวอย่างที่ 2 คือ หน่วยที่ $r+k$ ในประชากร

หน่วยตัวอย่างที่ 3 คือ หน่วยที่ $r+2k$ ในประชากร

หน่วยตัวอย่างที่ n คือ หน่วยที่ $r+(n-1)k$ ในประชากร

ดังนั้นตัวอย่างจะประกอบด้วยหน่วยที่ $r, r+k, r+2k, \dots, r+(n-1)k$

ข. กรณีที่ N/n ไม่ใช่เลขจำนวนเต็ม

ในกรณีนี้ไม่ถือว่าหน่วยต่างๆในประชากรคือ หน่วยที่ 1 ถึง N เรียงกันเป็นวงกลม แล้วเลือกตัวเลขสุ่ม i ที่มีค่าตั้งแต่ 1 ถึง N ($1 \leq i \leq N$) โดยหน่วยตัวอย่างแรกคือ หน่วยที่ i ตัวอย่างที่ 2 หน่วยที่ $i+k$ ($k =$ เลขจำนวนเต็มที่มีค่าใกล้เคียงค่า N/n มากที่สุด) ตัวอย่างถัดไปจะอยู่ห่างจากหน่วยก่อนหน้า k หน่วย ดังนั้นจะได้หน่วยที่ $i, i+k, i+2k, \dots$ จนครบขนาดตัวอย่างที่กำหนด ${}^k C_2$

2.6.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1. ค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{n \times 100}{N}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากรทั้งหมด

2. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) (กัลยา, 2551)

การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตสำหรับข้อมูลที่ไม่ได้จัดกลุ่ม

ให้ x_i แทนค่าของข้อมูลตัวที่ i

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\text{ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง } \bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n}$$

โดยที่ n แทนขนาดของตัวอย่าง

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) (กัลยา, 2551)

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ รากที่สองของค่าแปรปรวน

สำหรับข้อมูลที่ไม่ได้จัดกลุ่ม

$$\text{สูตร } SD. = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

เมื่อ $SD.$ คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

2.6.4 การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร (สุจิตรา 2557)

กรณีทดสอบ 1 ประชากร ในการทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ยประชากรหนึ่งกลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ	เงื่อนไข
$Z = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\sigma / \sqrt{n}}$	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชากรมีการแจกแจงปกติ หรือ ถ้าไม่ทราบการแจกแจงของประชากรแต่กลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ ($n \geq 30$) 2. ทราบค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร (σ)
$Z = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S / \sqrt{n}}$	<ol style="list-style-type: none"> 3. กลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ ($n \geq 30$) 4. ไม่ทราบค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร (σ)
$t = \frac{\bar{X} - \mu_0}{S / \sqrt{n}}$	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชากรมีการแจกแจงปกติ 2. ไม่ทราบค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร (σ) 3. กลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก ($n < 30$)

เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ประชากรมีขนาดใหญ่การทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ยประชากรหนึ่งกลุ่มจึงใช้ Z -test ในการทดสอบสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีทดสอบ 2 ประชากร ในการทดสอบสมมติฐานของผลต่างของค่าเฉลี่ยประชากรสองกลุ่มเมื่อประชากรทั้งสองเป็นอิสระต่อกัน มีรายละเอียดดังนี้

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ	เงื่อนไข
$Z = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - d_0}{\sqrt{\frac{\sigma_1^2}{n_1} + \frac{\sigma_2^2}{n_2}}}$	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชากรมีการแจกแจงปกติทั้งสองชุด หรือ ถ้ามีการแจกแจงแบบอื่นๆ แต่กลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ ($n_1, n_2 \geq 30$) 2. ทราบค่าความแปรปรวนของประชากร (σ_1^2, σ_2^2)
$Z = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - d_0}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ ($n_1, n_2 \geq 30$) 2. ไม่ทราบค่าความแปรปรวนของประชากร
$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - d_0}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$ <p>เมื่อ</p> $S_p = \sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}}$ <p>ที่ $df = (n_1 + n_2 - 2)$</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชากรมีการแจกแจงปกติทั้งสองชุด 2. กลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก ($n_1, n_2 < 30$) 3. ไม่ทราบค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่ม (σ_1^2, σ_2^2) แต่ทราบว่าความแปรปรวนทั้งสองกลุ่มเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$)
$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - d_0}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$ <p>เมื่อ</p> $v = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{(S_1^2/n_1)^2}{n_1 - 1} + \frac{(S_2^2/n_2)^2}{n_2 - 1}}$	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชากรมีการแจกแจงปกติทั้งสองชุด 2. กลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก ($n_1, n_2 < 30$) 3. ไม่ทราบค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่ม (σ_1^2, σ_2^2) แต่ทราบว่าความแปรปรวนทั้งสองกลุ่มไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$)

เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ประชากรมีขนาดใหญ่การทดสอบสมมติฐานของผลต่างของค่าเฉลี่ยประชากรสองกลุ่มเมื่อประชากรจึงใช้ *Z-test* ในการทดสอบสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีทดสอบมากกว่า 2 ประชากร ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (Single-Factor Analysis of Variance: Single-Factor ANOVA หรือ 1 Way-ANOVA) (กัลยา, 2548)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว เป็นการจำแนกข้อมูลด้วยตัวแปรหรือปัจจัยเพียงตัวเดียวนั้นคือวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลโดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีผลต่อข้อมูลเพียงปัจจัยเดียว หรือเป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของระดับต่าง ๆ ของปัจจัยเพียงปัจจัยเดียวนั้นเอง ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่ได้รับปัจจัยที่ต่างระดับกันตั้งแต่ 3 ระดับขึ้นไป นั่นคือเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากรตั้งแต่ 3 ประชากรขึ้นไป

เงื่อนไขของการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ในการทดสอบสมมติฐานการเท่ากันของค่าเฉลี่ยของประชากรตั้งแต่ 3 ประชากรขึ้นไปจะต้องมีเงื่อนไขดังนี้

1. ประชากรทั้ง k ประชากร มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ค่าความแปรปรวนของแต่ละประชากรเท่ากัน คือ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \dots = \sigma_k^2$
3. การสุ่มตัวอย่างแต่ละชุดจากแต่ละประชากรจะเป็นอิสระกัน

1. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$

H_1 : มี $\mu_i \neq \mu_j$ อย่างน้อย 1 คู่; $i \neq j$

2. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{MSTr}{MST} \text{ เมื่อ } df. = k-1, n-k$$

สูตรสำหรับการวิเคราะห์ค่าต่าง ๆ โดยวิธี One-way ANOVA ดังแสดงในตาราง 2.1

ตารางที่ 2.1 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of Freedom	Sum Squares	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SSTrt = \sum \frac{T_i^2}{n_i} - CM$	$MSTrt = \frac{SSTrt}{k - 1}$	$F = \frac{MSTrt}{MSE}$
Within Groups	$n - k$	$SSE = SST - SSTrt$	$MSE = \frac{SSE}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SST = \sum \sum x_{ij}^2 - CM$		

เมื่อ $CM = \frac{(\sum \sum x_{ij})^2}{n} = \frac{(\sum T_i)^2}{n}$

$T_i = \sum x_{ij}$

$n = n_1 + n_2 + \dots + n_k$

CM คือ Correction for Mean

T_i คือ ผลรวมของข้อมูลตัวอย่างชุดที่ i

n คือ จำนวนหน่วยตัวอย่างหรือหน่วยทดลองทั้งหมด

n_i คือ ขนาดตัวอย่างชุดที่ i ; $i=1,2,3,\dots,k$

x_{ij} คือ ข้อมูลของหน่วยทดลอง โดยที่ $i=1,2,3,\dots,k$
 $j=1,2,3,\dots,n_i$

$\sum \sum x_{ij}$ คือ ผลรวมของข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

3. การตัดสินใจ

จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับค่าวิกฤติ หรือค่า F ที่ได้จากการเปิดตาราง F หรือค่า p -value น้อยกว่า α เมื่อทำการปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 จะทำการทดสอบต่อไปว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันซึ่งจะใช้วิธีทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison test)

2.6.5 การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison test) (สิทธิชัย, 2557)

การเปรียบเทียบพหุคูณ หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่างๆ เพื่อหาว่ากลุ่มตัวอย่างใดบ้างที่แตกต่างกันซึ่งก็คือ วิธีการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยต่างๆ วิธีการที่ใช้ในการเปรียบเทียบพหุคูณมีหลายวิธีที่นิยมใช้ ได้แก่

1. LSD
2. NMRT
3. HSD
4. S-N-K
5. DUNNETT

ปัญหาพิเศษฉบับนี้เลือกใช้การทดสอบการเปรียบเทียบด้วยวิธีเทอเก้ หรือ HSD วิธีเทอเก้ หรือ HSD วิธีนี้เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย จำนวนค่า W (HSD) ซึ่งเป็นค่านัยสำคัญค่าเดียวที่ใช้เป็นตัวเปรียบเทียบกับผลต่างของค่าเฉลี่ย 2 ค่า เช่นเดียวกับวิธีการของ LSD แต่ต่างกันที่สูตรที่ใช้ ในการคำนวณค่าๆ จะมีสูตรการคำนวณไม่เหมือนกัน ซึ่งขั้นตอนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ด้วยวิธีของเทอเก้ มีขั้นตอนการทดสอบ ดังนี้

1. เรียงลำดับ (Rank) ของค่าเฉลี่ยของแต่ละสิ่งทดลองจะเรียงจากมากไปน้อย
2. คำนวณผลต่าง $\bar{Y}_i - \bar{Y}_j$ ทุก $i \neq j$ จำนวนค่า

$$W(HSD) = q_\alpha(t, v) \sqrt{\frac{MSE}{2} \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ n_i และ n_j เป็นจำนวนค่าสังเกตหรือขนาดตัวอย่างหรือจำนวนซ้ำ r จากวิธีการทดลองที่ i และ j ตามลำดับ

t เป็นจำนวนสิ่งทดลองที่จะนำมาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

MSE เป็นค่าความคลาดเคลื่อนจากตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวน ด้วยองศาความเป็นอิสระเท่ากับ v

$q_\alpha(t, v)$ เป็นค่าวิกฤตขอบเขตบน (Upper-tail Critical Value) จากตารางการแจกแจงแบบ Studentized Range (ค่าพิสัยของสตีเวนส์)

กรณีที่ขนาดตัวอย่างหรือค่าสังเกตในแต่ละวิธีการทดลองเท่ากันนั้นคือ $n_1 = n_2 = \dots = n_i = n$ จะได้ว่า

$$W(HSD) = q_\alpha(t, v)\sqrt{MSE / n}$$

3. ถ้าค่าสัมบูรณ์ที่คำนวณได้ของ $|\bar{Y}_i - \bar{Y}_j| > W(HSD)$ แสดงว่า μ_i และ μ_j

แตกต่างกัน

2.6.6 The Kruskal-Wallis One-Way Analysis of Variance by Ranks (มันส์. 2557)

การทดสอบของ Kruskal-Wallis นี้คล้ายกับการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) แต่ไม่จำเป็นต้องมีข้อกำหนดที่ว่ากลุ่มตัวอย่างสุ่มมาจากประชากรที่มีการแจกแจงปกติและ มีค่าความแปรปรวนเท่ากันเพียงแต่ตัวแปรที่จะนำมาทดสอบต้องอยู่ในมาตราวัดเรียงอันดับ (ordinal Scale) เป็นอย่างน้อยและข้อมูลจาก k กลุ่มเป็นอิสระต่อกัน

สมมติฐาน

H_0 : ประชากรทั้ง k กลุ่ม มีค่ามัธยฐานเท่ากัน

H_1 : มีอย่างน้อย 1 กลุ่ม ที่มีค่ามัธยฐานต่างจากประชากรอื่น

ขั้นตอนการทดสอบมีลำดับดังนี้

1. พิจารณาข้อมูลที่ได้จากประชากร k กลุ่ม ว่าข้อมูลต้องสามารถจัดให้อยู่ในรูปของอันดับที่ได้
2. รวมข้อมูลทั้ง k กลุ่มเข้าด้วยกันแล้วเรียงลำดับจากค่าต่ำสุดให้เป็นอันดับ 1 ไปเรื่อยๆ จนถึงค่าสูงสุดเป็นอันดับสุดท้าย
3. หาผลรวมของอันดับในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง (R_k)
4. คำนวณค่าสถิติโดยใช้สูตร

$$H = \frac{12}{N(N+1)} \sum_{k=1}^K \frac{R_k^2}{n_k} - 3(N+1)$$

เมื่อ $N =$ จำนวนข้อมูลทั้งหมด $= \sum_{k=1}^K n_k$

$n_k =$ จำนวนข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างชุดที่ k

กรณีที่หลังรวมข้อมูลทั้งหมดเข้าด้วยกัน มีหน่วยตัวอย่างที่มีค่าเท่ากันทำให้มีลำดับ

ที่เท่ากัน ต้องทำการปรับค่า H ที่คำนวณได้โดยหารด้วยค่าจากสูตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$1 - \frac{\sum_{l=1}^m (t_l^3 - t_l)}{N^3 - N} ; l = 1, 2, \dots, m$$

เมื่อ t_l = จำนวนหน่วยตัวอย่างที่มีค่าลำดับที่เท่ากับในกลุ่ม l

การตัดสินใจ

กำหนดระดับนัยสำคัญ α กรณีที่ $K = 3$ และ n_k ค่าวิกฤติที่จะปฏิเสธ H_0 จะได้จากการเปิดตารางสำเร็จของ Kruskal-Wallis by Rank เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับค่า H ที่คำนวณได้ กรณีอื่นๆ ค่าวิกฤติจะได้รับการเปิดตาราง Chi-Square ที่ degree of freedom $K-1$

จะปฏิเสธ H_0 เมื่อ H ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าวิกฤติที่เปิดจากตาราง

จะยอมรับ H_0 เมื่อ H ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่าวิกฤติที่เปิดจากตาราง

เมื่อใช้การทดสอบของคริสกาลและวอลลิส แล้ว พบว่าปฏิเสธ H_0 แสดงว่ามีทรีทเมนต์อย่างน้อย 1 คู่ มีประสิทธิภาพต่างกัน โดยทั่วไปนักวิจัยมักอยากจะทราบต่อไปว่าทรีทเมนต์คู่ใดบ้างที่ต่างกัน เราสามารถทำการเปรียบเทียบทรีทเมนต์เป็นคู่ๆ ได้ ด้วยวิธีของการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้

1. เปรียบเทียบทรีทเมนต์ทุกคู่ เมื่อต้องการเปรียบเทียบทรีทเมนต์ที่ i และ j ต่างกันหรือไม่

ให้ \bar{R}_i = ค่าเฉลี่ยลำดับที่จากทรีทเมนต์ที่ i

\bar{R}_j = ค่าเฉลี่ยของลำดับที่จากทรีทเมนต์ที่ j

ที่ระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

$$\text{ค่าวิกฤติ} = Z \sqrt{\frac{n(n+1)}{12} \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ n = ผลรวมของขนาดตัวอย่าง k กลุ่ม

$$= n_1 + n_2 + \dots + n_k$$

$$Z = \text{คะแนนมาตรฐานที่มีพื้นที่ปลายทางด้านขวา} = \frac{\alpha}{k(k-1)}$$

หาค่า $|\bar{R}_i - \bar{R}_j|$ แล้วเทียบกับค่าวิกฤติ

ถ้าค่า $|\bar{R}_i - \bar{R}_j|$ มีค่า \leq ค่าวิกฤติ แสดงว่าคู่นี้ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ที่ระดับนัยสำคัญ α

การเปรียบเทียบเช่นนี้ สามารถทำได้ทุกคู่ที่เป็นไปได้ คือ ${}^k C_2$ คู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ 1. ถ้าทั้ง k ตัวอย่างมีขนาดตัวอย่างเท่ากัน ($n_1 + n_2 + \dots + n_k$) ค่าวิกฤตจะเป็นค่า

$$Z \sqrt{\frac{k(n+1)}{6}}$$

2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย มักจะกำหนดค่าระดับนัยสำคัญ α ให้มีค่าใหญ่กว่าปกติเพื่อให้คลุมทุกคู่ที่เปรียบเทียบ ดังนั้นค่า α ที่จะกำหนด จึงขึ้นอยู่กับค่า k คือถ้า k มีค่าใหญ่ ก็กำหนด α ให้มีค่าใหญ่เพราะต้องเปรียบเทียบจำนวนคู่ที่มากขึ้น (${}^k C_2$ คู่) และ มักกำหนดค่า $\alpha = 0.15, 0.20$ หรือ 0.25 ขึ้นกับค่า k ว่าใหญ่เพียงใด

2.6.7 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น

1. การทดสอบของ Lilliefors (The Lilliefors Test) (กัลยา, 2548)

Lilliefors Test เป็นการทดสอบการแจกแจงของประชากรว่ามีการแจกแจงแบบปกติหรือไม่โดยต่างจาก Kolmogorov – Smirnov Test คือ Kolmogorov – Smirnov Test จะต้องกำหนดค่าเฉลี่ย $\mu = \mu_0$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จึงต้องประมาณ μ ด้วย \bar{X} และประมาณ σ ด้วย S

1. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

H_0 : ประชากรมีการแจกแจงแบบปกติ

H_1 : ประชากรไม่มีการแจกแจงแบบปกติ

2. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$D = \max |F(x) - S(x)|$$

$$\text{โดยที่ } F(x) = P(X \leq x) = P\left(Z < \frac{x - \bar{x}}{s}\right)$$

3. การตัดสินใจ

จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ถ้า $D >$ ค่าวิกฤตที่ได้จากตาราง lilliefors Test หรือ ค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α

2. ทฤษฎีลิมิตเข้าสู่ส่วนกลาง (Central Limit Theorem) (กัลยา, 2551)

เมื่อสุ่มตัวอย่างขนาด n จากประชากรที่มีค่าเฉลี่ย μ ค่าแปรปรวน $\frac{\sigma^2}{n}$ ถ้าตัวอย่างมีขนาด

ใหญ่พอแล้ว ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง \bar{X} จะมีการแจกแจงแบบปกติที่มีค่าเฉลี่ย μ ค่าแปรปรวน $\frac{\sigma^2}{n}$

จากทฤษฎีลิมิตสู่ส่วนกลางจะได้ว่าเมื่อสุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่จากประชากรที่มีการแจกแจงแบบใด ๆ ก็ตามค่าเฉลี่ยตัวอย่าง \bar{X} จะมีการแจกแจงเข้าสู่การแจกแจงแบบปกติด้วยค่าเฉลี่ย μ ค่าแปรปรวน $\frac{\sigma^2}{n}$ หรือกล่าวได้ว่า

เมื่อ n มีค่ามาก $\bar{X} \sim Normal(\mu, \frac{\sigma^2}{n})$ หรือ $Z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma/\sqrt{n}} \sim Normal(0,1)$

3. กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมากจากประชากรที่มีความแปรปรวนเท่า (กัลยา, 2548)

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ในการทดสอบของ Levene's Test จะใช้สถิติทดสอบ F โดยการสร้างตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) แต่แทนที่จะใช้ข้อมูล x_{ij} จะใช้ข้อมูล y_{ij} โดยที่ $y_{ij} = |x_{ij} - \bar{x}|$ เป็นข้อมูลในการสร้างตารางการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

1. สมมติฐานสถิติ

$$H_0: \sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \dots = \sigma_k^2$$

$$H_1: \sigma_i^2 \neq \sigma_j^2 \text{ อย่างน้อย 1 คู่ โดยที่ } i \neq j$$

2. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{MSTrt}{MSE} \text{ เมื่อ } df. = k-1, n-k$$

3. การตัดสินใจ

จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับค่าวิกฤติ หรือค่า F ที่ได้จากการเปิดตาราง F หรือค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α

4. ความคลาดเคลื่อนหรืออิทธิพลเศษตกค้างของแต่ละกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน

(กัลยา, 2548)

การทดสอบว่าค่า e_i และ e_j เป็นอิสระกันหรือไม่โดยใช้สถิติทดสอบ Durbin-Watson จะพิจารณาจากค่า Durbin-watson

1. สมมติฐานสถิติ

H_0 : ค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน

H_1 : ค่าคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กัน

2. สถิติที่ใช้ทดสอบ

Durbin-watson

$$\text{สูตร } d = \frac{\sum_{i=1}^n (e_i - e_{i-1})^2}{\sum_{i=1}^n e_i^2} \quad \text{โดยที่ } t \text{ เป็นช่วงเวลา}$$

3. การตัดสินใจ

สำหรับค่าวิกฤตของ Durbin-Watson จะขึ้นกับขนาดตัวอย่าง (n) และจำนวนตัวแปรอิสระในสมการความถดถอย (k) ในที่นี้ขอสรุปคร่าว ๆ ดังนี้

- ถ้า Durbin-Watson มีค่าใกล้ 2 (นั่นคือมีค่าในช่วง 1.5 - 2.5) จะสรุปว่า e_i และ e_j อิสระกัน
- ถ้า Durbin-Watson < 1.5 แสดงว่าความสัมพันธ์ของ e_i และ e_j อยู่ในทิศทางบวก และถ้า Durbin-Watson มีค่าใกล้ศูนย์ แสดงว่า e_i และ e_j มีความสัมพันธ์กันมาก
- ถ้า Durbin-Watson > 2.5 แสดงว่าความสัมพันธ์ของ e_i และ e_j อยู่ในทิศทางลบ และถ้า Durbin-Watson มีค่าใกล้ 4 แสดงว่า e_i และ e_j มีความสัมพันธ์กันมาก
- หรือพิจารณาจากค่า p -value ของสถิติทดสอบ Durbin-Watson ถ้าค่า p -value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หรือสรุปได้ว่า e_i และ e_j มีความสัมพันธ์กัน

2.7 แบบสอบถาม

แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถาม หรือข้อคำถามที่เป็นคำถามชุดหนึ่ง เพื่อให้ผู้ที่ถูกถามตอบคำถาม ส่วนมากเกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทัศนคติ หรือความรู้สึกของผู้ตอบ

2.7.1 ชนิดของแบบสอบถาม แบบสอบถามที่นิยมทั่วไปมี 2 ชนิด คือ แบบสอบถามปลายปิด (Closed-form) และแบบสอบถามปลายเปิด (Open-form)

แบบสอบถามปลายปิด (Closed-form) เป็นแบบสอบถามที่ถูกจำกัดให้ผู้ถูกถามตอบ โดยอาจจะให้ตอบเพียง ใช่ ไม่ใช่ ถูก ผิด หรือเขียนสัญลักษณ์สั้นๆ เท่านั้น ทำให้กรอกข้อมูลง่าย และวิเคราะห์ง่าย เพราะคำถามที่ได้จะได้อยู่ในขอบเขตที่กำหนดไว้ทุกอย่าง

แบบสอบถามปลายเปิด (Open-form) เป็นแบบสอบถามที่ผู้ตอบมีอิสระในการตอบและใช้คำพูดของตัวเอง จะเห็นได้ว่าแบบสอบถามชนิดนี้ไม่มีแนวทางในการตอบแต่อย่างใด ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างอิสระทั้งในแนวกว้าง และแนวลึก ซึ่งบางครั้งก็ทำให้ได้คำตอบที่เสือนรางไม่ชัดเจนทำให้ยุ่งยากในการตีความหมาย การจัดทำตาราง และเขียนสรุปวิจัย

แบบสอบถามทั่วไปมักจะประกอบไปด้วยทั้งแบบเปิด และแบบปิดซึ่งในแต่ละแบบก็มีทั้งข้อดี และข้อเสีย นักวิจัยต้องตัดสินใจว่า จะใช้แบบสอบถามแบบใดที่สามารถให้ข้อมูลที่ต้องการได้

2.7.2 ลักษณะของแบบสอบถามที่ดี ควรมีลักษณะ ดังนี้

1. ควรเขียนด้วยภาษาง่ายๆ ใช้ภาษาที่คนทั่วไปเข้าใจ โดยเฉพาะภาษาหรือคำพูดที่ผู้ตอบทุกคนเข้าใจได้ดี ไม่ควรใช้คำศัพท์เฉพาะ คำศัพท์วิชาการที่รู้จักกันเฉพาะกลุ่มและคำแปลๆ รวมทั้งอักษรย่อต่างๆ เว้นแต่เป็นอักษรย่อที่รู้จักกันทั่วไป
2. ควรเขียนด้วยประโยคสั้นๆ กระชับรัดกุม จะมีความชัดเจนดีกว่าเขียนประโยคยาวๆ ที่มีคำและวลีเพิ่มเติม
3. ควรเขียนให้เฉพาะเจาะจง ต้องกาอย่างไรให้ถามอย่างนั้น โดยเฉพาะคำที่ถามเกี่ยวกับใครอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ และชนิดแยกประเภท เช่น อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ เป็นต้น เมื่อกำหนดตัวชี้วัดได้อย่างไรก็ถามให้ชัดตรงตัวชี้วัดนั้นเลยไม่จำเป็นต้องถามอ้อมแล้วนำไปเทียบกลับอายุชี้วัดกำหนดไว้เป็นเด็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ ก็ถามตัวชี้วัดนี้โดยตรงไม่จำเป็นต้องถามว่าอายุเท่าไรแล้วนำมาเทียบกลับว่าอยู่ในวัยใด
4. คำถามแต่ละข้อต้องเขียนให้มีคำถามเดียวอย่าให้คำถามซ้อนในประโยคเดียวกันเพราะจะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้สับสนในการตอบและสรุปผล

5. ควรหลีกเลี่ยงคำถามที่เป็นคำถามหรือใช้คำที่มีน้ำหนักไปในทางใดทางหนึ่งประกอบอยู่ด้วย เพราะคำถามลักษณะนี้จะเป็นการชี้แนะคำตอบว่าผู้ถามต้องการคำตอบอย่างไร

6. ควรหลีกเลี่ยงคำถามที่เกี่ยวกับความลำเอียงของผู้ตอบ เช่นถามว่า “ท่านแปร่งฟันวันละกี่ ครั้ง” คำถามในลักษณะนี้ผู้ตอบมักจะเข้าข้างตัวเองเสมอ เพราะไม่ต้องการใครรู้ข้อบกพร่องหรือการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องของตนเอง

7. ควรหลีกเลี่ยงคำถามปฏิเสธ โดยคำถามปฏิเสธซ่อนห้ามใช้เด็ดขาด

2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล (2546) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า 1.) สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือ เพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน ความสวยงามของธรรมชาติและเพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต 2.) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนส่วนบุคคล และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชายทะเลแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยแยกผลการวิจัยดังนี้ 3.) วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล โดยมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระยองในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจำนวนคนที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกและค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 4.) อายุ เป็นสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวและปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าใช้จ่ายบันเทิงและความรู้สึกในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ประสพพร พุ่มพวง (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1.) ประชาชนที่มีอายุต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก ด้านสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2.) ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวม และด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 3.) ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านนอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 4.)

ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน ปัจจัยโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยกเว้น สินค้าของที่ระลึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5.)

ประชาชนที่รายได้แตกต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และใช้ปัจจัยในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึกและด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6.) ประชาชนที่มีถิ่นที่อยู่อาศัย ภูมิภาคแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวโดยรวม และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสินค้าของที่ระลึกและด้านการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมใจ วงศ์เทียนชัย (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนไทย พม่า อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยผลการวิจัยพบว่า 1.) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจุดผ่านแดน อำเภอแม่สอด ในด้านเพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด และนักท่องเที่ยวไม่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว คือด้านการเข้าไปฝั่งพม่าเพื่อหาระสวันต์ 2.) ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรสและภูมิภาคที่แตกต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนอำเภอแม่สอด ที่แตกต่างกัน 3.) ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุและรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนอำเภอแม่สอด 4.) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนอำเภอแม่สอด

กฤษณ์ โคตรสมบัติ (2553) การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิเวศอย่างยั่งยืนในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เป็นหัวหน้าครัวเรือน ผู้นำท้องถิ่นรวมถึงกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและ ผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ทาการศึกษา จำนวน 280 ตัวอย่าง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1.) ผลการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า โดยภาพรวม มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน ได้แก่ด้านสิ่งแวดล้อมสะอาด ด้านสภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ด้านคุณค่า ความสำคัญ และการให้การศึกษา ด้านความร่วมมือของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว และด้านองค์การในการจัดการและการบริหารการท่องเที่ยว 2.) ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ เชิงนโยบายเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวทางในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตแก่งสามพันโบก เนื่องจากการทำให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น ชาวบ้านมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้สภาพปัจจุบันการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนยังไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมมากนัก ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาโดยกลุ่มนายทุน และกลุ่มผู้นำบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี ควรดำเนินการ ดังนี้ (1) ตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการ โดยบูรณาการความร่วมมือกับชุมชนในการวางแผน ดำเนินการ เพื่อดึงแนวร่วมของชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการให้มากขึ้น (2) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นในรูปแบบธรรมชาติ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ป่าไม้ น้ำตก หาดทรายตามแก่งต่าง ๆ รอบ ๆ บริเวณพื้นที่แก่งสามพันโบก (3) ควรพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน บ้ายประชาชนสัมพันธ์ ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ห้องน้ำ เพื่ออำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น (4) ควรมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย ไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้มากขึ้น (5) ควรพัฒนาระบบการรักษาความสะอาด มีการจัดหรือเพิ่มจุดวางถังขยะ ให้มากขึ้น เพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รักษาความสะอาดของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (6) ควรพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์การบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

พูนเงิน ปออุ่นวง (2551) ได้ทำการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ณ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ณ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และศึกษาสภาพปัญหาด้านการท่องเที่ยว แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือนักท่องเที่ยวทั้งชาวลาว และชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยว ณ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 254 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.90 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และการทดสอบค่า F ผลการวิจัย 1. การวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพด้านการท่องเที่ยวแขวงจำปาสักในภาพรวม มีศักยภาพในระดับมาก และในรายด้านมีศักยภาพเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านนโยบาย ด้านองค์กรธุรกิจและชุมชนท้องถิ่น ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านกลยุทธ์การตลาด 2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศและรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อ ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน 3. ปัญหาด้านศักยภาพการท่องเที่ยวของเมืองปากเซที่สำคัญคือ การปลูกสร้างที่ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่เชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย การคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่สะดวกและมักคุเหตุชนส่วนใหญ่ขาดความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง

สมเกียรติ ชัยพิบูลย์ (2550) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์ คือ (1) ศึกษาสภาพทั่วไป บริบทชุมชนด้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร (2) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร (3) เพื่อศึกษาหาแนวทางและข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยมีกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่หนึ่ง คือ กลุ่มตัวอย่างจากครัวเรือน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ค่าสถิติที่ใช้คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนกลุ่มที่สอง คือ ผู้นำอย่างเป็นทางการ ประกอบด้วยผู้ใหญ่บ้าน 12 หมู่บ้าน เทศบาล องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

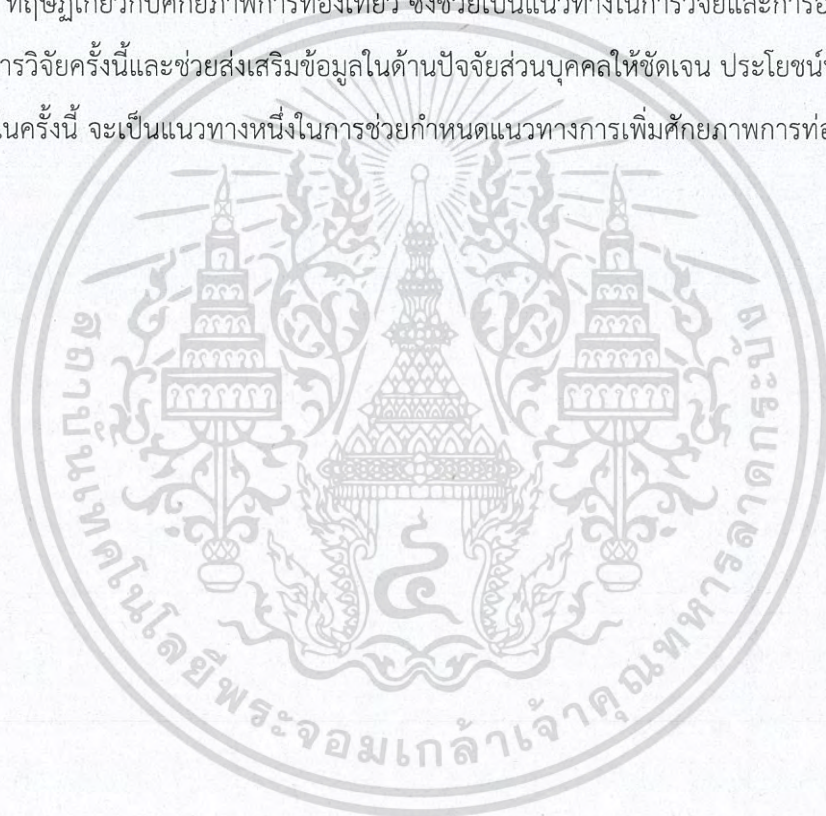
กลุ่มผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ คือ ผู้อาวุโสหรือผู้รู้ของชุมชน ตัวแทนจากกลุ่มอาชีพ เจ้าหน้าที่ของรัฐ คือ พัฒนาชุมชน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุม มีองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 3 ด้าน คือด้านสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ยังมีจุดอ่อนที่สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ต้องการการปรับปรุงและสร้างให้มีจำนวนเพิ่มขึ้น กลุ่มตัวอย่างในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน อยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการการมีส่วนร่วมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ในทุกด้าน ผลการศึกษาแนวทางการจัดการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมชุมชนนั้น จากการสนทนากลุ่มหรือการจัดเวทีชาวบ้านได้ร่วมกันวางแผนการจัดการไว้ คือ การจัดการด้านโครงสร้างองค์การการท่องเที่ยว การจัดการบุคลากร การจัดระบบการดำเนินการ และการติดตามตรวจสอบการดำเนินการ

สุทธิพิศพร โชติรัตนศักดิ์ (2555) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบผสมผสาน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 55,800 คน คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนที่ได้รับการจดทะเบียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเชิงคุณภาพ มีจำนวน 15 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เจาะลึกและใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมาก 2) ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีค่าเท่ากับ 0.86-0.28 และ 0.63 ตามลำดับในขณะที่ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิทธิพลทางอ้อมต่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยผ่านปัจจัยใน การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.014 ทั้งนี้ปัจจัยเชิงสาเหตุทั้งหมดสามารถอธิบายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้ ร้อยละ 77

จากงานวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น เป็นการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว ปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการท่องเที่ยว โดยมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวและการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละด้านให้มีความสำคัญที่แตกต่างกัน โดยงานวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยเป็นแนวทางในการวิจัยและการออกแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้และช่วยส่งเสริมข้อมูลในด้านปัจจัยส่วนบุคคลให้ชัดเจน ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นแนวทางหนึ่งในการช่วยกำหนดแนวทางการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้ศึกษาได้ดำเนินการดังนี้

3.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้มีจำนวนประชากรทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ประกอบการ ประชากรที่ศึกษาคือ ผู้ประกอบการทั้งหมดในตลาดคลองสวน 100 ปี ซึ่งจำแนกตามประเภทของสินค้าที่จัดจำหน่ายได้ดังตารางที่ 3.1 ดังนี้
ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทของสินค้า

ประเภทสินค้า	จำนวน
อาหารและเครื่องดื่ม	71
อุปกรณ์เครื่องใช้	34
สินค้าเพื่อสุขภาพ/ความงาม	15
เครื่องประดับและตกแต่งบ้าน	26
อื่นๆ (ต้นไม้ , ปุ๋ย , ลีोटเตอรี ฯลฯ)	8
รวม	154

2. กลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 การสุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบกิจการและนักท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จะใช้แผนการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. แผนการสุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับกลุ่มผู้ประกอบกิจการ โดยจะใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ซึ่งใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิชนิดมีระบบ (Stratified Systematic Sampling) ทำการสุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งชั้นภูมิตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย และสุ่มตัวอย่างจากแต่ละชั้นภูมิด้วยวิธีการสุ่มอย่างมีระบบในจำนวนที่ต่างกันตามสัดส่วนของจำนวนประชากร (Proportional Allocation) ในแต่ละชั้นภูมิ ดังตารางที่ 3.2 เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้สำหรับผู้ประกอบกิจการใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบมีชั้นภูมิ จึงสามารถคำนวณหาขนาดตัวอย่างได้จากสูตร ดังนี้

$$n = \frac{N \sum_{h=1}^L N_h S_h^2}{N^2 E^2 + \sum_{h=1}^L N_h S_h^2} \quad \text{เมื่อ} \quad S_h^2 = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \quad \text{และ} \quad E^2 = \frac{e^2}{Z_{\alpha/2}^2}$$

เมื่อ	e	คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.025
	α	คือ ระดับนัยสำคัญ = 0.05
	n	คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
	N	คือ ขนาดของประชากรทั้งหมด
	N_h	คือ ขนาดของประชากรชั้นภูมิที่ h
	S_h^2	คือ ค่าความแปรปรวนของชั้นภูมิที่ h
	$Z_{\alpha/2}^2$	คือ ค่าสถิติจากการแจกแจงแบบปกติที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่ $N = 154$

$$E^2 = \frac{e^2}{Z_{\alpha/2}^2}, e = 0.05, Z_{\alpha/2} = 1.96, \alpha = 0.05$$

$$E^2 = \frac{0.05^2}{1.96} = 0.00065$$

$$N_1 = 71, N_2 = 34, N_3 = 15, N_4 = 26, N_5 = 8$$

$$S_1^2 = 0.154, S_2^2 = 0.74, S_3^2 = 0.135, S_4^2 = 0.149, S_5^2 = 0.097$$

$$n = \frac{154 \times 8.077}{(154^2 \times 0.00065) + 8.077} = 52.95 \approx 53 \text{ ร้านค้า}$$

จากการคำนวณจำนวนตัวอย่างที่ใช้สำหรับผู้ประกอบกิจการคือ 53 ร้านค้า คำนวณตามสัดส่วนของจำนวนประชากรในแต่ละชั้นภูมิได้ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ขนาดตัวอย่างผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า	จำนวน	ตัวอย่าง
อาหารและเครื่องดื่ม	71	24
อุปกรณ์เครื่องใช้	34	12
สินค้าเพื่อสุขภาพ/ความงาม	15	5
เครื่องประดับและตกแต่งบ้าน	26	9
อื่นๆ (ต้นไม้ ปูย ล้อตเตอรี่ ฯลฯ)	8	3
รวม	154	53

2. แผนการสุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับนักท่องเที่ยว โดยจะใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) โดยเก็บตัวอย่างจากวันเสาร์-อาทิตย์ต้นเดือนและปลายเดือนเป็นสองเท่าของวันเสาร์-อาทิตย์กลางเดือนเป็นเวลาทั้งหมด 4 สัปดาห์ การกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับนักท่องเที่ยว คำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยพิจารณาประกอบกับตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane) ดังตารางที่ 3.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 ขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	±1%	±2%	±3%	±4%	±5%	±10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1,250	769	500	345	96
3,000	*	1,364	811	517	353	97
3,500	*	1,458	843	530	359	97
4,000	*	1,538	870	541	364	98
4,500	*	1,607	891	549	367	98
5,000	*	1,667	909	556	370	98
6,000	*	1,765	938	566	375	98
7,000	*	1,842	959	574	378	99
8,000	*	1,905	976	580	381	99
9,000	*	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
∞	10,000	2,500	1,111	625	400	100

*หมายถึงขนาดตัวอย่างที่ไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติจึงไม่สามารถใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้

ในการวิจัยครั้งนี้เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรขนาดตัวอย่างที่ได้คือ 400 คน มีวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างดังนี้

ต้นเดือน

กลางเดือน

ปลายเดือน

135 คน

65 คน

65 คน

135 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่การผ่านตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแล้ว ไปทำการแจกให้กับประชากรทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มนักท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี

3.2.1 ลักษณะแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยคำถามปลายปิด และแบบประเมินค่าซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 2 ชุด คือ

ชุดที่ 1 คือ แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่

- อายุ
- รายได้ต่อเดือน
- ประเภทสินค้าที่จำหน่าย
- ระยะเวลาในการประกอบการ

ตอนที่ 2 : ศักยภาพการท่องเที่ยว

- ด้านพื้นที่
- ด้านชุมชน

ชุดที่ 2 คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- อาชีพ
- ภูมิลำเนา
- จำนวนครั้งที่เคยมา
- ลักษณะการเดินทาง
- วิธีการเดินทาง

ตอนที่ 2 : ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- สิ่งดึงดูดใจ
- สิ่งอำนวยความสะดวก
- การขนส่ง
- การต้อนรับ

ตอนที่ 3 : ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

- สิ่งดึงดูดใจ
- สิ่งอำนวยความสะดวก
- การขนส่ง
- การต้อนรับ

3.2.2 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

1. พิจารณาวัตถุประสงค์ ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ เพื่อกำหนดข้อความคำถาม

ตอนที่ 1 : เป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 : เป็นคำถามแบบประเมินค่าด้วยการประเมินค่าแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนและเกณฑ์การวัดระดับดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ตามเกณฑ์คะแนนดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

เกณฑ์การวัดระดับ

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	อยู่ในเกณฑ์ มาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	อยู่ในเกณฑ์ น้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	อยู่ในเกณฑ์ น้อยที่สุด

2. ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC) ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาค่า IOC คือ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1 ถือว่าเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้ แต่สำหรับข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรตัดออกจากแบบสอบถาม ซึ่งจากการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบ ได้แก่ ผศ. นรินทร์โชติ ราชบุรี ประจําภาควิชามนุษยศาสตร์, รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดี ประจําภาควิชาครุศาสตร์สาทรกรรม และดร.อชฌมา อระวีพร ประจําภาควิชาสถิติประยุกต์ คำนวณผลคะแนนได้ดังตาราง ต่อไปนี้

ชุดที่ 1 สำหรับผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 ศักยภาพการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ผู้ประเมิน			IOC
	1	2	3	
ด้านพื้นที่				
1. ทรัพยากรทางธรรมชาติหรือระบบนิเวศในท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์	1	1	1	1
2. วัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่นมีการสืบทอดมา ยาวนาน	1	1	1	1
3. พื้นที่ที่จัดการท่องเที่ยวไม่ทำลายสภาพธรรมชาติหรือ ระบบนิเวศของพื้นที่	1	1	1	1
4. เส้นทางคมนาคม ทางถนน และทางน้ำในพื้นที่มีความ สะดวกและเหมาะสม	1	1	1	1
5. ในพื้นที่ของชุมชนมีระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา ระบบโทรคมนาคม ใช้อย่างทั่วถึง และเพียงพอต่อความต้องการ	1	1	1	1
6. ในพื้นที่ชุมชนมีการกำจัดขยะและน้ำเสียที่ถูก สุขอนามัย และสะอาด	1	1	1	1
7. พื้นที่ในชุมชนมีความพร้อมในการรองรับจำนวน นักท่องเที่ยว	1	0	1	0.6
8. พื้นที่ในชุมชนมีความปลอดภัย	1	0	1	0.6
ด้านชุมชน				
1. ท่านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ ทรัพยากรในการท่องเที่ยว	1	1	1	1
2. ท่านมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงรักษาศาสนาและ วัฒนธรรม	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ผู้ประเมิน			IOC
	1	2	3	
3. ท่านมีส่วนร่วมในการผลักดันให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ	1	1	1	1
4. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวได้แก่เงินทุน เวลา แรงงาน เป็นต้น	1	1	1	1
5. ท่านมีส่วนร่วมในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ	1	1	1	1
6. ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับของชุมชน	1	1	1	1
7. ชุมชนมีการกำหนดกฎระเบียบในการอาศัยอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน	1	1	1	1
8. ท่านมีความผูกพัน สามัคคี และยอมเสียสละในการทำงานเพื่อชุมชน	1	1	1	1
9. ท่านมีความสามารถในการเป็นผู้นำในการเรียนรู้ และจัดการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวได้	1	1	1	1

จากการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในส่วนของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) พบว่าไม่มีข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.05 จึงถือว่าเหมาะสมสามารถนำไปใช้เป็นคำถามได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกล่าวนำไปใช้

ชุดที่ 2 สำหรับนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ผู้ประเมิน			IOC
	1	2	3	
สิ่งดึงดูดใจ				
1. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่น และสิ่งปลูกสร้าง	1	1	1	1
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1
3. กิจกรรมต่างๆทางศาสนา	0	0	0	0
4. วิถีชีวิตของคนในชุมชน	1	1	1	1
5. ตลาดมีการตกแต่งสถานที่ได้สวยงามเหมาะสมแก่ การท่องเที่ยว	1	1	1	1
สิ่งอำนวยความสะดวก				
1. ความหลากหลายของสินค้าและบริการ	1	1	1	1
2. ความมีชื่อเสียงของร้านอาหารและความหลากหลาย ของร้านอาหาร	0	1	1	0.6
3. แหล่งท่องเที่ยวมีบริการที่ครบวงจร	0	1	1	0.6
การขนส่ง				
1. การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและคล่องตัว	1	1	1	1
2. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางมาท่องเที่ยว	1	1	1	1
การต้อนรับ				
1. การต้อนรับอย่างมีไมตรีจิตของคนในพื้นที่	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ผู้ประเมิน			IOC
	1	2	3	
สิ่งดึงดูดใจ				
1. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง	1	1	1	1
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	1	0	1	0.6
3. กิจกรรมทางศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา	1	1	0	0.6
4. การได้เห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน	1	1	1	1
5. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1
สิ่งอำนวยความสะดวก				
1. ร้านอาหารถูกสุขลักษณะและมีความสะอาด	1	1	1	1
2. การให้บริการเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว	1	1	1	1
3. ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและมีจำนวนพอเพียง	1	1	1	1
4. มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย	1	1	1	1
5. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	0	1	1	0.6
6. การรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	1	0	1	0.6
7. ร้านค้าเป็นระเบียบ สะดวกแก่การเลือกซื้อสินค้าและบริการ	1	1	1	1
8. บริการตู้ถอนเงินอัตโนมัติพอเพียง (ATM)	1	1	-1	0.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ผู้ประเมิน			IOC
	1	2	3	
การขนส่ง				
1. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว	1	1	1	1
2. ความเหมาะสมของจุดที่ตั้งป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว	1	1	1	1
3. ความสะดวกในการเดินทาง	0	0	1	0.3
การต้อนรับ				
1. ผู้ประกอบกิจการมีการแต่งกายสะอาดและเหมาะสมแก่การให้บริการ	1	1	1	1
2. ผู้ประกอบกิจการพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมแก่การให้บริการ	1	1	1	1

จากการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในส่วนของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) พบว่ามีข้อคำถามที่ถูกตัดออก 3 ข้อ เนื่องจากมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ซึ่งได้แก่ ส่วนที่ 2 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ข้อที่ 3 ส่วนที่ 3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อ 8 และด้านการขนส่ง ข้อ 3 จึงดำเนินการในขั้นต่อไป

3. ทำการปรับแบบสอบถามตามการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในส่วนของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แล้วจึงดำเนินการต่อไป

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้วมาดำเนินการทดสอบก่อน (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวนกลุ่มละ 35 คน

5. นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการทดสอบก่อน (Pretest) มาทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการหาความเชื่อถือตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้ค่า Cronbach's Alpha ซึ่งกำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.6 หรือ 60% ผลการวิเคราะห์หาค่า Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบกิจการ และแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว พบว่าได้ค่าเท่ากับ 0.881 และ 0.933 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าแบบสอบถามทั้ง 2 ชุดมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 88.1% และ 93.3% ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนที่จะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ต้องจัดการกับข้อมูลก่อนโดยการตรวจสอบข้อมูล คือ ตรวจสอบดูความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาทำตามขั้นตอนดังนี้

1. ทำการลงรหัส โดยการแปลงจากข้อมูลให้เป็นตัวเลข (ดังภาคผนวก)
2. ทำการคีย์ข้อมูลตามวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดคลองสวน 100 ปี

สมมติฐานของวัตถุประสงค์ข้อนี้ ได้แก่

(1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบกิจการทำให้มีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แตกต่างกัน โดยแบ่งออกเป็นสมมติฐานการวิจัยย่อย ดังนี้

- 1.1) อายุทำให้ผู้ประกอบกิจการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แตกต่างกัน
- 1.2) รายได้ต่อเดือนทำให้ผู้ประกอบกิจการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แตกต่างกัน
- 1.3) ประเภทสินค้าที่จำหน่ายทำให้ผู้ประกอบกิจการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แตกต่างกัน
- 1.4) ระยะเวลาในการประกอบกิจการทำให้ผู้ประกอบกิจการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แตกต่างกัน

(2) ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีศักยภาพด้านพื้นที่และด้านชุมชนอยู่ในระดับมาก โดยแบ่งออกเป็นสมมติฐานการวิจัยย่อย ดังนี้

- 2.1) ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีศักยภาพด้านพื้นที่อยู่ในระดับมาก
- 2.2) ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีศักยภาพด้านชุมชนอยู่ในระดับมาก

ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี

สมมติฐานของวัตถุประสงค์ข้อนี้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี โดยแบ่งออกเป็นสมมติฐานการวิจัยย่อย ดังนี้

- 1) การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับเพศ
- 2) การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับอายุ
- 3) การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับสถานภาพการสมรส
- 4) การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับอาชีพ
- 5) การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับภูมิลำเนา
- 6) การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งที่เคยมา
- 7) การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทาง
- 8) การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับวิธีการเดินทาง

ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี

สมมติฐานการวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อนี้ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปีอยู่ในระดับมาก

3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล

2.3.1 สถิติที่ใช้ทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร

การทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ยประชากรหนึ่งกลุ่มและผลต่างของค่าเฉลี่ยประชากรสองกลุ่มจะใช้ Z-test ในการทดสอบ

การทดสอบมากกว่า 2 ประชากร ทดสอบโดยวิธี One-way ANOVA และเมื่อความแปรปรวนของประชากรในแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะทำการทดสอบ Kruskal-Wallis

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบกิจการทั้งหมด 53 ชุด และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 ชุด จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows โดยแบ่งการทดสอบออกเป็น 2 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการและนักท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี โดยใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์
- ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการและนักท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี โดยใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์

ประชากรกลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบกิจการ

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบกิจการที่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบกิจการที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	
อายุ			
	น้อยกว่า 30 ปี	13	24.5
	31 – 45 ปี	17	32.1
	46 – 60 ปี	12	22.6
	มากกว่า 60 ปี	11	20.8

ลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 15,000 บาท	17	32.1
	15,000-25,000 บาท	21	39.6
	25,001-35,000 บาท	9	17.0
	มากกว่า 35,000 บาท	6	11.3
ประเภทสินค้า	อาหารและเครื่องดื่ม	24	45.3
	อุปกรณ์เครื่องใช้	12	22.6
	สินค้าเพื่อสุขภาพ/ความงาม	5	9.4
	เครื่องประดับ และ ตกแต่งบ้าน	9	17.0
	อื่นๆ (ต้นไม้, บัญ, ลีดเตอรี)	3	5.7
ระยะเวลาในการประกอบ กิจการ	น้อยกว่า 5 ปี	11	20.8
	6-10 ปี	17	32.1
	11-15 ปี	10	18.9
	มากกว่า 15 ปี	15	28.3
รวม		53	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบกิจการที่ตอบแบบสอบถาม ได้ผลดังนี้

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 31-45 ปี มากกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยมีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาคือช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ตามด้วยช่วงอายุ 46-60 ปีและช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8

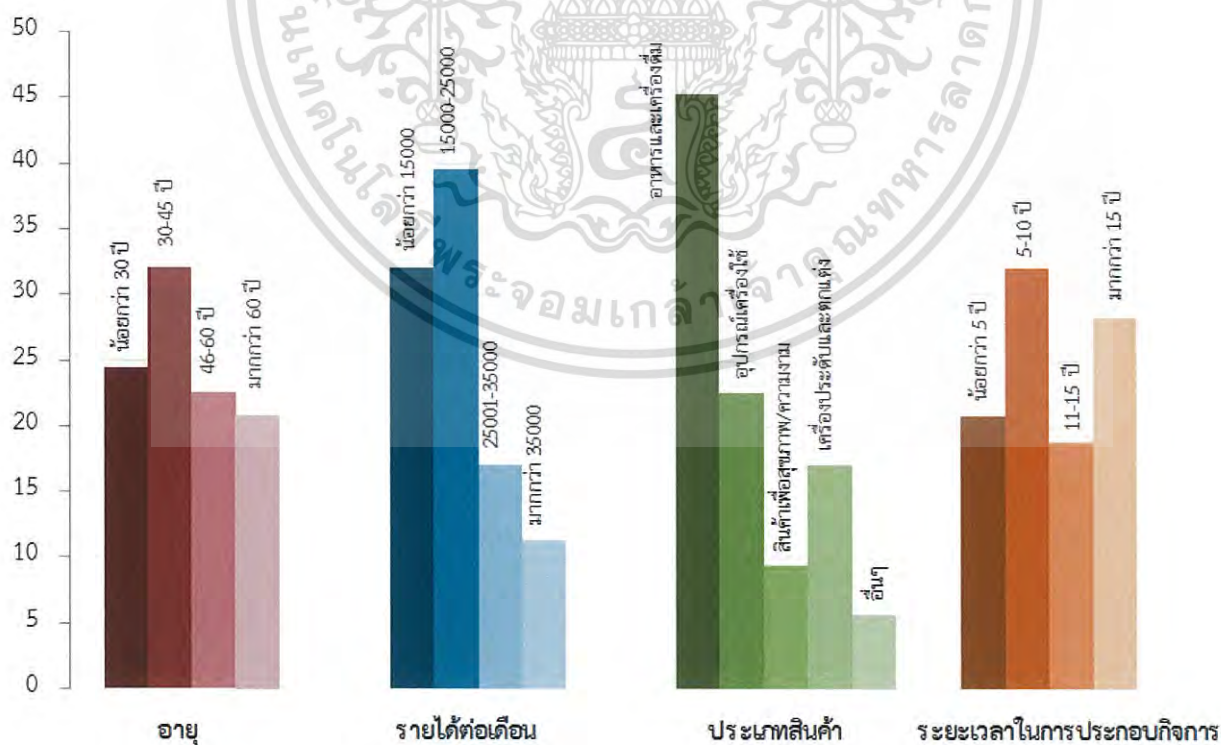
เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15000-25000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 และรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15000 บาทกว่า 15000 บาท ตามด้วยรายได้ต่อเดือน 25001-35000 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และรายได้ต่อเดือน 35000 ขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้า พบว่า ผู้ประกอบกิจการส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาจำหน่ายสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 ตามด้วยจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องประดับ และ ตกแต่งบ้าน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 จำหน่ายสินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ/ความงาม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และจำหน่ายสินค้าอื่นๆ (ต้นไม้ , ปูย , ลี้อตเตอร์) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบกิจการ 6-10 ปีมากกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยมีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาประกอบกิจการ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ตามด้วยระยะเวลาในการประกอบกิจการต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และระยะเวลาในการประกอบกิจการ 11-15 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9

จากภาพรวมของผู้ประกอบกิจการที่ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงให้อยู่ในรูปของกราฟแสดงได้ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 กราฟแสดงร้อยละของผู้ประกอบกิจการ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี แสดงได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ของทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามด้านต่างๆ ของศักยภาพการท่องเที่ยว

ศักยภาพการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านพื้นที่	3.83	มาก
2. ด้านชุมชน	3.76	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ประกอบกิจการในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความคิดเห็นในระดับมากทั้งในเรื่องของด้านพื้นที่ และด้านชุมชน

เมื่อจำแนกตามรายละเอียดในแต่ละด้านของศักยภาพการท่องเที่ยวจะสามารถแสดงได้ดังนี้

4.2.1 ด้านพื้นที่

ทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ ในตลาดคลองสวน 100 ปี แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของทัศนคติของผู้ประกอบกิจการ ที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวด้านพื้นที่ ในตลาดคลองสวน 100 ปี

ศักยภาพการท่องเที่ยวในด้านพื้นที่	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ลำดับที่ (Rank)
1. ทรัพยากรทางธรรมชาติหรือระบบนิเวศในท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์	3.74	7
2. วัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่นมีการสืบทอดมา ยาวนาน	4.04	3
3. พื้นที่ที่จัดการท่องเที่ยวไม่ทำลายสภาพธรรมชาติ หรือระบบนิเวศของพื้นที่	3.81	5
4. เส้นทางคมนาคม ทางถนน และทางน้ำในพื้นที่มี ความสะดวกและเหมาะสม	3.77	6
5. ในพื้นที่ของชุมชนมีระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ใช้อย่างทั่วถึงและเพียงพอต่อความต้องการ	4.17	2
6. ในพื้นที่ชุมชนมีการกำจัดขยะและน้ำเสียที่ถูก สุขอนามัย และสะอาด	2.91	8
7. พื้นที่ในชุมชนมีความพร้อมในการรองรับจำนวน นักท่องเที่ยว	4.21	1
8. พื้นที่ในชุมชนมีความปลอดภัย	3.98	4

จากตารางที่ 4.3 พบว่าศักยภาพด้านพื้นที่ในตลาดคลองสวน 100 ปี ผู้ประกอบกิจการมีความคิดเห็นในทางบวกในเรื่องของ “พื้นที่ในชุมชนมีความพร้อมในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว” มาเป็นลำดับที่ 1 ตามด้วย “ในพื้นที่ของชุมชนมีระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา ระบบโทรคมนาคม ใช้อย่างทั่วถึงและเพียงพอต่อความต้องการ” และ “วัฒนธรรมและประเพณีใน

ท้องถิ่นมีการสืบทอดมายาวนาน” ตามลำดับ ในทางกลับกัน ผู้ประกอบกิจการมีความคิดเห็นในทางลบในเรื่องของ “ในพื้นที่ชุมชนมีการกำจัดขยะและน้ำเสียที่ถูกสุขอนามัย และสะอาด”

4.2.2 ด้านชุมชน

ทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวด้านชุมชน ในตลาดคลองสวน 100 ปี แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวด้านชุมชน ในตลาดคลองสวน 100 ปี แสดงได้ดังนี้

ศักยภาพการท่องเที่ยวในด้านชุมชน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ลำดับที่ (Rank)
1. ท่านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรในการท่องเที่ยว	3.94	4
2. ท่านมีส่วนร่วมในการทำบำรุงรักษาศาสนาและวัฒนธรรม	3.81	6
3. ท่านมีส่วนร่วมในการผลักดันให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ	3.98	2
4. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ เงินทุน เวลา แรงงาน เป็นต้น	3.00	8
5. ท่านมีส่วนร่วมในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ	3.87	5
6. ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็งและเป็นที่ยึดถือของชุมชน	3.96	3
7. ชุมชนมีการกำหนดกฎระเบียบในการอาศัยอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน	4.02	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศักยภาพการท่องเที่ยวในด้านชุมชน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ลำดับที่ (Rank)
8. ท่านมีความผูกพัน สามัคคี และยอมเสียสละ ในการทำงานเพื่อชุมชน	3.81	6
9. ท่านมีความสามารถในการเป็นผู้นำในการเรียนรู้ และจัดการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจาก การ ท่องเที่ยวได้	3.47	7

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ศักยภาพด้านชุมชนในตลาดคลองสวน 100 ปี ผู้ประกอบกิจการมีส่วนร่วมมากในเรื่องของ “กฎระเบียบในการอาศัยอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน” มาเป็นลำดับที่ 1 ตามด้วย “มีส่วนร่วมในการผลักดันให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ” ในทางกลับกัน ผู้ประกอบกิจการมีส่วนร่วมปานกลางในเรื่องของ “ส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวได้แก่ เงินทุน เวลา แรงงาน”

ประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยว

4.3 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	187
	หญิง	213
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	14
	21-40 ปี	51.8
	41-60 ปี	19.8
	มากกว่า 60 ปี	14.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพการสมรส	โสด	250	62.5
	สมรส	125	31.3
	หม้าย/หย่าร้าง	25	6.2
อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	68	17
	พนักงาน/เอกชน	153	38.3
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	75	18.8
	นักเรียน/นักศึกษา	104	25.9
ภูมิลำเนา	กรุงเทพและปริมณฑล	159	39.8
	ต่างจังหวัด	241	60.2
จำนวนครั้งที่เคยมา	น้อยกว่า 5 ครั้ง	292	73
	5 ครั้งขึ้นไป	108	27
ลักษณะการเดินทาง	รถส่วนตัว	331	82.8
	รถสาธารณะ	69	17.3
วิธีการเดินทาง	คนเดียว	38	9.5
	กลุ่มเพื่อน	173	43.3
	ครอบครัว	184	46
	บริการนำเที่ยว	5	1.2
รวม		400	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.5 พบว่า จำนวนและร้อยละของผู้นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ได้ผลดังนี้

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และเป็นเพศชายจำนวน 187 คน เป็นร้อยละ 46.7

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-40 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือช่วงอายุ 41-60 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ตามด้วยช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14

เมื่อจำแนกตามสถานภาพการสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาสถานภาพการสมรส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน/เอกชน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 ตามด้วยอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ต่างจังหวัด มากกว่ากรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งต่างจังหวัดมีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 และกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8

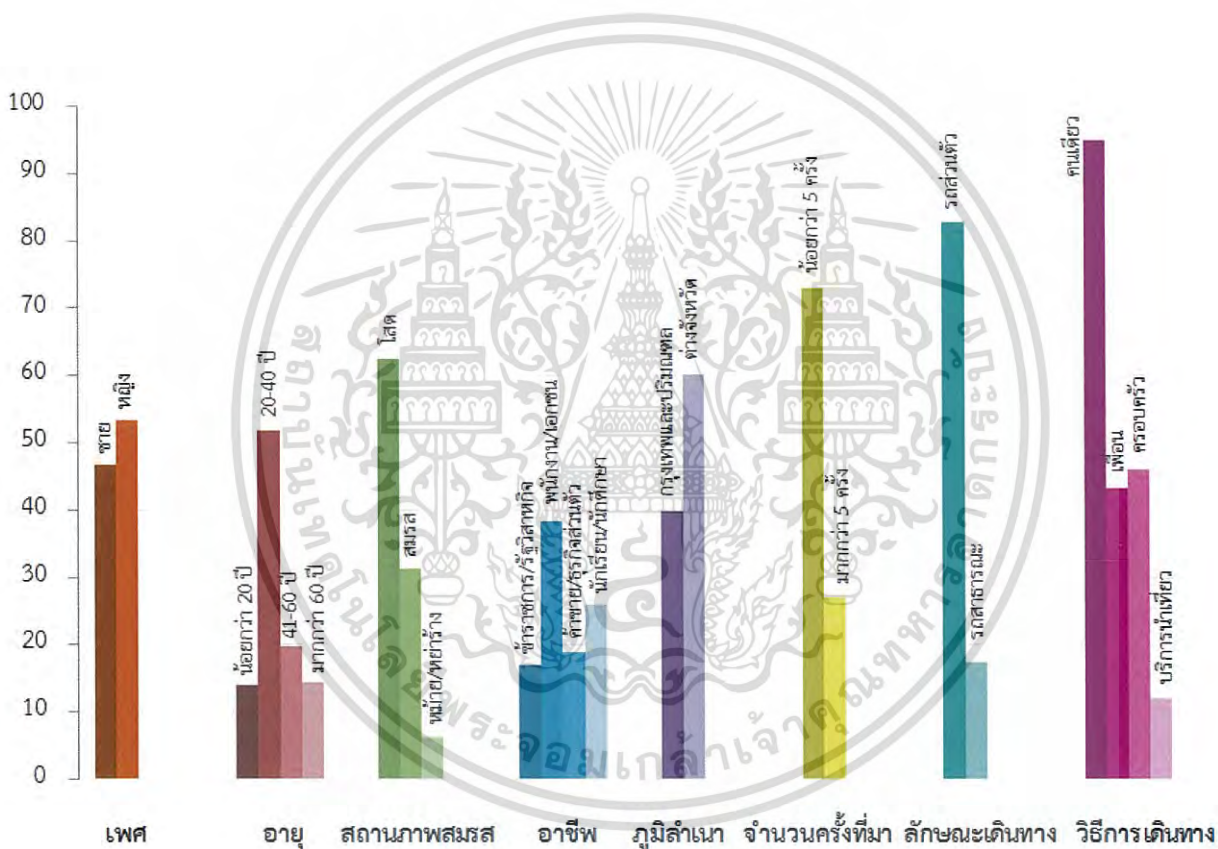
เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวน้อยกว่า 5 ครั้ง มากกว่าเคยมาท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง ซึ่งเคยมาท่องเที่ยวน้อยกว่า 5 ครั้ง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73 และเคยมาท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27

เมื่อจำแนกตามลักษณะการเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถส่วนตัวมากกว่ารถสาธารณะ ซึ่งเดินทางมาโดยรถส่วนตัว จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 และรถสาธารณะ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อจำแนกตามวิธีการเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมากลุ่มเพื่อน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ตามด้วยคนเดียว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และบริการนำเที่ยว จำนวน 5 คน เป็นร้อยละ 1.2

จากภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงให้อยู่ในรูปของกราฟแสดง ได้ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 กราฟแสดงร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แสดงผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามด้านต่างๆ ขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ลำดับที่ (Rank)
1. สิ่งดึงดูดใจ	3.55	2
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	3.47	4
3. การขนส่ง	3.49	3
4. การต้อนรับ	3.63	1

จากตารางที่ 4.6 พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นที่ระดับมากในเรื่องการต้อนรับเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา สิ่งดึงดูดใจ ตามมาด้วยการขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรายละเอียดในแต่ละด้านขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว จะสามารถแสดงได้ดังนี้

4.4.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ลำดับที่ (Rank)
1. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง	3.44	4
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.64	1
3. วิถีชีวิตของคนในชุมชน	3.57	2
4. ตลาดมีการตกแต่งสถานที่ได้สวยงามเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	3.53	3

จากตารางที่ 4.7 พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจ ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นที่ระดับมากในเรื่องของ “ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว” มาเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา “วิถีชีวิตของคนในชุมชน” ตามมาด้วย “ตลาดมีการตกแต่งสถานที่ได้สวยงามเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว” และ “งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง” ตามลำดับ

4.4.2 ด้านอำนวยความสะดวก

ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านอำนวยความสะดวก แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ลำดับที่ (Rank)
1. ความหลากหลายของสินค้า และ บริการ	3.48	2
2. ความมีชื่อเสียงของร้านอาหารและความหลากหลายของร้านอาหาร	3.38	3
3. แหล่งท่องเที่ยวมีบริการครบวงจร	3.56	1

จากตารางที่ 4.8 พบว่าด้านอำนวยความสะดวก ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นที่ระดับมากในเรื่องของ “แหล่งท่องเที่ยวมีบริการที่ครบวงจร” มาเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา “ความหลากหลายของสินค้าและบริการ” และ “ความมีชื่อเสียงของร้านอาหารและความหลากหลายของร้านอาหาร” ตามลำดับ

4.4.3 ด้านการขนส่ง

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในส่วนที่ 1 ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการขนส่ง แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการขนส่ง

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ระดับความคิดเห็น
1. การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและคล่องตัว	3.39	ปานกลาง
2. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางมาท่องเที่ยว	3.59	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่าด้านการขนส่ง ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นที่ระดับมากในเรื่องของ “ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางมาท่องเที่ยว” ในทางตรงข้ามนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นที่ระดับปานกลางในเรื่องของ “การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและคล่องตัว”

4.4.4 ด้านการต้อนรับ

ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการต้อนรับ แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการต้อนรับ

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ระดับความคิดเห็น
1. จิตของคนในการต้อนรับอย่างมีไมตรีพื้นที่	3.63	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่าด้านการต้อนรับ ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นที่ระดับมากในเรื่องของ “จิตของคนในการต้อนรับอย่างมีไมตรีพื้นที่”

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามด้านต่างๆ ขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ลำดับที่ (Rank)
1. สิ่งดึงดูดใจ	3.67	2
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	3.56	4
3. การขนส่ง	3.61	3
4. การต้อนรับ	3.83	1

จากตารางที่ 4.11 พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมาก ในด้านการต้อนรับเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา สิ่งดึงดูดใจ ตามมาด้วยการขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามรายละเอียดในแต่ละด้านขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว จะสามารถแสดงได้ดังนี้

4.4.5 ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ลำดับที่ (Rank)
1. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่น และสิ่งปลูกสร้าง	3.75	1
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.66	4
3. กิจกรรมทางศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา	3.5	5
4. การได้เห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน	3.71	3
5. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.74	2

จากตารางที่ 4.12 พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมากในเรื่องของ “งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง” มาเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา “ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว” ตามมาด้วย “การได้เห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน” “การได้เห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน” และ “กิจกรรมทางศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา” ตามลำดับ

4.4.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ลำดับที่ (Rank)
1. ร้านอาหารถูกสุขลักษณะและมีความสะอาด	3.71	2
2. การให้บริการเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว	3.26	7
3. ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและมีจำนวนพอเพียง	3.31	6
4. มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย	3.60	4
5. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.66	3
6. การรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	3.58	5
7. ร้านค้าเป็นระเบียบ สะดวกแก่การเลือกซื้อสินค้าและบริการ	3.85	1

จากตารางที่ 4.13 พบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมากในเรื่องของ “ร้านค้าเป็นระเบียบ สะดวกแก่การเลือกซื้อสินค้าและบริการ” มาเป็นลำดับที่ 1 ตามด้วย “ร้านอาหารถูกสุขลักษณะและมีความสะอาด” และ “ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว” ตามลำดับ ในทางกลับกัน นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นที่ระดับปานกลางในเรื่องของ “การให้บริการเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว” และ “ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและมีจำนวนพอเพียง”

4.4.7 ด้านการขนส่ง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการขนส่ง แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการขนส่ง

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ระดับความคิดเห็น
1. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว	3.60	มาก
2. ความเหมาะสมของจุดที่ตั้งป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว	3.62	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่าด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมากในเรื่องของ “ความเหมาะสมของจุดที่ตั้งป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว” และ “ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว”

4.4.8 ด้านการต้อนรับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการต้อนรับ แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านการต้อนรับ

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ระดับความคิดเห็น
1. ผู้ประกอบกิจการมีการแต่งกายสะอาด และเหมาะสมแก่การให้บริการ	3.72	มาก
2. ผู้ประกอบกิจการพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมแก่การให้บริการ	3.93	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่าด้านการต้อนรับ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับมากในเรื่องของ “ผู้ประกอบกิจการพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมแก่การให้บริการ” และ “ผู้ประกอบกิจการมีการแต่งกายสะอาดและเหมาะสมแก่การให้บริการ”

ส่วนที่ 2 ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์

4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบกิจการและ นักท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี

การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. อายุทำให้ผู้ประกอบกิจการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปีแตกต่างกัน
2. รายได้ทำให้ผู้ประกอบกิจการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปีแตกต่างกัน
3. ประเภทสินค้าที่จำหน่ายทำให้ผู้ประกอบกิจการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปีแตกต่างกัน
4. ระยะเวลาในการประกอบกิจการทำให้ผู้ประกอบกิจการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปีแตกต่างกัน
5. ในตลาดคลองสวน 100 ปีมีศักยภาพด้านพื้นที่อยู่ในระดับมาก
6. ในตลาดคลองสวน 100 ปีมีศักยภาพด้านชุมชนที่อยู่ในระดับมาก
7. การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับเพศ
8. การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับอายุ
9. การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับสถานภาพการสมรส
10. การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับอาชีพ
11. การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับภูมิลำเนา
12. การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งที่เคยมา
13. การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทาง
14. การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับวิธีการเดินทาง
15. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปีอยู่ในระดับมาก

4.5.1 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการทดสอบสมมติฐาน

กรณี 1 ประชากร ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 6 และ 15 จากการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นจึงใช้สถิติ Z-test ในการวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ยประชากรหนึ่งกลุ่ม

กรณี 2 ประชากร ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 11 12 และ 13 จากการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นจึงใช้สถิติ Z-test ในการวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐานของผลต่างของค่าเฉลี่ยประชากรสองกลุ่ม

กรณีมากกว่า 2 ประชากร ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 2 3 4 8 9 10 และ 14 จะใช้การทดสอบสมมติฐานการเท่ากันของค่าเฉลี่ยประชากรมากกว่า 2 ประชากรขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) ในการวิเคราะห์ แต่สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และ 9 ไม่เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น พบว่าความแปรปรวนมีค่าไม่เท่ากันในแต่ละกลุ่ม จึงใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติที่ไม่ใช่พารามิเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ซึ่งก็คือ การทดสอบ Kruskal – Wallis

* หมายเหตุ แสดงผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นดังกล่าว

4.5.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 อายุทำให้ผู้ประกอบการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่ากลางของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างช่วงอายุ

H_1 : ค่ากลางของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความแตกต่างอย่างน้อย 1 คู่ ของช่วงอายุ

ตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่ากลางของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอายุ ใช้การทดสอบ Kruskal-Wallis

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	χ^2	p-value
น้อยกว่า 30 ปี	13	3.16	27.11	< 0.001*
31 – 45 ปี	17	3.91		
46 – 60 ปี	12	3.89		
มากกว่า 60 ปี	11	4.28		

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} < 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความแตกต่างอย่างน้อย 1 คู่ ของช่วงอายุ จึงทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนต่อด้วยวิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ (แสดงวิธีการคำนวณดังภาคผนวก) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อ ศักยภาพการ
ท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย
น้อยกว่า 30 ปี	3.16 ^c
30 – 45 ปี	3.91 ^b
46 – 60 ปี	3.89 ^b
มากกว่า 60 ปี	4.28 ^a

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยของแต่ละช่วงอายุที่มีอักษรแสดงแตกต่างกันจะมีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการ
ต่อ ศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี สามารถแบ่งอายุออกได้เป็นสามกลุ่มดังนี้ กลุ่ม
ที่หนึ่งได้แก่ อายุมากกว่า 60 ปี กลุ่มที่สองได้แก่ อายุ 31 – 60 ปี กลุ่มที่สามได้แก่ อายุต่ำกว่า 30
ปี โดยกลุ่มที่หนึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติมากที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 2 รายได้ทำให้ผู้ประกอบการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาด
คลองสวน 100 ปี แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาด
คลองสวน 100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างรายได้ต่อเดือน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาด
คลองสวน 100 ปี มีความแตกต่างอย่างน้อย 1 คู่ ของรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อ
ศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

แหล่งข้อมูล	SS	df.	MS	F	p-value
รายได้ต่อเดือนที่ศึกษา	2.246	3	0.749	2.753	0.049*
ความผันแปรภายในกลุ่ม	13.326	49	0.272		
รวม	15.572	52			

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} < 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น
แสดงว่าค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน
100 ปี มีความแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ของรายได้ต่อเดือน จึงทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนต่อด้วย
วิธีของ Tukey ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อ ศักยภาพการ
ท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย
น้อยกว่า 15,000 บาท	3.63 ^b
15,000 – 25,000 บาท	3.77 ^b
25,001 – 35,000 บาท	3.82 ^{ab}
มากกว่า 35,000 บาท	4.34 ^a

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยของแต่ละช่วงของรายได้ต่อเดือนที่มีอักษรแสดงแตกต่างกันจะมีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการ
ต่อ ศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี สามารถแบ่งรายได้ต่อเดือนออกได้เป็นสอง
กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่หนึ่งได้แก่ รายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาท กลุ่มที่สองได้แก่รายได้ต่อเดือนน้อย
กว่า 35,000 บาท โดยกลุ่มที่หนึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติมากกว่ากลุ่มที่สองอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 3 ประเภทสินค้าที่จำหน่ายทำให้ผู้ประกอบการมีทัศนคติต่อศักยภาพการ
ท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปีแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาด
คลองสวน 100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างประเภทสินค้าที่จำหน่าย

H_1 : ค่าเฉลี่ยระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพสวน 100 ปี มีความแตกต่าง
อย่างน้อย 1 คู่ ของประเภทสินค้าที่จำหน่าย

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อ
ศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย

แหล่งข้อมูล	SS	df.	MS	F	p-value
ประเภทของสินค้าที่ศึกษา	0.846	4	0.211	0.689	0.603
ความผันแปรภายในกลุ่ม	14.726	48	0.307		
รวม	15.572	52			

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} > 0.05$ จึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น
แสดงว่าค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน
100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างประเภทสินค้าที่จำหน่าย ดังค่าเฉลี่ยในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาด
คลองสวน 100 ปี จำแนกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย

ประเภทของสินค้า	ค่าเฉลี่ย
อาหารและเครื่องดื่ม	3.72
อุปกรณ์/เครื่องใช้	3.74
สินค้าเพื่อสุขภาพ/ความงาม	3.65
เครื่องประดับและตกแต่ง	3.76
อื่นๆ	3.68



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานข้อที่ 4 ระยะเวลาในการประกอบกิจการทำให้ผู้ประกอบการมีทัศนคติต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างระยะเวลาในการประกอบกิจการ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพสวน 100 ปี มีความแตกต่างอย่างน้อย 1 คู่ ของระยะเวลาในการประกอบกิจการ

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ

แหล่งข้อมูล	SS	df.	MS	F	p-value
ระยะเวลาในการประกอบกิจการที่ศึกษา	1.109	3	0.370	1.252	0.301
ความผันแปรภายในกลุ่ม	14.463	49	0.295		
รวม	15.572	52			

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} > 0.05$ จึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันของรายได้ต่อเดือน

สมมติฐานข้อที่ 5 ในตลาดคลองสวน 100 ปีมีศักยภาพด้านพื้นที่อยู่ในระดับมาก

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

$$H_0 : \text{ค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านพื้นที่ในตลาดคลองสวน 100 ปี} \leq 3.41$$

$$H_1 : \text{ค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านพื้นที่ในตลาดคลองสวน 100 ปี} > 3.41$$

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านพื้นที่ในตลาดคลองสวน 100 ปี

ศักยภาพการท่องเที่ยว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	Z	p-value
ศักยภาพด้านพื้นที่	53	3.83	5.017	< 0.001*

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} < 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านพื้นที่ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีค่ามากกว่า 3.41 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก

สมมติฐานข้อที่ 6 ในตลาดคลองสวน 100 ปีมีศักยภาพด้านชุมชนที่อยู่ในระดับมาก

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

$$H_0 : \text{ค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านชุมชนในตลาดคลองสวน 100 ปี} \leq 3.41$$

$$H_1 : \text{ค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านชุมชนในตลาดคลองสวน 100 ปี} > 3.41$$

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านชุมชนที่ในตลาดคลองสวน 100 ปี

ศักยภาพการท่องเที่ยว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	Z	p-value
ศักยภาพด้านชุมชน	53	3.76	4.601	< 0.001*

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} < 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของศักยภาพด้านชุมชนในตลาดคลองสวน 100 ปี มีค่ามากกว่า 3.41 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก

สมมติฐานข้อที่ 7 การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับเพศ

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง

H_1 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
แตกต่างกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมา
ท่องเที่ยวใน
ตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	Z	p-value
เพศชาย	187	3.70	6.0591	< 0.001*
เพศหญิง	213	3.36		

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} < 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น
แสดงว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความ
แตกต่างกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง

สมมติฐานข้อที่ 8 การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับอายุ

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างช่วงอายุ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ของช่วงอายุ

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมา
ท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอายุ

แหล่งข้อมูล	SS	df.	MS	F	p-value
อายุที่ศึกษา	3.017	3	1.006	3.594	0.014
ความผันแปรภายในกลุ่ม	110.812	396	0.280		
รวม	113.829	399			

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} < 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น
แสดงว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความ
แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ของช่วงอายุ จึงทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนต่อด้วยวิธีของ Tukey ได้ผล
ดังนี้

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย
น้อยกว่า 20 ปี	3.50 ^{ab}
20 – 40 ปี	3.45 ^b
41 – 60 ปี	3.62 ^a
มากกว่า 60 ปี	4.66 ^a

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยของแต่ละช่วงของรายได้ต่อเดือนที่มีอักษรแสดงแตกต่างกันจะมีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี สามารถแบ่งช่วงอายุออกได้เป็นสองกลุ่มดังนี้ กลุ่มที่หนึ่งได้แก่ อายุ น้อยกว่า 20 ปี และมากกว่า 41 ปี กลุ่มที่สองได้แก่อายุน้อยกว่า 40 ปี โดยกลุ่มที่หนึ่งมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่สองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 9 การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับสถานภาพการสมรส

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่ากลางของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างสถานภาพการสมรส

H_1 : ค่ากลางของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ของสถานภาพการสมรส

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่ากลางของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามสถานภาพการสมรส ใช้การทดสอบ Kruskal-Wallis

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	χ^2	<i>p-value</i>
โสด	250	3.47	6.40	0.041*
สมรส	125	3.61		
หม้าย/หย่า	25	3.62		

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก *p-value* < 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ของสถานภาพการสมรส จึงทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนต่อด้วยวิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ (แสดงวิธีการคำนวณดังภาคผนวก) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	ค่าเฉลี่ย
โสด	3.47 ^b
สมรส	3.61 ^a
หม้าย/หย่า	3.62 ^a

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยของแต่ละช่วงของรายได้ต่อเดือนที่มีอักษรแสดงแตกต่างกันจะมีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี สามารถแบ่งสถานภาพการสมรสออกได้เป็นสองกลุ่มดังนี้ กลุ่มที่หนึ่งได้แก่ สมรส และ หม้าย/หย่า กลุ่มที่สองได้แก่ โสด โดยกลุ่มที่หนึ่งมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่สองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



สมมติฐานข้อที่ 10 การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับอาชีพ

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างอาชีพ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ของช่วงอาชีพ

ตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอาชีพ

แหล่งข้อมูล	SS	df.	MS	F	p-value
อาชีพที่ศึกษา	1.836	3	0.612	2.164	0.092
ความผันแปรภายในกลุ่ม	111.993	396	0.283		
รวม	113.829	399			

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} > 0.05$ จึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างอาชีพ ดังค่าเฉลี่ยในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติของผู้ประกอบกิจการต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.58
พนักงาน/เอกชน	3.52
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.60
นักเรียน/นักศึกษา	3.55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานข้อที่ 11 การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับภูมิลำเนา

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างภูมิลำเนา

H_1 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
แตกต่างกันระหว่างภูมิลำเนา

ตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมา
ท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	Z	p-value
กรุงเทพและปริมณฑล	159	3.51	-0.319	0.750
ต่างจังหวัด	241	3.53		

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} > 0.05$ จึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น
แสดงว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี ไม่มี
ความแตกต่างกันระหว่างภูมิลำเนา

สมมติฐานข้อที่ 12 การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งที่เคยมา ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างจำนวนครั้งที่เคยมา

H_1 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี แตกต่างกันระหว่างจำนวนครั้งที่เคยมา

ตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	Z	p-value
น้อยกว่า 5 ครั้ง	292	3.52	-0.187	0.852
มากกว่า 5 ครั้ง	108	3.53		

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} > 0.05$ จึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างจำนวนครั้งที่เคยมา

สมมติฐานข้อที่ 13 การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทาง

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างการเดินทางด้วยรถส่วนตัวและรถสาธารณะ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
แตกต่างกันระหว่างการเดินทางด้วยรถส่วนตัวและรถสาธารณะ

ตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ภูมิสำเนา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	Z	p-value
รถส่วนตัว	331	3.51	-0.745	0.458
รถสาธารณะ	69	3.57		

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} > 0.05$ จึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างการเดินทางด้วยรถส่วนตัวและรถสาธารณะ

สมมติฐานข้อที่ 14 การเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปีขึ้นอยู่กับวิธีการเดินทาง

ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างวิธีการเดินทาง

H_1 : ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี
แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ของวิธีการเดินทาง

ตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามวิธีการเดินทาง

แหล่งข้อมูล	SS	df.	MS	F	p-value
วิธีการเดินทางที่ศึกษา	25.439	3	8.480	37.990	< 0.001*
ความผันแปรภายในกลุ่ม	88.391	396	0.223		
รวม	113.829	399			

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} < 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี มีความแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ของวิธีการเดินทาง จึงทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อนต่อด้วยวิธีของ Tukey ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามวิธีการเดินทาง

วิธีการเดินทาง	ค่าเฉลี่ย
คนเดียว	4.03 ^a
กลุ่มเพื่อน	3.28 ^c
ครอบครัว	3.62 ^b
บริการนำเที่ยว	4.32 ^a

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยของแต่ละช่วงของรายได้ต่อเนื่องที่มีอักษรแสดงแตกต่างกันจะมีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี สามารถแบ่งวิธีการเดินทางออกได้เป็นสองกลุ่มดังนี้ กลุ่มที่หนึ่ง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียว และบริการนำเที่ยว กลุ่มที่สอง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับเพื่อน และกลุ่มที่สาม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว โดยกลุ่มที่หนึ่งมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 15 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปีอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานในการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี ≤ 3.41

H_1 : ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี > 3.41

ตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี

ความพึงพอใจ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	Z	p-value
ความพึงพอใจ	400	3.64	8.316	< 0.001*

* หมายถึง ปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบ เนื่องจาก $p\text{-value} < 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั้น แสดงว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี มีค่ามากกว่า 3.41 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก

บทที่ 5

สรุปผล

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี มีการศึกษาจากประชากรทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ ประชากรกลุ่มผู้ประกอบการ และ ประชากรกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งประชากรกลุ่มผู้ประกอบการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิชนิดมีระบบ (Stratified Systematic Sampling) ได้จำนวน 53 ชุด และประชากรกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) ได้จำนวนจำนวน 400 ชุด ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยง ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.881 และ 0.933 ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดคลองสวน 100 ปี เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ดังนี้ สำหรับผู้ประกอบการ ได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน ประเภทของสินค้าที่จำหน่าย และระยะเวลาที่ประกอบการ สำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ภูมิลำเนา จำนวนครั้งที่เคยมา ลักษณะการเดินทาง และวิธีการเดินทาง สามารถสรุปผลได้ดังนี้

สำหรับผู้ประกอบการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31- 45 ปี รองลงมาคืออายุน้อยกว่า 30 ปี และอายุมากกว่า 46 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,000-25,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าประเภท อาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคืออุปกรณ์เครื่องใช้ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์เครื่องครัว เครื่องมือทางการเกษตร เป็นต้น ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบการ 6-10 ปี รองลงมาคือ มากกว่า 15 ปี

สำหรับนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-40 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงาน/เอกชน รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา มีภูมิลำเนาอยู่ที่ต่างจังหวัด ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวน้อยกว่า 5 ครั้ง เดินทางมาโดยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว รองลงมาคือ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน

ทัศนคติของผู้ประกอบกิจการ ที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในตลาดคลองสวน 100 ปี เมื่อพิจารณาตามศักยภาพการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ด้านพื้นที่

ทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในตลาดคลองสวน 100 ปี ในทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก ได้แก่

- พื้นที่ในชุมชนมีความพร้อมในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว
- ในพื้นที่ของชุมชนมีระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา ระบบโทรคมนาคม ใช้อย่างทั่วถึงและเพียงพอต่อความต้องการ
- วัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่นมีการสืบทอด

ในทางกลับกันหรือ ทัศนคติเชิงบวกที่ระดับน้อย ได้แก่

- ในพื้นที่ชุมชนมีการกำจัดขยะและน้ำเสียที่ถูกสุขอนามัย และสะอาด

2. ด้านชุมชน

ทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในตลาดคลองสวน 100 ปี ในทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก ได้แก่

- ชุมชนมีการกำหนดกฎระเบียบในการอาศัยอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน
- มีส่วนร่วมในการผลักดันให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ
- ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็งและเป็นที่ยึดถือของชุมชน

ในทางกลับกันหรือ ในทัศนคติเชิงบวกที่ระดับน้อย ได้แก่

- ความสามารถในการเป็นผู้นำในการเรียนรู้ และจัดการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวได้
- มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวได้แก่ เงินทุน เวลา แรงงาน เป็นต้น

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี

ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี เมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ

ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก ได้แก่

- ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
- กิจกรรมต่างๆทางศาสนา
- วิถีชีวิตของคนในชุมชน

ในทางกลับกันหรือ ในทัศนคติเชิงบวกที่ระดับน้อย ได้แก่

- งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่น และสิ่งปลูกสร้าง

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก ได้แก่

- แหล่งท่องเที่ยวมีบริการที่ครบวงจร
- ความมีชื่อเสียงของร้านอาหารและความหลากหลายของร้านอาหาร
- ความหลากหลายของสินค้าและบริการ

3. ด้านการขนส่ง

ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก ได้แก่

- ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางรถท่องเที่ยว

ในทางกลับกันหรือ ในทัศนคติเชิงบวกที่ระดับน้อย ได้แก่

- การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและคล่องตัว

4. ด้านการต้อนรับ

ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก ได้แก่

- การต้อนรับอย่างมีไมตรีจิตของคนในพื้นที่

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปีเมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง
- ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว
- การได้เห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก

ได้แก่

- ร้านค้าเป็นระเบียบ สะดวกแก่การเลือกซื้อสินค้าและบริการ
- ร้านอาหารถูกสุขลักษณะและมีความสะอาด
- ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

ในทางกลับกันหรือ ในทัศนคติเชิงบวกที่ระดับน้อย ได้แก่

- การให้บริการเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว
- ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและมีจำนวนพอเพียง

3. ด้านการขนส่ง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก

ได้แก่

- ความเหมาะสมของจุดที่ตั้งป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว
- ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว

4. ด้านการต้อนรับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมาก

ได้แก่

- ผู้ประกอบกิจการพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมแก่การให้บริการ
- ผู้ประกอบกิจการมีการแต่งกายสะอาดและเหมาะสมแก่การให้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ประกอบกิจการ ที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

ทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปีมีความแตกต่างกันตามอายุ โดยอายุช่วงมากกว่า 60 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในด้านคะแนนมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ มีความแตกต่างกันตามรายได้ต่อเดือน โดยผู้ประกอบกิจการที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงมากกว่า 35,000 บาท มีทัศนคติเชิงบวกในด้านคะแนนมากกว่าผู้ประกอบกิจการที่มีรายได้ในช่วงอื่นๆ สำหรับปัจจัยประเภทสินค้าที่จำหน่ายและระยะเวลาที่ประกอบกิจการนั้น ไม่ส่งผลให้เกิดความแตกต่างของทัศนคติของผู้ประกอบกิจการ

ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปีมีความแตกต่างกันตามเพศ โดยเพศชายมีทัศนคติเชิงบวกในด้านคะแนนมากกว่าเพศหญิง มีความแตกต่างกันตามอายุ โดย ผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วงมากกว่า 60 ปี มีทัศนคติเชิงบวกในด้านคะแนนมากกว่าผู้ที่มีอายุช่วงอื่นๆ มีความแตกต่างกันตามสถานภาพการสมรส โดย ผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีทัศนคติเชิงบวกในด้านคะแนนมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพอื่นๆ แตกต่างกันตามวิธีการเดินทางโดย ผู้ที่เดินทางมาโดยบริการนำเที่ยว มีทัศนคติเชิงบวกในด้านคะแนนมากกว่าวิธีการเดินทางอื่นๆ สำหรับปัจจัยอาชีพ ภูมิสำเนา จำนวนครั้งที่เคยมา และลักษณะการเดินทางนั้น ไม่ส่งผลให้เกิดความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

5.2 สรุปภาพรวมจากการศึกษา

1. ทัศนคติของผู้ประกอบกิจการที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ในตลาดคลองสวน 100 ปี ขึ้นอยู่กับอายุ และรายได้ต่อเดือน มีศักยภาพด้านพื้นที่อยู่ในระดับมากและศักยภาพด้านชุมชนอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน
2. ปัจจัยที่มีผลกลับให้เกิดความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวน ในตลาดคลองสวน 100 ปี คือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส และวิธีการเดินทาง
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดคลองสวน 100 ปี อยู่ในระดับมาก

5.3 ผลงานที่ได้จากงานวิจัยในเรื่องของศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ทำให้ทราบว่าในการจะสร้างตลาดที่มีลักษณะเชิงอนุรักษ์ต้องคำนึงถึงด้านพื้นที่เพื่อดึงผู้ประกอบกิจการร้านค้าให้เข้ามาประกอบกิจการ
2. ด้านการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึง เพศ อายุ สถานภาพการสมรส และวิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น มีบริการที่ครบวงจร จัดร้านค้าให้เป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกแก่การซื้อสินค้าและบริการ
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่ต้องการนำไปใช้ในด้านการท่องเที่ยว เช่น หน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน เป็นต้น

5.4 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะ

1. การแจกแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้ได้แจกแบบสอบถามในช่วงเดือนที่มีอากาศร้อนทำให้มีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถามหลายคน และผู้ที่ตอบแบบสอบถามเกิดความเร่งรีบในการตอบ จึงควรแก้ไขปัญหานี้ด้วยการแจกแบบสอบถามในช่วงเดือนที่มีอากาศเย็นสบายเพื่อความสะดวกในการตอบแบบสอบถาม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2528. รายงานการสำรวจเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวลำปาง ลำพูน. กองวางแผนโครงการ ฝ่ายวางแผนโครงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กฤษณ์ ไครตสมบัติ. 2553. การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตแก่งสามพัน โนบอ อำเภอกงหรา จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- จารุณี กลิ่นดีป्ली. 2541. การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี. ภาคนิพนธ์หลักสูตรการจัดการสิ่งแวดล้อม สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จังหวัดฉะเชิงเทรา. 2542. ชุมชนตลาดเก่าคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://www.chachoengsao.go.th/> (วันที่สืบค้น 20 ตุลาคม 2558)
- ชูลิทธิ ชูชาติ. 2547. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่
- ชูเกียรติ นพเกตุ. 2542. การท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน...จุดเริ่มต้นของการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ดลชาติ ต้นติวานิช. 2556. สถิติเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : โครงการตำราคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2550. การท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. “มารู้จักหนังสือท่องเที่ยวเชิงนิเวศกันเถอะ”. จุลสารการท่องเที่ยว. 18(1): 9.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1.
เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พงศธร เกษมสาลี. 2543. การพัฒนาการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมจริงหรือ.
จุลสารการท่องเที่ยว, 6, 11-15.
- พจนา สนวนศรี. 2546. คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ : โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิต
และธรรมชาติ
- พะยอม ธรรมบุตร. 2548. หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เพชรน้อย ม่วงงามกัลยา. 2539. กรณีการจัดตั้งหมู่บ้านปลอดภัยจังหวัดสุพรรณบุรี. กรุงเทพฯ :
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในกลุ่มแม่น้ำโขง.
เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ. 2557. เอกสารประกอบการสอนวิชาการระเบียบวิจัย. กรุงเทพฯ : โครงการ
ตำราคณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ประสพพร พุ่มพวง. 2545 . พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว
ภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์. 30 มกราคม พ.ศ. 2535 . นักท่องเที่ยว. www.sme.go.th
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่10 พ.ศ.2550-2554 โดยกองการท่องเที่ยวสำนัก
วัฒนธรรมกีฬา และการท่องเที่ยว. 2555. รายงานฉบับสมบูรณ์ แผนพัฒนาการท่องเที่ยว
กรุงเทพมหานคร (พ.ศ.255-2558).
- พู่เงิน ปออ่อนวง. 2551. ศักยภาพการท่องเที่ยว ณ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย
ประชาชนลาว. วิทยาลัยนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- รชพร จันทรสว่าง. 2546. เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่าง
ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2546. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2538. กรุงเทพฯ : นานมี บุคส์
พับลิเคชั่นส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ราณี อสิชัยกุล. 2546. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล
หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการ
ท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช นนทบุรี. กรุงเทพฯ : มปท.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. 2532. ศักยภาพสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว 8
(เมษายน - มิถุนายน 2538) : 42 - 45
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. 2543. ประชากรกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์ .
- ศิริพร เหล่าเมือง. บุปผา แสงผล. 2549. การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวด้านการให้บริการข้อมูล
การท่องเที่ยว นคร ประวัติศาสตร์อยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จ. นครศรีอยุธยา.
จังหวัดอยุธยา
- สมชาย สนั่นเมือง. 2544. ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว. ททท.
จุลสารการท่องเที่ยว 17,1
- สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. 2550. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว
ชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร. กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
กำแพงเพชร.
- สมใจ วงศ์เทียนชัย. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดผ่านแดนไทย-พม่า
อำเภอแม่สอดจังหวัดตาก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์. 2557. การวางแผนการตลาด . กรุงเทพฯ : โครงการตำราคณะ
วิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เสรี วังสีไพจิตร. 2537. ท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- สุจิตรา สุนธมัต. 2557. เอกสารประกอบการสอนโปรแกรมสำเร็จรูปเชิงสถิติ1 และ 2. กรุงเทพฯ :
โครงการตำราคณะ วิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สุรินทร์ คล้ายจินดา. 2539. การจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม. [มปท. : ม.ป.พ.]
- อุมาพร จันทกร. 2557. สถิติที่ไม่ใช่พารามิเตอร์ 2 . กรุงเทพฯ : โครงการตำราคณะ วิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- Archer, B. (1993). The Positive and Negative Impacts of Tourism. In: W. Theobald
ed.: Global Tourism: The Next Decade. Oxford: Butterworth-Heinemann
- McIntosh, R.w. & Wall,G. (1986). Tourism: Principles, Practices and Philosophies,
5th ed. John Wiley & Sons, New York.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาปัญหาพิเศษหลักสูตรปริญญาตรีวิทยาศาสตร์ (สาขาสถิติประยุกต์) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นแนวทางกรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและปรับปรุงตลาดคลองสวน 100 ปี ซึ่งเป้าหมายที่สำคัญก็เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถแข่งขันกับตลาดอื่นๆ ได้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ
 - ชุดที่ 1 ผู้ประกอบการ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ตอนที่ 2 ศักยภาพการท่องเที่ยว
 - ชุดที่ 2 นักท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ตอนที่ 2 ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว
 - ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว
2. โปรดพิจารณาและตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงทั้งนี้เพื่อความสมบูรณ์และความถูกต้องของการศึกษาวิจัย
3. คำตอบและความคิดเห็นของท่าน ผู้จัดทำถือว่าเป็นข้อมูลที่มีค่าอย่างยิ่ง และสงวนไว้เป็นความลับ โดยใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา และขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณ

นางสาวสร้อยสุดา	วงษ์อัยรา
นางสาวศรัณยาพร	พัชรพิพัฒพล
นางสาววีรวรรณ	ทองคำเปลว
นายอาคเนย์	เทศโรสง

ผู้จัดทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการ

1. อายุ ต่ำกว่า 30 ปี 31-45 ปี
 46-60 ปี 60 ปีขึ้นไป
2. รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,000-25,000 บาท
 25,001-35,000 บาท 35,000 บาท ขึ้นไป
3. ประเภทสินค้าที่จำหน่าย อาหารและเครื่องดื่ม อุปกรณ์/เครื่องใช้
 สินค้าเพื่อสุขภาพ/ความงาม เครื่องประดับและตกแต่ง
 อื่นๆ
4. ระยะเวลาในการประกอบการ ต่ำกว่า 5 ปี 6-10 ปี
 11-15 ปี 15 ปี ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ศักยภาพการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด

4 = มาก

3 = ปานกลาง

2 = น้อย

1 = น้อยที่สุด

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านพื้นที่					
1. ทรัพยากรทางธรรมชาติหรือระบบนิเวศในท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์					
2. วัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่นมีการสืบทอด มายาวนาน					
3. พื้นที่ที่จัดการท่องเที่ยวไม่ทำลายสภาพธรรมชาติ หรือระบบนิเวศของพื้นที่					
4. เส้นทางคมนาคม ทางถนน และทางน้ำในพื้นที่มีความ สะดวกและเหมาะสม					
5. ในพื้นที่ของชุมชนมีระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา ระบบโทรคมนาคม ใช้อย่างทั่วถึงและ เพียงพอต่อความต้องการ					
6. ในพื้นที่ชุมชนมีการกำจัดขยะและน้ำเสียที่ถูกสุขอนามัย และสะอาด					
7. พื้นที่ในชุมชนมีความพร้อมในการรองรับจำนวน นักท่องเที่ยว					
8. พื้นที่ในชุมชนมีความปลอดภัย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านชุมชน					
1. ท่านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรในการท่องเที่ยว					
2. ท่านมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงรักษาศาสนาและวัฒนธรรม					
3. ท่านมีส่วนร่วมในการผลักดันให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ					
4. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวได้แก่ เงินทุน เวลา แรงงาน เป็นต้น					
5. ท่านมีส่วนร่วมในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ					
6. ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็งและเป็นที่ยึดถือของชุมชน					
7. ชุมชนมีการกำหนดกฎระเบียบในการอาศัยอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน					
8. ท่านมีความผูกพัน สามัคคี และยอมเสียสละในการทำงานเพื่อชุมชน					
9. ท่านมีความสามารถในการเป็นผู้นำในการเรียนรู้ และจัดการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวได้					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20 – 30 ปี
 31 – 40 ปี 40 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพการสมรส โสด สมรส
 หม้าย/หย่าร้าง
4. อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงาน/เอกชน
 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา
5. ภูมิลำเนา กรุงเทพฯและปริมณฑล ต่างจังหวัด
6. จำนวนครั้งที่เคยมา น้อยกว่า 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง
7. ลักษณะการเดินทาง รถส่วนตัว รถสาธารณะ
8. วิธีการเดินทาง คนเดียว กลุ่มเพื่อน
 ครอบครัว บริการนำเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด

4 = มาก

3 = ปานกลาง

2 = น้อย

1 = น้อยที่สุด

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
สิ่งดึงดูดใจ					
1. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง					
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
3. วิถีชีวิตของคนในชุมชน					
4. ตลาดมีการตกแต่งสถานที่ได้สวยงามเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว					
สิ่งอำนวยความสะดวก					
1. ความหลากหลายของสินค้าและบริการ					
2. ความมีชื่อเสียงของร้านอาหารและความหลากหลายของร้านอาหาร					
3. แหล่งท่องเที่ยวมีบริการที่ครบวงจร					
การขนส่ง					
1. การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและคล่องตัว					
2. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางมาท่องเที่ยว					
การต้อนรับ					
1. การต้อนรับอย่างมีไมตรีจิตของคนในพื้นที่					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 = มากที่สุด

4 = มาก

3 = ปานกลาง

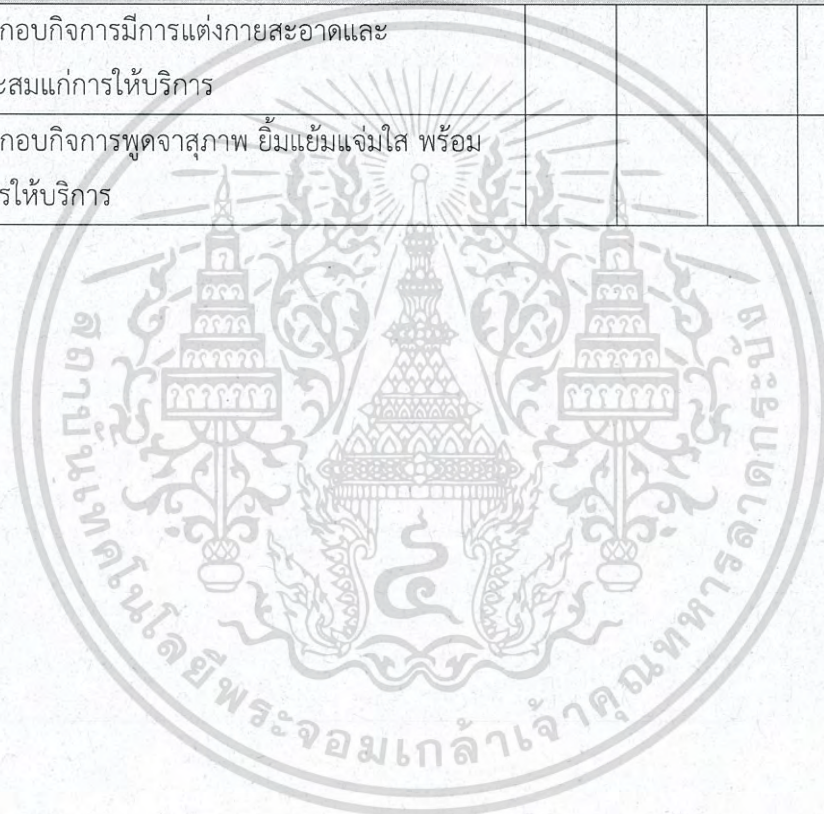
2 = น้อย

1 = น้อยที่สุด

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความพึงใจ				
	5	4	3	2	1
สิ่งดึงดูดใจ					
1. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง					
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
3. กิจกรรมทางศาสนา รวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา					
4. การได้เห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน					
5. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
สิ่งอำนวยความสะดวก					
1. ร้านอาหารถูกสุขลักษณะและมีความสะอาด					
2. การให้บริการเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว					
3. ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและมีจำนวนพอเพียง					
4. มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย					
5. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
6. การรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว					
7. ร้านค้าเป็นระเบียบ สะดวกแก่การเลือกซื้อสินค้าและบริการ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความพึงใจ				
	5	4	3	2	1
การขนส่ง					
1. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว					
2. ความเหมาะสมของจุดที่ตั้งป้ายบอกเส้นทาง การท่องเที่ยว					
การต้อนรับ					
1. ผู้ประกอบกิจการมีการแต่งกายสะอาดและ เหมาะสมแก่การให้บริการ					
2. ผู้ประกอบกิจการพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อม แก่การให้บริการ					



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข
คู่มือการลงรหัสสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่อง
คอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การลงทะเบียนข้อมูล

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้ประกอบการ

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
	No	หมายเลขแบบสอบถาม	01-053	01-53
ตอนที่ 1				
1	AGE	อายุ	ต่ำกว่า 30 ปี	1
			31 - 45ปี	2
			46 - 60 ปี	3
			60 ปีขึ้นไป	4
			ไม่ตอบ	9
2	IPM	รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 15000	1
			15000-25000	2
			25001-35000	3
			30000 ขึ้นไป	4
			ไม่ตอบ	9
3	CATE	ประเภทสินค้า	อุปกรณ์เครื่องใช้	1
			สินค้าเพื่อสุขภาพ/ความงาม	2
			เครื่องประดับ และ ตกแต่งบ้าน	3
			อื่นๆ (ต้นไม้, ปุ๋ย, ลี้อตเตอร์)	4
			ไม่ตอบ	9
4	DOTO	ระยะเวลาในการประกอบกิจการ	ต่ำกว่า 5 ปี	1
			6-10 ปี	2
			11-15 ปี	3
			15 ปีขึ้นไป	4
			ไม่ตอบ	9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 2				
5	AR1	ทรัพยากรทางธรรมชาติหรือระบบนิเวศในท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
6	AR2	วัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่นมีการสืบทอดมายาวนาน	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
7	AR3	พื้นที่ที่จัดการท่องเที่ยวไม่ทำลายสภาพธรรมชาติหรือระบบนิเวศของพื้นที่	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
8	AR4	เส้นทางคมนาคม ทางถนน และทางน้ำในพื้นที่มีความสะดวกและเหมาะสม	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
9	AR5	ในพื้นที่ของชุมชนมีระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา ระบบโทรคมนาคม ใช้อย่างทั่วถึงและเพียงพอต่อความต้องการ	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ลงมติแล้วสำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 2				
10	AR6	ในพื้นที่ชุมชนมีการกำจัดขยะและน้ำเสียที่ถูกสุขอนามัย และสะอาด	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
11	AR7	พื้นที่ในชุมชนมีความพร้อมในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
12	AR8	พื้นที่ในชุมชนมีความปลอดภัย	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
13	CO1	ท่านมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรในการท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
14	CO2	ท่านมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงรักษาศาสนาและวัฒนธรรม	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 2				
15	CO3	ท่านมีส่วนร่วมในการผลักดันให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
16	CO4	ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวได้แก่ เงินทุน เวลา แรงงาน เป็นต้น	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
17	CO5	ท่านมีส่วนร่วมในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
18	CO6	ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับของชุมชน	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
19	CO7	ชุมชนมีการกำหนดกฎระเบียบในการอาศัยอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 2				
20	CO8	ท่านมีความผูกพัน สามัคคี และยอม เสียสละในการทำงานเพื่อชุมชน	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
21	CO9	ท่านมีความสามารถในการเป็นผู้นำใน การเรียนรู้ และจัดการแก้ไขปัญหาที่ อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวได้	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
	No	หมายเลขแบบสอบถาม	001-400	001-400
ตอนที่ 1				
1	SEX	เพศ	ชาย	1
			หญิง	2
			ไม่ตอบ	9
2	AGE	อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	1
			21-40 ปี	2
			41-60 ปี	3
			60 ปีขึ้นไป	4
			ไม่ตอบ	9
3	MAS	สถานภาพการสมรส	โสด	1
			สมรส	2
			หม้าย/หย่าร้าง	3
			ไม่ตอบ	9
4	CARE	อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1
			พนักงาน/เอกชน	2
			ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3
			นักเรียน/นักศึกษา	4
			ไม่ตอบ	9
5	HOME	ภูมิลำเนา	กรุงเทพและปริมณฑล	1
			ต่างจังหวัด	2
			ไม่ตอบ	9
6	NOT	จำนวนครั้งที่เคยมา	น้อยกว่า 5 ครั้ง	1
			5 ครั้งขึ้นไป	2
			ไม่ตอบ	9
7	TOT	ลักษณะการเดินทาง	รถส่วนตัว	1
			รถสาธารณะ	2
			ไม่ตอบ	9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 1				
8	HOT	วิธีการเดินทาง	คนเดียว	1
			กลุ่มเพื่อน	2
			ครอบครัว	3
			บริการนำเที่ยว	4
			ไม่ตอบ	9
ตอนที่ 2				
9	FA1	งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมใน ท้องถิ่น และสิ่งปลูกสร้าง	มากที่สุด	5
			มาก	4
			ปานกลาง	3
			น้อย	2
			น้อยที่สุด	1
ไม่ตอบ	9			
10	FA2	ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	มากที่สุด	5
			มาก	4
			ปานกลาง	3
			น้อย	2
			น้อยที่สุด	1
ไม่ตอบ	9			
11	FA3	วิถีชีวิตของคนในชุมชน	มากที่สุด	5
			มาก	4
			ปานกลาง	3
			น้อย	2
			น้อยที่สุด	1
ไม่ตอบ	9			
12	FA4	ตลาดมีการตกแต่งสถานที่ได้สวยงาม เหมาะสมแก่การ ท่องเที่ยว	มากที่สุด	5
			มาก	4
			ปานกลาง	3
			น้อย	2
			น้อยที่สุด	1
ไม่ตอบ	9			

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 2				
13	FB1	ความหลากหลายของสินค้าและบริการ	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
14	FB2	ความมีชื่อเสียงของ ร้านอาหารและ ความหลากหลายของร้านอาหาร	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
15	FB3	แหล่งท่องเที่ยวมีบริการที่ครบวงจร	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
16		การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและ คล่องตัว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
17	FC2	ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง ท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 2				
18	FD1	การต้อนรับอย่างมีไมตรีจิตของคนในพื้นที่	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
ตอนที่ 3				
19	SA1	งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
20	SA2	ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
21	SA3	กิจกรรมทางศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
22	SA4	การได้เห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9

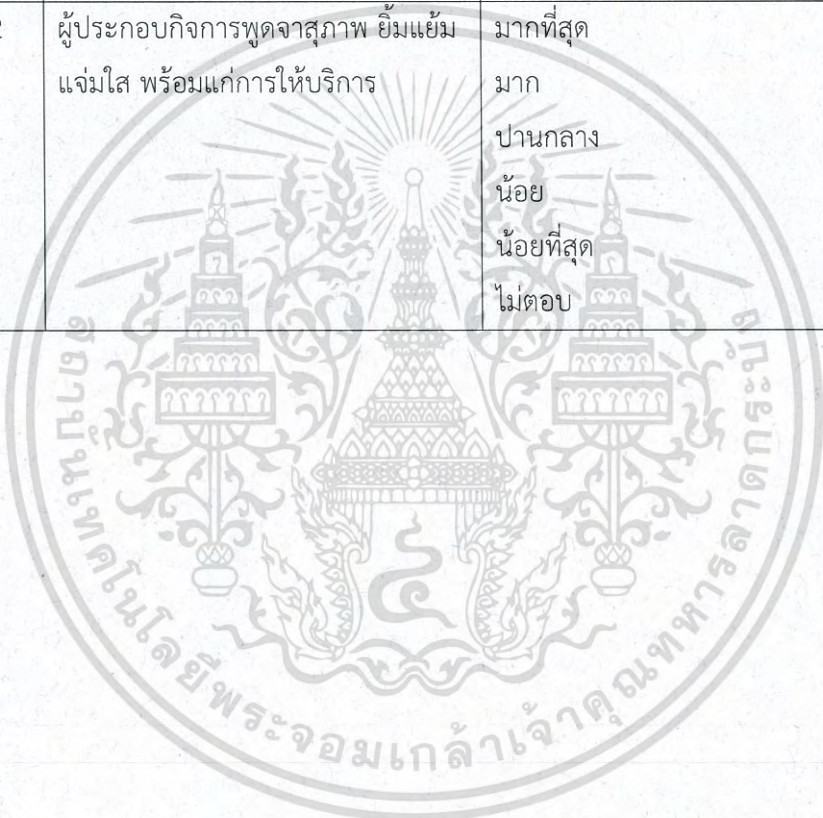
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 3				
23	SA5	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
24	SB1	ร้านอาหารถูกสุขลักษณะและมีความสะอาด	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
25	SB2	การให้บริการเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
26	SB3	ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและมีจำนวนพอเพียง	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
27	SB4	มีที่จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 3				
28	SB5	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
29	SB6	การรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
30	SB7	ร้านค้าเป็นระเบียบ สะดวกแก่การเลือกซื้อสินค้าและบริการ	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
31	SC1	ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
32	SC2	ความเหมาะสมของจุดที่ตั้งป้ายบอกเส้นทางการท่องเที่ยว	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9

ข้อ	ตัวแปร	คำถาม	คำตอบ	รหัส
ตอนที่ 3				
33	SD1	ผู้ประกอบการมีการแต่งกายสะอาด และเหมาะสมแก่การให้บริการ	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9
34	SD2	ผู้ประกอบการพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมแก่การให้บริการ	มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ไม่ตอบ	5 4 3 2 1 9



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค
การวิเคราะห์ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการทดสอบสมมติฐาน

กรณี 1 ประชากร ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 6 และ 15

กรณี 2 ประชากร ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 11 12 และ 13

ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. ประชากรมีการแจกแจงปกติ
2. ความคลาดเคลื่อนหรืออิทธิพลเศษตกค้างของแต่ละกลุ่มตัวอย่างเป็นไปอย่างสุ่ม

ตาราง ค.1 ผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ยประชากรหนึ่งกลุ่ม และสมมติฐานของผลต่างของค่าเฉลี่ยประชากรสองกลุ่มเมื่อประชากรทั้งสองเป็นอิสระต่อกัน

สมมติฐาน	การแจกแจงปกติ	ความคลาดเคลื่อนเป็นไปอย่างสุ่ม	สถิติทดสอบ
สมมติฐานที่ 5	✓	✓	Z-test
สมมติฐานที่ 6	✓	✓	Z-test
สมมติฐานที่ 15	×	✓	Z-test
สมมติฐานที่ 7	×	✓	Z-test
สมมติฐานที่ 11	×	✓	Z-test
สมมติฐานที่ 12	×	✓	Z-test
สมมติฐานที่ 1	×	✓	Z-test

✓ หมายถึง ตรงตามข้อตกลงเบื้องต้น

× หมายถึง ไม่ตรงตามข้อตกลงเบื้องต้น

กรณีมากกว่า 2 ประชากร ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 2 3 4 8 9 10 และ 14 จะใช้การทดสอบสมมติฐานการเท่ากันของค่าเฉลี่ยประชากรมากกว่า 2 ประชากรขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) ในการวิเคราะห์ ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบดังนี้

1. ประชากรทั้ง k ประชากร มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ค่าความแปรปรวนของแต่ละประชากรเท่ากัน
3. ความคลาดเคลื่อนหรืออิทธิพลพิเศษตกค้างของแต่ละกลุ่มตัวอย่างเป็นไปอย่างสุ่ม

ตาราง ค.2 ผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบสมมติฐานการเท่ากันของค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 ประชากรขึ้นไปจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐาน	การแจกแจงปกติ	ความแปรปรวน เท่ากัน	ความคลาดเคลื่อน เป็นไปอย่างสุ่ม	การทดสอบ
สมมติฐานที่ 1	✓	×	✓	Kruskal – Wallis
สมมติฐานที่ 2	×	✓	✓	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 3	✓	✓	✓	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 4	✓	✓	✓	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 8	×	✓	✓	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 9	×	×	✓	Kruskal – Wallis
สมมติฐานที่ 10	×	✓	✓	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 14	×	✓	✓	One-way ANOVA

✓ หมายถึง ตรงตามข้อตกลงเบื้องต้น

× หมายถึง ไม่ตรงตามข้อตกลงเบื้องต้น

จากผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น กรณีที่สมมติฐานไม่มีการแจกแจงแบบปกติ จากทฤษฎีบทลิมิตเข้าสู่ส่วนกลาง (Central limit Theorem) ถ้าประชากรไม่ว่าจะมีการแจกแจงแบบใด เมื่อทำการสุ่มตัวอย่างจำนวนมากๆ ($n \rightarrow \infty$) จะทำให้กลุ่มตัวอย่าง มีรูปแบบการแจกแจงปกติ หรือจะได้ว่า $\bar{X} \sim N\left(\mu, \frac{\sigma^2}{n}\right)$ โดยทั่วไปเราจะใช้ทฤษฎีนี้เมื่อ $n \geq 30$ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ประชากรทั้งสองกลุ่มมีขนาดใหญ่ดังนั้นจึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านนอกรค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของการทดสอบ Kruskal-Wallis

จากตาราง 4.16 แสดงการคำนวณผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามอายุ

$$\text{หาค่าเฉลี่ยผลรวมลำดับที่} \quad \bar{R}_1 = 9.23 \quad n_1 = 13$$

$$\bar{R}_2 = 29.03 \quad n_2 = 17$$

$$\bar{R}_3 = 28.13 \quad n_3 = 12$$

$$\bar{R}_4 = 46.00 \quad n_4 = 11$$

มี 4 ทริทเมนต์ ดังนั้น มี 6 คู่ (${}^4C_2 = 6$ คู่) ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ

$$\text{ที่ } \alpha = 0.05 \quad \text{จะได้ค่า} \quad \frac{\alpha}{K(K-1)} = \frac{0.05}{4 \times 3} = 0.0042 \quad (\text{พื้นที่ปลายทางด้านขวา})$$

$$\text{ได้ } Z = 2.635$$

$$\text{คู่ที่ 1+2} \quad \text{ค่าวิกฤต} = 2.635 \sqrt{\frac{53(53+1)}{12} \left[\frac{1}{13} + \frac{1}{17} \right]} = 14.99$$

$$|\bar{R}_1 - \bar{R}_2| = |9.23 - 29.03| = 19.8 > 14.99 \quad \text{แสดงว่าคู่นี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ}$$

$$\text{คู่ที่ 1+3} \quad \text{ค่าวิกฤต} = 2.635 \sqrt{\frac{53(53+1)}{12} \left[\frac{1}{13} + \frac{1}{12} \right]} = 16.29$$

$$|\bar{R}_1 - \bar{R}_3| = |9.23 - 28.13| = 18.9 > 16.29 \quad \text{แสดงว่าคู่นี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ}$$

$$\text{คู่ที่ 1+4} \quad \text{ค่าวิกฤต} = 2.635 \sqrt{\frac{53(53+1)}{12} \left[\frac{1}{13} + \frac{1}{11} \right]} = 16.64$$

$$|\bar{R}_1 - \bar{R}_4| = |9.23 - 46.00| = 36.77 > 16.64 \quad \text{แสดงว่าคู่นี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ}$$

$$\text{คู่ที่ 2+3} \quad \text{ค่าวิกฤต} = 2.635 \sqrt{\frac{53(53+1)}{12} \left[\frac{1}{17} + \frac{1}{12} \right]} = 15.34$$

$$|\bar{R}_2 - \bar{R}_3| = |29.03 - 28.13| = 0.9 < 15.34 \quad \text{แสดงว่าคู่นี้ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\text{คู่อี่ 2+4 ค่าวิกฤต} = 2.635 \sqrt{\frac{53(53+1)}{12} \left[\frac{1}{17} + \frac{1}{11} \right]} = 15.75$$

$$|\bar{R}_2 - \bar{R}_4| = |29.03 - 46.00| = 16.97 > 15.75 \text{ แสดงว่าคู่อี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ}$$

$$\text{คู่อี่ 3+4 ค่าวิกฤต} = 2.635 \sqrt{\frac{53(53+1)}{12} \left[\frac{1}{12} + \frac{1}{11} \right]} = 16.99$$

$$|\bar{R}_3 - \bar{R}_4| = |28.13 - 46.00| = 17.87 > 16.99 \text{ แสดงว่าคู่อี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ}$$

จากตาราง 4.28 แสดงการคำนวณผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนของปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดคลองสวน 100 ปี จำแนกตามสถานภาพการสมรส

หาค่าเฉลี่ยผลรวมลำดับที่ $\bar{R}_1 = 175.78 \quad n_1 = 250$

$$\bar{R}_2 = 226.47 \quad n_2 = 125$$

$$\bar{R}_3 = 234.74 \quad n_3 = 25$$

มี 3 ทริทเมนต์ ดังนั้น มี 3 คู่อี่ (${}^3C_2 = 3$ คู่อี่) ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ

ที่ $\alpha = 0.05$ จะได้ค่า $\frac{\alpha}{K(K-1)} = \frac{0.05}{3 \times 2} = 0.0083$ (พื้นที่ปลายหางด้านขวา)

ได้ $Z = 2.395$

$$\text{คู่อี่ 1+2 ค่าวิกฤต} = 2.395 \sqrt{\frac{400(400+1)}{12} \left[\frac{1}{250} + \frac{1}{125} \right]} = 30.30$$

$$|\bar{R}_1 - \bar{R}_2| = |175.78 - 226.47| = 50.69 > 30.35 \text{ แสดงว่าคู่อี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ}$$

$$\text{คู่อี่ 1+3 ค่าวิกฤต} = 2.395 \sqrt{\frac{400(400+1)}{12} \left[\frac{1}{250} + \frac{1}{25} \right]} = 58.10$$

$$|\bar{R}_1 - \bar{R}_3| = |175.78 - 234.74| = 58.96 > 58.09 \text{ แสดงว่าคู่อี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ}$$

$$\text{คู่อี่ 2+3 ค่าวิกฤต} = 2.395 \sqrt{\frac{400(400+1)}{12} \left[\frac{1}{125} + \frac{1}{25} \right]} = 60.66$$

$$|\bar{R}_2 - \bar{R}_3| = |226.47 - 234.74| = 8.27 < 60.66 \text{ แสดงว่าคู่อี่นี้ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้