



ทัศนคติของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของ
สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

โดย

นางสาว ศุภัชชา คำมุลนา

วันที่..... 20 ส.ค. 2555
เลขทะเบียน..... 012504 น.1

อพ.
910.921
๗ ๖๘๓๓
ม.กร.๖๕๓๓

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ. 2554

**Thai Tourists' Attitude toward Designs and Contents of
Suan Sam Phran Website**

By

Miss Supatchaya Kummoonna

**A Study Report Submitted for the Master Degree Fulfillment of the
Requirement for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Administration
The Faculty of Communication Arts**

KRIRK UNIVERSITY

2011

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิติศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวศุภิษา คำมูลนา

เรื่อง

“ทัศนคติของนักท่งเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม”

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิติศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่งเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 3 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2554

ประธานกรรมการสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ประชัน วัลลิโก)

กรรมการสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

กรรมการสารนิพนธ์

(ดร.จิรายุ อัครวิมลย์กิจ)

หัวหน้าสาขาวิชา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิติศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวศุภัชชา คำมุลนา
สาขาวิชา/คณะ	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/คณะนิเทศ- ศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ประชัน วัลลิโก
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวไทย (2) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม และ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 250 คน สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสดและสมรส จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา ได้แก่ รับจ้างทั่วไป และมีรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติเป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์และ (2) สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์สวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์ ประชัญ วัลลิโก ที่
กรุณาเป็นที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และคำปรึกษาของท่านเปี่ยมแนวทางทำให้การทำสารนิพนธ์สำเร็จลุล่วง
ไปด้วยดี ขอขอบคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและชี้แนวทางในการ
แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐมทุกท่าน ที่สละ
เวลากรอกแบบสอบถาม จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ที่คอยให้กำลังใจ เอาใจใส่เลี้ยงดูดูแลอย่างดีที่สุด
ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุกๆท่านที่ได้ให้ความรู้และประสบการณ์ด้านต่างๆ

นางสาวสุกัญญา คำมูลนา

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2553

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(2)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญแผนภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 ข้อจำกัดในการวิจัย	3
1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.2 ประวัติสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม	14
2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	18
2.5 สมมติฐานการวิจัย	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	21
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.2 เครื่องมือในการวิจัย	22
3.3 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ	23
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	25
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	25
4.2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม	28
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน	31
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	44
5.1 สรุปผล	44
5.2 อภิปรายผล	45
5.3 ข้อเสนอแนะ	48
ภาคผนวก	49
ก แบบสอบถาม	50
ข รูปภาพและเนื้อหาจากเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม	53
บรรณานุกรม	66
ประวัติผู้วิจัย	68

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง	
4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	25
4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อ รูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามด้านต่างๆ	28
4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อ รูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามด้านรูปแบบเว็บไซต์	29
4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อ รูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามด้านเนื้อหาเว็บไซต์	30
4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามเพศ	32
4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามอายุ	33
4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามสถานภาพ	34
4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามระดับการศึกษา	35
4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามอาชีพ	36
4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	37
4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ เนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามเพศ	38
4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามอายุ	39

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง	
4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามสถานภาพ	40
4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามระดับการศึกษา	41
4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามอาชีพ	42
4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	43

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพ	
2.1 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติและลักษณะที่แสดง	9
2.2 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบทางเดียว	11
2.3 แสดงกระบวนการสื่อสารแบบสอง	13
2.4 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	18

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สื่ออินเทอร์เน็ตจัดอยู่ในประเภทสื่อใหม่ในบรรดาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันนี้วงการธุรกิจต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวได้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักในการสื่อสาร กรณีของธุรกิจการท่องเที่ยว การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจัดว่าเหมาะสมมาก เพราะสื่อประเภทนี้มีเครือข่ายกว้างขวาง จนได้ชื่อว่าเป็นสื่อที่ไร้พรมแดน นอกจากจะสามารถนำสาร (Message) ไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศแล้ว สื่อประเภทนี้ยังมีราคาถูก อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไข (Update) ข้อมูลให้ทันสมัยได้โดยสะดวกด้วย

ในขณะที่การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายนี้จะเห็นว่าคุณออกแบบพยายามจะออกแบบให้สวยงามสะดุดตา มีการนำภาพแหล่งท่องเที่ยว อุปกรณ์ในการเล่นเพื่อความเพลิดเพลินหรือเพื่อสุขภาพที่ผู้ประกอบการจัดไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวมาลงไว้ในเว็บไซต์ (Website) อย่างครบครัน

อย่างไรก็ตาม การออกแบบ เว็บไซต์ การคัดสรรภาพ การร้อยเรียงข้อความบรรยายภาพเพื่อสื่อความไปยังนักท่องเที่ยว นั้น ส่วนมากเป็นผลงานที่เกิดจากฝ่ายศิลป์หรือฝ่ายครีเอทีฟ (Creative) ในสังกัดของธุรกิจการท่องเที่ยว นั้น ๆ หรือ เอเจนซี (Agency) ที่รับจ้างผลิตงาน การสื่อสารกับผู้รับคือ นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปที่เข้ามาเยี่ยมชมในเว็บไซต์ จึงเป็นไปในลักษณะการสื่อสารทางเดียว (One-way communication) ซึ่งไม่สอดคล้องกับหลักการสื่อสารที่ดีที่ว่า การสื่อสารจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลนั้นจะต้องเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication) คือจะต้องประกอบด้วยผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ผู้รับสาร (Receiver) และการป้อนกลับ (Feedback) ด้วย หากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสาร ได้ทำทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นที่สนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในข้อนี้ จึงได้ติดต่อกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ใช้ชื่อว่า “สวนสามพราน” เพื่อขอทราบว่าเคยได้ทำการศึกษาเรื่องทำนองนี้หรือไม่ และได้รับคำตอบว่ายังไม่มีการศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องนี้ โดยคาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่องานเขียนสารนิพนธ์ของผู้วิจัยเอง และเป็นประโยชน์ต่อกิจการการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นการชี้แนะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตโดยคำนึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งจะนำไปสู่การออกแบบและการผลิตเว็บไซต์ที่สวยงาม น่าสนใจยิ่งขึ้น สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวตามคำชี้ชวนในเว็บไซต์ อีกทั้งเป็นแนวทางสำหรับธุรกิจอื่นที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ด้านเนื้อหา ศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวสวนสามพราน ทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

1.3.2 ด้านพื้นที่ศึกษา ได้แก่ สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

1.3.3 ด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

1.3.4 ระยะเวลาในการศึกษา ผู้วิจัยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2554

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

1.4.2 ทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

1.4.3 ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

1.4.4 นำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพรานและเว็บไซต์ของธุรกิจอื่นๆ

1.5 ข้อยกเว้นในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีข้อยกเว้นคือ อาจเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าชมเว็บไซต์หรือไม่ได้เข้าชมเว็บไซต์ของสวนสามพรานก็ได้

1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งว่ามีลักษณะอย่างไร อาจจะชื่นชอบ หรือไม่ชื่นชอบ หรือเห็นด้วยหรือคัดค้านอย่างสม่ำเสมอ คงเส้นคงวา

สวนสามพราน หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวในลักษณะสวนสนุกที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยเสียบัตรเข้าชม ตั้งอยู่ในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

เว็บไซต์ หมายถึง สารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสาร หรือกิจกรรมด้านการตลาด เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตในนามผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ ในที่นี้หมายถึงธุรกิจการท่องเที่ยว

รูปแบบเว็บไซต์ หมายถึง การกำหนดรูปแบบการตกแต่ง และเนื้อหาในแต่ละหน้าของเว็บไซต์ตามที่ต้องการ

เนื้อหาเว็บไซต์ หมายถึง สารสนเทศ และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกที่จะใช้สื่อสารไปยังผู้ใช้งาน โดยใช้เครื่องมือการเข้าถึง ตลอดจนรหัสหรือภาษากำกับเพิ่มเติมที่บ่งบอกโครงสร้างการนำเสนอ และปฏิสัมพันธ์ของเนื้อหา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคิดของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1.2 ทฤษฎีการสื่อสาร

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.2 ประวัติสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.5 สมมติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1.1.1 ความหมายของทัศนคติ

คารา ทีปะปาล (2546 : 12) ได้ให้ความหมายของทัศนคติ หมายถึง (1) ความรู้สึกนึกคิดที่ก่อขึ้นจากการเรียนรู้ (Learned construct) ไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นติดตัวมาแต่กำเนิด แต่เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับจากประสบการณ์ ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์อ้อมก็ได้ (2) ทัศนคติโดยตัวของมันเองไม่ใช่พฤติกรรม ดังนั้นจึงมีความเหมาะสมมากกว่าที่จะกล่าวว่าทัศนคติเป็นความโน้มเอียงหรือสภาพความพร้อมที่จะตอบสนองต่อวัตถุ เช่น ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะชอบ หรือ อย่างจะซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง โดยเฉพาะมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น เป็นต้น (3) ทัศนคติแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุเสมอ อาจเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล สถาบัน ผลิตภัณฑ์ ปัญหาสังคม หรืออะไรก็ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ เพราะทัศนคติ

ไม่อาจเกิดขึ้นได้ด้วยตัวมันเอง (4) ทศนคติมีลักษณะค่อนข้างคงทนถาวร ไม่ใช่สภาพที่คงอยู่ชั่วคราวช่วยยามที่จะเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ๆ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ทศนคติเปลี่ยนแปลงไม่ได้ ความจริง ทศนคติเปลี่ยนแปลงได้ เพียงแต่กระบวนการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นช้ามาก และมักจะเผชิญกับการต่อต้านค่อนข้างมาก โดยเฉพาะเมื่อคนเรามีอายุมากขึ้น ทศนคดียิ่งจะมั่นคงมากยากแก่การเปลี่ยนแปลง (5) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุจะไม่เป็นกลาง แต่จะแสดงทิศทางและความเข้มข้นของทศนคติ ในทางชอบหรือไม่ชอบอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ผู้บริโภคมีทศนคติ ชอบลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้น และไม่ชอบลักษณะของผลิตภัณฑ์นี้ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปทศนคติ หมายถึง แนวทางที่เราคิด เรารู้สึก หรือมีท่าทีที่จะกระทำต่อบางสิ่งบางอย่างในสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา เช่น ทศนคติต่อร้านค้าปลีก ทศนคติต่อผลิตภัณฑ์ หรือทศนคติต่อรายการโทรทัศน์ เป็นต้น โดยทศนคติจะแสดงให้เห็นถึงทิศทาง ความรู้สึกต่อสิ่งเหล่านี้ว่าเรามีความรู้สึกอย่างไร ซึ่งอาจจะรู้สึกในทางบวก หรือทางลบ ชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือเลว พอใจหรือไม่พอใจ

2.1.1.2 แหล่งที่มาของทศนคติ

ดารา ทีปะปาล (อ้างใน London and Della Bitta, 2001) กล่าวถึง แหล่งที่มาของทศนคติว่ามาจากปัจจัยหลายข้อ ดังต่อไปนี้

1) ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Personal experience)

เนื่องจากชีวิตประจำวันของบุคคลต้องติดต่อสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเราตลอดเวลา จึงมีการประเมินสิ่งใหม่สิ่งเก่าซ้ำ ๆ ซาก ๆ กระบวนการประเมินเช่นว่านี้ ทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาเป็นทศนคติที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เช่น จากประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ พนักงานขาย ประสบการณ์เหล่านี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดทศนคติต่อผลิตภัณฑ์และพนักงานขาย นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นอันเกิดจากบุคคลนั่นเอง ได้แก่

1.1) ความต้องการ (Need) เนื่องจากความต้องการของคนเราไม่อยู่กับที่ แต่กำเนิดจนกระทั่งตาย แต่จะเปลี่ยนแปลงผันไปตามกาลเวลา จึงทำให้ทศนคติของคนเปลี่ยนแปลงไปด้วย วัตถุอย่างเดียวกัน จะได้รับการประเมินแตกต่างกันตามแต่ละช่วงชีวิต นั่นคือ ทศนคติต่อวัตถุนั้นไม่เหมือนกัน เมื่ออายุหรือวัยเปลี่ยนไป

1.2) แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept บางทีก็ใช้ Self-image หรือ Self-perception) หมายถึง ผลรวมของความคิดและความรู้สึกทั้งหมดที่บุคคลมองตัวเองว่า มี

ลักษณะอย่างไร เคยเป็นอย่างไร คาดหวังจะให้เป็นอย่างใดในอนาคต และเมื่อบุคคลมีความคิดอย่างไรแล้วก็จะมีผลสะท้อนให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมไปตามนั้นด้วย ดังนั้น เมื่อบุคคลเผชิญหน้ากับสิ่งเร้าต่าง ๆ บุคคลนั้นก็จะมีรับรู้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้และเลือกที่จะแปลความหมายไปตามความคิดเห็นของตนเองด้วย ดังนั้น การประเมินเรื่องใด ๆ จึงขึ้นอยู่กับแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองที่จะตีค่าสิ่งเหล่านี้ด้วย

2) การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ (Group associations)

คนเราทุกคนย่อมได้รับอิทธิพลไม่มากก็น้อยจากสมาชิกกลุ่มคนอื่น ๆ ที่ตนเข้าไปร่วมอยู่ด้วยหรืออยากเข้าไปร่วมอยู่ด้วยเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านทัศนคติ กลุ่มมีความเชื่อ ความคิดอย่างไรก็จงใจให้สมาชิกกลุ่มให้มีทัศนคติคล้ายคลึงตามไปด้วย กลุ่มดังกล่าวได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งกลุ่มวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดกันมา นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อพัฒนาการทางด้านทัศนคติของบุคคลโดยตรง

3) ปัจจัยอิทธิพลอื่น ๆ (Influential others)

อิทธิพลอื่นก็เช่นบุคคลที่ตนเองยอมรับและศรัทธาด้วย เช่น ผู้นำทางความคิด (Opinion leader) เมื่อทราบปัจจัยอิทธิพลต่าง ๆ จะเห็นเป็นประจำที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ นำนางแบบ หรือนายแบบ ตลอดจนดารามาเป็นพรีเซ็นเตอร์เสนอขายสินค้าหรือบริการ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคคล้ายคลึงตามยอมรับ

2.1.1.3 องค์ประกอบของทัศนคติ

ฮอว์กินส์, เบสท์ และ คอเนย์ (Hawkins, Best and Coney) (อ้างใน อริย์พล จารุณากร, 2551 : 33) ได้แบ่งองค์ประกอบของทัศนคติ (Attitude components) ออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1) องค์ประกอบทางด้านความรู้ (Cognitive component : learn)

ประกอบด้วยความเชื่อของผู้บริโภคเกี่ยวกับ “วัตถุ” อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เรามีความเชื่อว่า “ไดเอทโค้ก” (Diet coke) เกือบจะไม่มีแคลอรี มีคาเฟอีน ราคาถูก และผลิตโดยบริษัทขนาดใหญ่ หรือ “มันฝรั่งมีแคลอรีสูง” ซึ่งความเชื่อนี้ไม่จำเป็นต้องถูกต้อง หรือเป็นความจริงเสมอไป

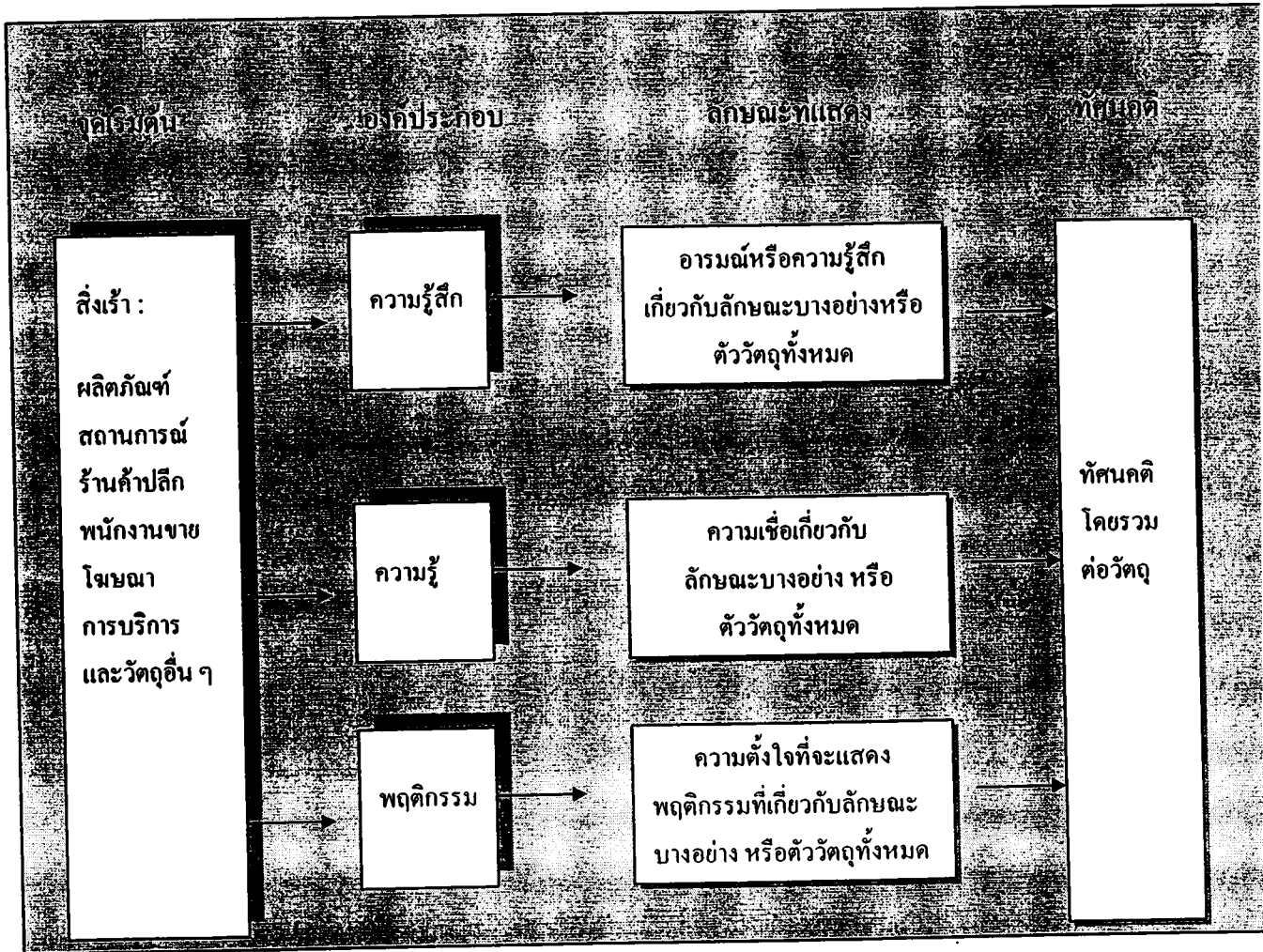
2) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective component : feel)

หมายถึง ปฏิกริยาทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เป็นความรู้สึกทั้งในแง่บวกและแง่ลบของผู้บริโภคที่มีต่อวัตถุอย่างหนึ่ง

อันแสดงถึงระดับความชอบหรือไม่ชอบว่ามีมากน้อยเพียงใด เช่น ผู้บริโภคอาจกล่าวว่า “ฉันชอบ ไคเอทโค้ก” “ฉันชอบ โยเกิร์ต” เป็นการแสดงผลของการประเมินทางด้านอารมณ์หรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่างกัน จากความเชื่อเหมือนกันตามตัวอย่างข้างต้น ผู้บริโภคอาจมีความเชื่อว่า (1) ไคเอทโค้กมีคาเฟอีน และ (2) คาเฟอีนทำให้ไม่่วงนอน ความเชื่อทำนองนี้อาจเป็นเหตุทำให้คนบางคนตอบสนอง หรือแสดงความรู้สึกทางบวก เช่น นักศึกษาที่กำลังเตรียมสอบ เป็นต้น ในขณะที่บางคนอาจตอบสนองหรือแสดงความรู้สึกในทางลบ เช่นผู้ที่ต้องการดื่มบางอย่างก่อนนอน แต่ไม่ต้องการดื่มเพื่อบอกไม่หลับ หรือเพื่อไม่ให้ง่วงนอน เป็นต้น

3) องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral component : do)

หมายถึง แนวโน้มที่จะตอบสนอง (Tendency to response) ในลักษณะอย่างไร อย่างหนึ่งคือวัตถุประสงค์หรือกิจกรรม เช่น ตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ ไคเอทโค้ก หรือแนะนำให้ผู้อื่นซื้อหรือเสนอให้ซื้อตราใหม่ บางครั้งแม้ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ แต่ก็มิได้หมายความว่า ผู้บริโภคจะรีบออกไปซื้อผลิตภัณฑ์นั้นทันทีก็หาไม่ เขาอาจจะยังไม่จำเป็นในขณะนั้น อาจไม่สามารถซื้อได้เพราะยังไม่มีเงินพอ อาจจะต้องซื้ออย่างอื่นก่อนที่มีความสำคัญมากกว่า หรืออาจจะรอให้สมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวเข้ามาร่วมพิจารณาด้วย เป็นต้น (ดูแผนภาพที่ 2.1)



แผนภาพที่ 2.1 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติและลักษณะที่แสดง

ที่มา : Del I. Hawkins, Roger J. Best and Kenneth A. Coney, Consumer Behavior : Building Marketing Strategy, 7th ed. Boston : McGraw-Hill, Co., 1998

2.1.1.4 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของทัศนคติ

นักวิชาการได้พยายามหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ 3 อย่างของทัศนคติ ดังที่ได้กล่าวถึงไว้ต่าง ๆ กัน แต่แนวทางหนึ่งที่น่าสนใจคือ การมองกระบวนการก่อตัวของทัศนคติ เป็นลำดับขั้นตอน มีลักษณะคล้ายกระบวนการตัดสินใจแก้ปัญหาในการซื้อของผู้บริโภคหรือที่เรียกว่า “ลำดับขั้นบรรลุมผล 3 ขั้นตอน” (Three hierarchiera of effects) กล่าวง่าย ๆ ก็คือ

ประกอบด้วยขั้น “เรียนรู้-รู้สึก-กระทำ” หรือ “Learn-feel-do” นั่นคือ ขั้นแรกที่ผู้บริโภคจะรวบรวมความรู้เกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ และจะก่อตัวขึ้นจนกลายเป็นทัศนคติ อันแสดงถึงความเชื่อต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เช่น เชื่อว่า “การบินไทยบริการดี” หรือ “นมตราหมีดีที่สุด” เป็นต้น ในขั้นที่ 2 ผู้บริโภคจะประเมินความเชื่ออันเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และบริการ ก็จะเกิดเป็นความรู้สึกชอบ เช่น “ชอบการบริการของการบินไทย” หรือ “ชอบนมตราหมี” และในขั้นที่ 3 จากผลการประเมินเป็นความชอบ ก็จะมีผลจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำขึ้น เช่น เลือกใช้บริการของสายการบินไทย เลือกซื้อนมตราหมี เป็นต้น หากได้รับความพึงพอใจจากใช้บริการและผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ก็จะกลายเป็นการเสริมแรงทางบวกให้แสดงพฤติกรรมซ้ำ ๆ ต่อไป และจะทำให้เกิดความภักดีต่อตรา (Brand loyalty) ผูกพันเป็นเวลายาวนานและยากที่จะชักชวนให้หันไปใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น (อริย์พล จารุณาคร อ้างใน Solomon, 1996 : 160-161)

นักการตลาดมีความเชื่อว่าทัศนคติเกิดขึ้นมีลำดับขั้นตอนนำไปสู่พฤติกรรมคือการซื้อตามที่กล่าวข้างต้น จึงพยายามหาทางให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายมากที่สุด เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์เสียก่อน โดยคาดหวังว่าเมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายได้ดีก็จะตามมาเอง แต่อย่างไรก็ตาม นักจิตวิทยาบางคนยังมีความเห็นแย้ง โดยให้ความเห็นว่าพฤติกรรมน่าจะมาก่อนทัศนคติ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือทัศนคติหรือท่าทีของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ จะเกิดขึ้นภายหลังจากการได้ใช้ผลิตภัณฑ์จริง นักการตลาดที่มีความเชื่อตามแนวคิดนี้ จะมุ่งเน้นองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมหรือให้เกิดการกระทำก่อน เช่น การให้ของแถมหรือให้ของตัวอย่างฟรี เพื่อให้ทดลองใช้ ถ้าเป็นรถยนต์หรือจักรยานยนต์ก็จะให้ทดลองขับหรือลดราคาเพื่อล่อใจให้เกิดการซื้อในระยะเริ่มแรก โดยมีความมุ่งหวังว่าจากการที่ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการจริงก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจและจะก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์นั้นตามมาในที่สุด

จะเป็นได้ว่าทัศนคติของผู้บริโภคอาจก่อตัวขึ้นมาได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับระดับการจูงใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าทัศนคติจะก่อตัวในรูปแบบก็ตาม สิ่งสำคัญที่นักการตลาดสนใจคือ ทัศนคติกับพฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และเชื่อว่าทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ จึงทำให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาเรื่องทัศนคติอย่างจริงจัง เพื่อหาทางปรับเปลี่ยนทัศนคติไปในทิศทางที่ก่อประโยชน์สูงสุดในเชิงธุรกิจ

2.1.2 ทฤษฎีการสื่อสาร

2.1.2.1 ความหมายของการสื่อสาร

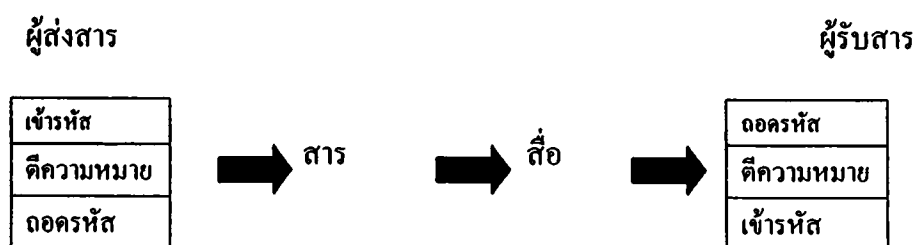
มีนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์จำนวนมากได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ เมื่อรวมความแล้วอาจสรุปได้ดังนี้

วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramme) ให้ความหมายว่า “การสื่อสารหมายถึง กระบวนการนำข่าวสารจากแหล่งกำเนิดไปสู่จุดหมายปลายทาง” ในขณะที่ อี.เอ็ม. โรเจอร์ และ พี. เอ. โรเจอร์ส (E.M. Roger and P.A. Rogers) ให้ความหมายว่า “ กระบวนการถ่ายทอดความคิดจากแหล่งกำเนิดไปยังผู้รับ โดยตั้งใจที่จะให้ผู้รับเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม” ซึ่งคล้ายกับความหมายที่ เรมอนด์ วิลเลียมส์ (Ramond Williams) ให้ไว้ว่า “การถ่ายทอดความคิด ข่าวสาร และทัศนคติต่าง ๆ จากบุคคลไปสู่บุคคล” คำอธิบายของนักวิชาการทั้ง 3 คน (อ้างใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549)

การให้แนวคิดด้านการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นักวิชาการจะให้ ในลักษณะเป็นแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ปรมะ สตะเวทิน (2544) ได้สรุปว่าแบบจำลอง กระบวนการสื่อสาร (Model of the comunication process) ซึ่งมีอยู่หลายแบบ ไว้อย่างชัดเจนและ สะดวกแก่การทำความเข้าใจดังนี้

1) แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบทางเดียว (Model of one-way communication)

แบบจำลองนี้อธิบายการสื่อสาร โดยไม่กล่าวถึงการสื่อสารกลับเป็นการอธิบาย กระบวนการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเท่านั้น ซึ่งสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2.2 แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบทางเดียว

ในกระบวนการสื่อสารแบบทางเดียวนั้น มีองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

ผู้ส่งสาร (Source) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสารความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงอาจเป็นคนๆ เดียวหลายคนก็ได้ คำว่า “ผู้ส่งสาร” ในภาษาอังกฤษใช้หลายคำ เช่น Source, Communicator, Originator, Generator, Sender เป็นต้น

สาร (Message) คือ ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และอื่นๆ ในรูปของรหัส (Code) เช่น เมื่อเราพูด สารคือสิ่งที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารคือสิ่งที่เราเขียน เป็นต้น

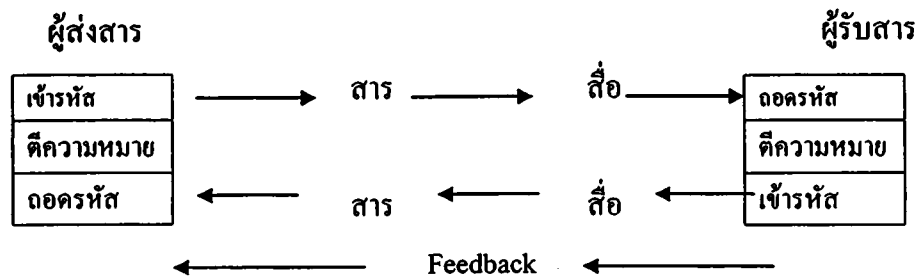
สื่อ (Channel) คือ สิ่งที่ขนส่งสารหรือพาหนะของสาร เมื่อเราพูด คลื่นเสียงและอากาศเป็นสื่อ เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์คือสื่อ เป็นต้น คำว่า “สื่อ” ภาษาอังกฤษมีใช้อยู่หลายคำ เช่น Medium (เอกพจน์) Media (พหูพจน์) เป็นต้น

ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสารผู้รับสารอาจเป็นคนๆ เดียวหรือหลายคน เช่น มวลชน กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย คำว่า “ผู้รับสาร” ในภาษาอังกฤษมีใช้กันหลายคำ เช่น Destination, Recipient, Receiver, Audience เป็นต้น

2) แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง (Model of two-way communication process)

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทางอธิบายการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับหรือมีการป้อนกลับ (Feedback) คือ มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารซึ่งเป็นวิสัยของการสื่อสารของคนเรา การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจจะมีการตอบกลับมาโดยทันที แต่การสื่อสารบางประเภท โดยเฉพาะการสื่อสารมวลชน รวมทั้งการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต การสื่อสารกลับจะล่าช้า การวิจัยเพื่อทราบการโต้กลับจึงเกิดขึ้น เช่น การสำรวจประชามติ การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค การสำรวจความนิยมรายการวิทยุกระจายเสียงหรือรายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น การทราบการสื่อสารกลับสามารถเพิ่มโอกาสของผู้ส่งสารในอันที่จะทราบทัศนคติ ความต้องการ ความพึงพอใจของผู้รับสารได้

กระบวนการสื่อสารแบบสอง อาจเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2.3 แสดงกระบวนการสื่อสารแบบสอง

2.1.2.2 การสื่อสารกลับ (Feedback)

การสื่อสารกลับคือ ปฏิกริยา (Reaction) ของผู้รับสารที่แสดงตอบสนองสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารกลับมีประโยชน์อย่างน้อย 2 ประการ คือ ประการแรกทำให้ผู้ส่งสารทราบผลของการส่งสารว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่ เพียงใด ผู้รับสารตีความตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจ (Intended meaning) หรือไม่ ประการที่ 2 ควบคุมพฤติกรรมสื่อสารในเวลาต่อมาของผู้ส่งสาร หมายความว่าผู้ส่งสารสามารถใช้การสื่อสารกลับเพื่อปรับปรุง คัดแปลง แก้ไข หรือคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระและวิธีการสื่อสารของตน การสื่อสารกลับในบางกรณีเกิดขึ้นโดยเร็ว ทำให้ผู้ส่งสารทราบได้ทันทีจากการโต้ตอบของผู้รับสาร แต่บางกรณีการสื่อสารกลับเป็นการสื่อสารที่ล่าช้า บางกรณีผู้ส่งสารต้องใช้มาตรการพิเศษเพื่อที่จะทราบการสื่อสารกลับ เช่นการสำรวจประชามติ การเก็บข้อมูลเพื่อทำการศึกษาวิจัยเพื่อทราบคำตอบ เนื่องจากปฏิกริยาของผู้รับสารมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ หากเป็นปฏิกริยาเชิงบวกก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารจะรับทราบบ้างก็ยังคงถือว่ารับได้ แต่ถ้าเป็นการสื่อสารกลับเชิงลบ หรือการสื่อที่แสดงความไม่พอใจในเนื้อหาของสาร หรือรูปแบบของสาร ถ้าปล่อยไว้เนิ่นช้าย่อมจะเป็นผลเสียหายแก่ผู้ส่งสาร หรือ ทำให้ผู้ส่งสารเสียโอกาส ไม่ว่าจะผู้ส่งสารนั้นจะเป็นส่วนบุคคล คณะบุคคล หรือองค์กร วิธีหนึ่งที่ทำให้สามารถทราบการสื่อสารกลับได้ในเวลาอันควรก็คือการศึกษาวิจัย

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สื่อใหม่ใน (New media) ที่นี้หมายถึง สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อใหม่นี้เป็นช่องทางที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสาร สินค้าและบริการได้อย่างกว้างขวางทั่วโลกและในเวลาอันรวดเร็ว การใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมในการค้นหา ได้แก่ เครือข่ายใยแมงมุม World Wide Web หรือ WWW ซึ่งประกอบไปด้วยฐานข้อมูลมากมายในรูปแบบระบบสื่อเอนกประสงค์ หรือ Multi media ผู้ใช้งานสามารถค้นหาข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบ (สุภชัย สุขนิมิตร; อ่างใน มานิตย์ ทองนา, 2550)

การนำเอาสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในเชิงธุรกิจการค้าทำให้เกิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce หรือ E-commerce) ให้ความหมายของ E-commerce ว่าหมายถึง การค้าหรือการทำธุรกิจต่าง ๆ ผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงเครือข่ายผ่านอินเทอร์เน็ต ธุรกิจประเภทต่าง ๆ ที่ทำผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต รวมทั้งกิจกรรมการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า การชำระเงิน การโอนเงินอัตโนมัติ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งสินค้า การชำระเงิน การบริการด้านข้อมูล เป็นต้น การขยายตัวของการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเปิดโอกาสให้ธุรกิจขนาดเล็ก หรือแม้แต่ธุรกิจของคนเพียงคนเดียวเกิดได้ และสามารถแสดงศักยภาพของตนเองไปสู่ตลาดทั่วโลกด้วยต้นทุนที่ต่ำมาก (จิระจิตร; อ่างใน มานิตย์ ทองนา, 2550)

2.2 ประวัติสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

สวนสามพรานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและพักผ่อน ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษม ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 32 กิโลเมตร อยู่ริมฝั่งแม่น้ำนครชัยศรี มีเนื้อที่ประมาณ 140 ไร่ ภายในจัดแต่งเป็นสวนดอกไม้ไม้นานาชนิด หมู่บ้านไทย บางส่วนเป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว ที่พักและสนามกอล์ฟ สวนสมุนไพร สวนป่า ประกอบด้วย พรรณไม้หายาก สวนกล้วยไม้ สนามเด็กเล่น ลานแสดงช้าง และฟาร์มจระเข้สามพราน

กิจกรรมหรือการแสดงที่เป็นจุดเด่นของสวนสามพราน เห็นจะได้แก่ การแสดงช้างประกอบเสียง ถือได้ว่าเป็นแห่งแรกแห่งเดียวของประเทศไทย การแสดงช้างที่ตื่นเต้นเป็นการจำลองการทำสงครามยุทธหัตถีประกอบเสียง Sound track และ Effect นักท่องเที่ยวจะได้เห็นประเพณีแสดงความผูกพันระหว่างช้างกับคนชาวส่วยผู้สืบทอดการเลี้ยงช้างมาหลายชั่วอายุคน ด้วย

ความผูกพันกับช้างไทย ในปี 2554 นี้สวนสามพรานรับจัดงานวันช้างไทยด้วย เดิมกำหนดจัดในวันที่ 13 มีนาคม แต่สถานการณ์บ้านเมืองไม่อำนวยจึงเลื่อนออกไปโดยไม่มีกำหนด

จุดเด่นอีกรายการหนึ่งในสวนสามพราน ได้แก่ ฟาร์มจระเข้ ซึ่งมีจระเข้หลายหมื่นตัวบ้างก็ว่ายอยู่ในบึง บ้างก็ขึ้นมานอนพืงแดดอย่างสบายอารมณ์ และที่ลานแสดงจระเข้ นักท่องเที่ยวจะได้ชมการแสดงการจับจระเข้ด้วยมือเปล่า จากหมोजระเข้ผู้สืบตำนานไทยมาแต่โบราณ มีการแสดงวิธีผ่าเงินในปากจระเข้เขี้ยวคม และการหย่อนศีรษะลงไปในปากจระเข้

นอกจากสถานที่ที่เชื่อมต่อการพักผ่อนแล้ว ทางสวนสามพรานยังได้จัดกิจกรรมอื่นๆ อีกหลากหลายชนิด อาทิ กิจกรรมเพื่อความบันเทิง ได้แก่ การนั่งช้างท่องอุทยานลodenน้ำตก ผ่านไปตามแหล่งน้ำที่ชุกชุมไปด้วยปลาหน้าจืดนับแสนตัว

สวนสามพรานได้รับการรับรองจากสถาบัน CITES เมื่อปี 2504 ว่าเป็นสถานที่สะอาดที่สุด และมีการจัดระบบนิเวศน์ได้ลงตัวที่สุดแห่งหนึ่งของโลก การแสดงมายากลโดยนักแสดงมายากลเอกของเอเชีย

สืบเนื่องจากสวนสามพรานมีโรงแรมระดับ 4 ดาว จึงสามารถรองรับงานมงคลสมรสและงานฉลองสมรสด้วยบรรยากาศที่หรูหรา โดยทางเจ้าของสถานที่ได้จัดรถ SAAB Limousine ให้เจ้าบ่าวเจ้าสาวได้นั่งคู่ตลอดขบวนที่ตกแต่งด้วยดอกไม้สดสวย นอกจากนี้จะสามารถรองรับพิธีมงคลสมรสที่หรูหราแล้ว ฝ่ายโรงแรมของสวนสามพรานยังสามารถจัด MICE หรือจัด Meeting, incentive, Convention and exhibitions เจ้าของสถานที่รับจัดงานประชุมสัมมนา Product presentation ทั้งในอาคาร (Outdoor exhibition) และกลางแจ้ง (Indoor exhibition) รับจัดกิจกรรมสังสรรค์ ได้แก่ Staff party, Family days, Team building, Walk rally และอื่น ๆ ตามเอกสารเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของสวนสามพรานระบุว่าสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานจำนวนตั้งแต่ 100 คน ถึง 2,000 คน

การแสดงที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ กิจกรรมวิถีไทย 12 อย่าง เป็นต้นว่า การแสดงพิธีอุปสมบท การแสดงการบรรเลงดนตรีไทย การรำไทย การร่ายพวงมาลัย การแกะสลักผลไม้ การปั้นเครื่องปั้นดินเผา การทอผ้าไหม การถักสาน การวาดคร่ำ และการแสดงศิลปะป้องกันตัว เป็นต้น

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มานิตย์ ทองนา (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาดของบริษัทผู้ประกอบการเสื้อผ้าส่งออก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกิจการเสื้อผ้าส่งออก ที่มีรายได้ส่งออกตั้งแต่ 40 ล้านบาทขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 250 บริษัท โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างยึดตามความเหมาะสม ผู้ประกอบการเสื้อผ้าส่งออกที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาโท ระยะเวลาในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้มากกว่า 12 เดือน ความถี่ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ 25 ครั้งต่อเดือน มีการจดทะเบียน IP Address ส่วนใหญ่เป็นของตัวเอง การสื่อสารส่วนใหญ่ใช้ E-mail ในการติดต่อลูกค้า บริการส่วนใหญ่ที่ใช้ World Wide Web และการค้นหาข้อมูลส่วนใหญ่จากเว็บไซต์ google.com

ปิยวรรณ หอมถวิล (อ้างใน มานิตย์ ทองนา, 2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นตัวกลางในการทำให้องค์กรและธุรกิจได้มีช่องทางการสื่อสาร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำข้อมูลข่าวสารของกลุ่มลูกค้า นำออกสู่สายตาสาธารณชน และผู้ที่เป็นลูกค้าของบริษัท ผู้ให้บริการเครือข่ายมีการเลือกใช้บริการจะเป็นความสำคัญในเรื่องเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย ยังมีการเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้กับผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยเห็นว่าอินเทอร์เน็ตมีศักยภาพ และเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด ซึ่งเป็นทักษะจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน

พิพัฒน์ จงตระกูล (อ้างใน มานิตย์ ทองนา, 2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพลูกค้า พนักงานบริษัท มีรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือน 25,001-35,000 บาท พฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต อย่างน้อย 5 ครั้ง ในช่วงเวลา 18.00-01.00 น. ในการเข้าอินเทอร์เน็ต ใช้เวลาเลือกซื้อ 1-2 ชั่วโมง สาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีการพัฒนารูปแบบและคุณสมบัติมากขึ้น สะดวกสบายไม่ต้องออกไปร้านค้า มีความรวดเร็วในการสั่งซื้อและระบบชำระเงินที่มีความเหมาะสมและปลอดภัย และซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุดทาง Yahoo.com

พนิดา โดคตสิน (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการรับ-ส่งข้อมูลแบบ Host to Host (H2H) ในการทำธุรกรรมออนไลน์ ระหว่างองค์กรธุรกิจและธนาคารพาณิชย์ไทย ผลการศึกษาพบว่า แนวโน้มการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเงินมีแนวโน้มสูงโดยการวางระบบ Hardware และ Software เพื่อรองรับ Application ในรูปแบบต่างๆ ของธนาคารเพื่อเชื่อมต่อกับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางด้านการพาณิชย์

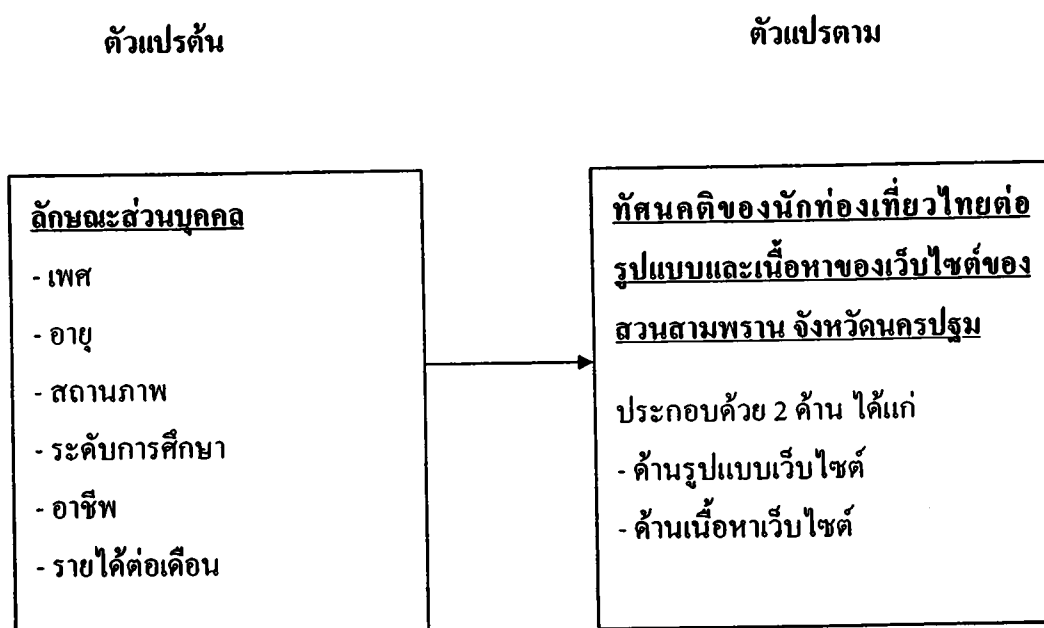
Christian Barker และ Peter Groenne (อ้างใน มานิตย์ ทองนา, 2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง Advertising on the world wide web เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์ไว้เว็บ เป็นช่องทางสำหรับการโฆษณา กล่าวไว้ว่า เว็บไซต์ไว้เว็บในฐานะช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งความสามารถในการนำเสนอการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่ไม่เคยปรากฏที่ใดมาก่อนในโลก

ปัทมา คงบุญ (2543) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับ ทศนคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานีการณณ์ ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

- 1) ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีการเปิดรับรายการกรองสถานีการณณ์อยู่ในระดับต่ำ และมีทัศนคติต่อรายการกรองสถานีการณณ์และมีความต้องการรายการกรองสถานีการณณ์ในระดับปานกลาง
- 2) การเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานีการณณ์
- 3) การเปิดรับรายการไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานีการณณ์
- 4) ทัศนคติไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรองสถานีการณณ์
- 5) การเปิดรับรายการไม่สามารถอธิบายความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานีการณณ์ได้

ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์ (2537) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและเนื้อหาของรายการมอดต่างมุม กับทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชม รายการมอดต่างมุม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมรายการมอดต่างมุม มีพฤติกรรมเจาะจงในการแสวงหาข่าวสาร และใช้สื่อตามความพึงพอใจและความต้องการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการรับรู้เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของข่าวสารต่างๆ รวมทั้งการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้เสริมความคิดและตัดสินใจ และพบว่าคุณลักษณะทางประชากร คือ เพศ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรายการมอดต่างมุม การเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 2.4 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

2.5 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ 2 ประเด็นดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน ประกอบด้วย

1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.3 สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.4 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.6 รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน ประกอบด้วย

2.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.3 สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.4 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.6 รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยไว้ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสามพรานจังหวัดนครปฐม ระหว่างเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2552 มีนักท่องเที่ยวไทย จำนวนทั้งสิ้น 46,500 คน โดยแบ่งออกเป็น ผู้ใหญ่ จำนวน 34,200 คน และเป็นเด็ก จำนวน 12,300 คน (ฝ่ายทะเบียนของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม, 2552)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดและเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้สูตร Taro Yamane ที่ร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อน 0.05 ขนาดประชากร ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

วันที่..... 26 ส.ค. 2555
เลขทะเบียน..... 012504 ๑.1

ภพ.
910,921
๗ 683๗
ม.ก.ร. ๖๕๓๗,

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา
 e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม (Sampling error) ในที่นี้จะกำหนดเท่ากับ ± 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95% จึงแทนค่าสูตรได้ดังนี้

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{46,500}{1 + 46,500 (0.05)^2}$$

$$n = 396.5 \text{ หรือเท่ากับ } 397 \text{ คน}$$

จากการคำนวณพบว่า ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม จำนวน 397 คน

3.2 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามให้เลือกตอบ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ได้แก่ ด้านรูปแบบเว็บไซต์ จำนวน 6 ข้อ และด้านเนื้อหาเว็บไซต์ จำนวน 5 ข้อ เป็นคำถามให้เลือกตอบ จำนวน 11 ข้อ

โดยแบ่งระดับของการวัดออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนของคำถามแต่ละข้อ ดังนี้

ระดับทัศนคติ	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบของ Likert การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญเห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เห็นด้วยปานกลาง ไม่เห็นด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง การให้คะแนนคือ 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ

$$\begin{aligned} \text{ช่วงห่างของคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

การแปลความหมาย	1.00 – 1.80	ทัศนคติระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	1.81 – 2.60	ทัศนคติระดับไม่เห็นด้วย
	2.61 – 3.40	ทัศนคติระดับเห็นด้วยปานกลาง
	3.41 – 4.20	ทัศนคติระดับเห็นด้วย
	4.21 – 5.00	ทัศนคติระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับเว็บไซต์ของสวนสามพราน

3.3 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยนำแบบสอบถามทำการทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 25 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของ Cronbach โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum v_i}{v_t} \right)$$

เมื่อ α = ความเชื่อถือได้

k = จำนวนข้อ

v_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

v_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

การคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือจากแบบสอบถาม ได้ผลค่า Alpha-coefficient ของคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ได้เท่ากับ 0.853

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูล ดังมีขั้นตอนต่อไปนี้

1) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถามเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถาม

2) ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน แบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากนั้นนำแบบสอบถามมาเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง พบว่ามีแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 250 คน

3) หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาจัดหมวดหมู่และทำการลงรหัส (Coding) และนำประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติทางสังคมศาสตร์

4) นำข้อมูลที่ได้จากการประมวลผลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.)

3) การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับเว็บไซต์ของสวนสามพราน ใช้การอธิบายความ

4) ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ใช้วิธีทางสถิติ Chi-square ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม จำนวน 397 คน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามพบว่า มีจำนวน 247 คน เป็นข้อมูลที่สมบูรณ์ แต่เมื่อพิจารณาแบบสอบถามอีกครั้งพบว่า มีจำนวน 3 ชุด ที่ผู้วิจัยเห็นว่าสามารถนำมาเป็นข้อมูลเพิ่มเติมได้ และเป็นตัวเลขที่ลงตัว ซึ่งได้แบบสอบถาม จำนวน 250 ชุด ผู้วิจัยจึงขอนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

4.2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

การศึกษาครั้งนี้ได้สอบถามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

n = 250

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	87	34.8
หญิง	163	65.2
อายุ		
20 ปี และน้อยกว่า	60	24.0
21 - 30 ปี	106	42.4
31 - 40 ปี	46	18.4
41 - 50 ปี	29	11.6
สูงกว่า 50 ปี	9	3.6

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 250

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	110	44.0
สมรส	110	44.0
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	30	12.0
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือน้อยกว่า	72	28.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	53	21.2
อนุปริญญา / ปวส.	68	27.2
ปริญญาตรี	45	18.0
สูงกว่าปริญญาตรี	12	4.8
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	83	33.2
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	55	22.0
รับจ้างทั่วไป	62	24.8
พนักงานบริษัทเอกชน	33	13.2
รับข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	6.8
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	63	25.2
10,000 – 20,000 บาท	72	28.8
20,001 – 30,000 บาท	72	28.8
30,001 – 40,000 บาท	37	14.8
มากกว่า 40,000 บาท	6	2.4
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสามพราน จังหวัด นครปฐม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.2) เป็นเพศชาย (ร้อยละ 34.8) อายุระหว่าง 21 – 30 ปี (ร้อยละ 42.4) มีสถานภาพโสดและสมรส (ร้อยละ 44.0) จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า (ร้อยละ 28.8) มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา (ร้อยละ 33.2) รองลงมา ได้แก่ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 24.8) และมีรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 29.1)

4.2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

การวัดระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเว็บไซต์ และด้านเนื้อหาเว็บไซต์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามด้านต่างๆ

n = 250

สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร	ระดับทัศนคติ		การแปลผล
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านรูปแบบเว็บไซต์	4.15	0.56	เห็นด้วย
2. ด้านเนื้อหาเว็บไซต์	4.09	0.60	เห็นด้วย
เฉลี่ยรวม	4.12	0.52	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามด้านต่างๆ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.12$)

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ด้านรูปแบบเว็บไซต์ ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมา ได้แก่ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์ ($\bar{X} = 4.09$)

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามด้านรูปแบบเว็บไซต์

n = 250

ด้านรูปแบบเว็บไซต์	ระดับทัศนคติ		การแปลผล
	\bar{X}	S.D.	
1. ตัวหนังสือที่พิมพ์ในเว็บไซต์ของสวนสามพราน ขนาดตัวอักษรอ่านง่าย	4.19	0.72	เห็นด้วย
2. มีสีสันสวยงาม และการจัดองค์ประกอบของเนื้อหาที่น่าสนใจ	4.12	0.74	เห็นด้วย
3. มีภาพกิจกรรมประกอบ ซึ่งท่านเห็นภาพของสวนสามพรานได้ชัดเจน	4.16	0.85	เห็นด้วย
4. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของสวนสามพรานได้รวดเร็ว	4.03	0.93	เห็นด้วย
5. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลของสวนสามพรานจากเว็บไซต์ของจังหวัดนครปฐมได้รวดเร็ว	4.24	0.97	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
6. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์อื่นได้รวดเร็ว เช่น Google.co.th	4.15	0.99	เห็นด้วย
เฉลี่ยรวม	4.15	0.56	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามด้านรูปแบบเว็บไซต์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.15$)

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ สามารถค้นหาข้อมูลของสวนสามพรานจากเว็บไซต์ของจังหวัดนครปฐมได้รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.24$) ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ตัวหนังสือที่พิมพ์ในเว็บไซต์ของสวนสามพราน ขนาดตัวอักษรอ่านง่าย ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมา ได้แก่ มีภาพกิจกรรมประกอบ ซึ่งเห็นภาพของสวนสามพรานได้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.16$) ในขณะที่นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของสวนสามพรานได้รวดเร็ว นั้น นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{X} = 4.03$)

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามด้านเนื้อหาเว็บไซต์

n = 250

ด้านเนื้อหาเว็บไซต์	ระดับทัศนคติ		การแปลผล
	\bar{X}	S.D.	
1. รายละเอียดในเว็บไซต์ สามารถถ่ายทอดให้ท่านได้เข้าใจ และรู้สึกว่าจะต้องตัดสินใจเดินทางไปเที่ยว	4.17	0.91	เห็นด้วย
2. มีการกรีนนำรายละเอียดของสวนสามพรานอย่างน่าสนใจ เพื่อให้ท่านติดตามในส่วนของเนื้อหาหลักต่อไป	4.02	0.98	เห็นด้วย
3. รายละเอียดในเว็บไซต์ สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาได้อย่างลงตัว	4.14	0.66	เห็นด้วย
4. รายละเอียดในเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่ทันสมัย และน่าเชื่อถือ	4.01	0.86	เห็นด้วย
5. รายละเอียดในเว็บไซต์ มีแหล่งอ้างอิงข้อมูล	4.09	1.03	เห็นด้วย
เฉลี่ยรวม	4.09	0.60	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามด้านเนื้อหาเว็บไซต์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.09$)

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ รายละเอียดในเว็บไซต์สามารถถ่ายทอดให้ท่านได้เข้าใจ และรู้สึกว่าจะต้องตัดสินใจเดินทางไปเที่ยว ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมา ได้แก่ รายละเอียดในเว็บไซต์สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาได้อย่างลงตัว ($\bar{X} = 4.14$) ในขณะที่รายละเอียดในเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือนั้น นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{X} = 4.01$)

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ 2 ประเด็นดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน ประกอบด้วย

1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.3 สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.4 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

1.6 รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน ประกอบด้วย

2.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.3 สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.4 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

2.6 รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

การวิเคราะห์ดังกล่าว ใช้วิธีทางสถิติ Chi-square ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่ระดับค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามเพศ

เพศ	ระดับทัศนคติ ด้านรูปแบบเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วย	
ชาย	-	22 (25.3)	65 (74.7)	87 (100.0)
หญิง	-	37 (22.7)	126 (77.3)	163 (100.0)
รวม	-	59 (23.6)	191 (76.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 0.211 Sig. = 0.646

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีทัศนคติต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 77.3) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 22.7)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับทัศนคติ			รวม
	ด้านรูปแบบเว็บไซต์			
	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วย	
20 ปี และน้อยกว่า	-	10 (16.7)	50 (83.3)	60 (100.0)
21 - 30 ปี	-	27 (25.5)	79 (74.5)	106 (100.0)
31 - 40 ปี	-	10 (21.7)	36 (78.3)	46 (100.0)
41 - 50 ปี	-	9 (31.0)	20 (69.0)	29 (100.0)
สูงกว่า 50 ปี	-	3 (33.3)	6 (66.7)	9 (100.0)
รวม	-	59 (23.6)	191 (76.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 3.256 Sig. = 0.516

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี มีทัศนคติต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 74.5) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 25.5)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ระดับทัศนคติ ด้านรูปแบบเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วย	
โสด	-	20 (18.2)	90 (81.8)	110 (100.0)
สมรส	-	24 (21.8)	86 (78.2)	110 (100.0)
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	-	15 (50.0)	15 (50.0)	30 (100.0)
รวม	-	59 (23.6)	191 (76.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 13.581 Sig. = 0.001*

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีทัศนคติต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 81.8) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 18.2) และนักท่องเที่ยวมีสถานภาพสมรส มีทัศนคติต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 78.2) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 21.8)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่อ
รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ระดับทัศนคติ ด้านรูปแบบเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย	
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือน้อยกว่า	-	11 (15.3)	61 (84.7)	72 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	-	19 (35.8)	34 (64.2)	53 (100.0)
อนุปริญญา / ปวส.	-	15 (22.1)	53 (77.9)	68 (100.0)
ปริญญาตรี	-	9 (20.0)	36 (80.0)	45 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	-	5 (41.7)	7 (58.3)	12 (100.0)
รวม	-	59 (23.6)	191 (76.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 9.761 Sig. = 0.045*

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวยาวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือน้อยกว่า มีทัศนคติต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 84.7) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 15.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ระดับทัศนคติ ด้านรูปแบบเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย	
นักเรียน / นักศึกษา	-	13 (15.7)	70 (84.3)	83 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-	22 (40.0)	33 (60.0)	55 (100.0)
รับจ้างทั่วไป	-	10 (16.1)	52 (83.9)	62 (100.0)
พนักงานบริษัทเอกชน	-	8 (24.2)	25 (75.8)	33 (100.0)
รับข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	6 (35.3)	11 (64.7)	17 (100.0)
รวม	-	59 (23.6)	191 (76.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 14.321 Sig. = 0.006*

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีทัศนคติ
ต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 84.3) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติ
ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 15.7)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทย
ที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
รูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ระดับทัศนคติ ด้านรูปแบบเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	-	10 (15.9)	53 (84.1)	63 (100.0)
10,000 – 20,000 บาท	-	20 (27.8)	52 (72.2)	72 (100.0)
20,001 – 30,000 บาท	-	13 (18.1)	59 (81.9)	72 (100.0)
30,001 – 40,000 บาท	-	14 (37.8)	23 (62.2)	37 (100.0)
มากกว่า 40,000 บาท	-	2 (33.3)	4 (66.7)	6 (100.0)
รวม	-	59 (23.6)	191 (76.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 8.486 Sig. = 0.075

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน มีทัศนคติต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 72.2) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 27.8) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน มีทัศนคติต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 81.9) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 18.1)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามเพศ

เพศ	ระดับทัศนคติ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วย	
ชาย	-	23 (26.4)	64 (73.6)	87 (100.0)
หญิง	-	41 (25.2)	122 (74.8)	163 (100.0)
รวม	-	64 (25.6)	186 (74.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 0.049 Sig. = 0.825

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีทัศนคติต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 74.8) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 25.2)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
เนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับทัศนคติ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย	
20 ปี และน้อยกว่า	-	12 (20.0)	48 (80.0)	60 (100.0)
21 - 30 ปี	-	28 (26.4)	78 (73.6)	106 (100.0)
31 - 40 ปี	-	12 (26.1)	34 (73.9)	46 (100.0)
41 - 50 ปี	-	9 (31.0)	20 (69.0)	29 (100.0)
สูงกว่า 50 ปี	-	3 (33.3)	6 (66.7)	9 (100.0)
รวม	-	64 (25.6)	186 (74.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 1.763 Sig. = 0.779

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี มีทัศนคติต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 73.6) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 26.4)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ระดับทัศนคติ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย	
โสด	-	23 (20.9)	87 (79.1)	110 (100.0)
สมรส	-	25 (22.7)	85 (77.3)	110 (100.0)
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	-	16 (53.3)	14 (46.7)	30 (100.0)
รวม	-	64 (25.6)	186 (74.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 13.862 Sig. = 0.001*

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีทัศนคติต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 79.1) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 20.9) และนักท่องเที่ยวมีสถานภาพสมรส มีทัศนคติต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 77.3) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 22.7)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
เนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ระดับทัศนคติ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย	
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือน้อยกว่า	-	17 (23.6)	55 (76.4)	72 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	-	12 (22.6)	41 (77.4)	53 (100.0)
อนุปริญญา / ปวส.	-	15 (22.1)	53 (77.9)	68 (100.0)
ปริญญาตรี	-	16 (35.6)	29 (64.4)	45 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	-	4 (33.3)	8 (66.7)	12 (100.0)
รวม	-	64 (25.6)	186 (74.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 3.559 Sig. = 0.469

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือน้อยกว่า มีทัศนคติต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 76.4) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 23.6)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
เนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ระดับทัศนคติ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย	
นักเรียน / นักศึกษา	-	17 (20.5)	66 (79.5)	83 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-	13 (23.6)	42 (76.4)	55 (100.0)
รับจ้างทั่วไป	-	16 (25.8)	46 (74.2)	62 (100.0)
พนักงานบริษัทเอกชน	-	13 (39.4)	20 (60.6)	33 (100.0)
รับข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	5 (29.4)	12 (70.6)	17 (100.0)
รวม	-	64 (25.6)	186 (74.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 4.681 Sig. = 0.322

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีทัศนคติ
ต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 79.5) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติ
ในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 20.5)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยว
ไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ระดับทัศนคติ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์			รวม
	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วย	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	-	15 (23.8)	48 (76.2)	63 (100.0)
10,000 – 20,000 บาท	-	11 (15.3)	61 (84.7)	72 (100.0)
20,001 – 30,000 บาท	-	21 (29.2)	51 (70.8)	72 (100.0)
30,001 – 40,000 บาท	-	15 (40.5)	22 (59.5)	37 (100.0)
มากกว่า 40,000 บาท	-	2 (33.3)	4 (66.7)	6 (100.0)
รวม	-	64 (25.6)	186 (74.4)	250 (100.0)

Chi-Square = 9.139 Sig. = 0.058

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน มีทัศนคติต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 84.7) รองลงมาได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 15.3) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน มีทัศนคติต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพรานในระดับเห็นด้วย (ร้อยละ 70.8) รองลงมา ได้แก่ มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยปานกลาง (ร้อยละ 29.2)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม (2) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม และ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และหาค่าความสัมพันธ์ด้วยสถิติไคสแควร์ และนำข้อมูลมาเสนอในรูปแบบการพรรณนา ซึ่งในบทนี้จะเป็นการสรุปผลการศึกษา โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

5.1 สรุปผล

5.1.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพ โสดและสมรส จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา รองลงมา ได้แก่ รับจ้างทั่วไป และมีรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาทต่อเดือน

5.1.2 ทักษะคตินักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในภาพรวมต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน อยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่

- ด้านรูปแบบเว็บไซต์ ได้แก่ สามารถค้นหาข้อมูลของสวนสามพรานจากเว็บไซต์ของจังหวัดนครปฐมได้รวดเร็ว รองลงมา ได้แก่ ตัวหนังสือที่พิมพ์ในเว็บไซต์ของสวนสามพราน ขนาดตัวอักษรอ่านง่าย และมีภาพกิจกรรมประกอบ ซึ่งเห็นภาพของสวนสามพรานได้ชัดเจน
- ด้านเนื้อหาเว็บไซต์ ได้แก่ รายละเอียดในเว็บไซต์สามารถถ่ายทอดให้ท่านได้เข้าใจ และรู้สึกว่าจะต้องตัดสินใจเดินทางไปเที่ยว รองลงมา ได้แก่ รายละเอียดในเว็บไซต์สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาได้อย่างลงตัว

5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคตินักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคตินักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์

5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ดังต่อไปนี้คือ

5.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสดและสมรส จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษารองลงมา ได้แก่ รับจ้างทั่วไป และมีรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้เพราะผู้หญิงที่มีความต้องการท่องเที่ยวและพักผ่อน และผู้หญิงมีอิทธิพลที่ทำให้ผู้อื่นตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม เพราะสวนสามพรานถือว่าเป็นสถานที่ที่สวยงามภายในตกแต่งเป็นสวนดอกไม้มานานาชนิด มีหมู่บ้านไทย มีสวนสมุนไพร สวนป่า สวนกล้วยไม้ สนามเด็กเล่น ลานแสดงช้าง และฟาร์มจระเข้สามพราน และนอกจากนี้ยังมีโรงแรมเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืน ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มานิตย์ ทองนา (2550) ที่พบว่า ผู้ประกอบการเสื้อผ้าส่งออกที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาโท และไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิพัฒน์ จงตระกูล (อ้างใน มานิตย์ ทองนา, 2550) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท

5.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านรูปแบบเว็บไซต์ นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์ ทั้งนี้เพราะเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม สามารถค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีขนาดตัวอักษรที่อ่านง่าย มีภาพกิจกรรมของสวนสามพรานประกอบ ซึ่งสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน ประกอบกับเนื้อหาเว็บไซต์มีรายละเอียดที่สามารถถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่ายและสนใจที่จะเดินทางมาเที่ยว ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของฮอว์กินส์, เบสท์ และ คอนีย์ (Hawkins, Best and Coney) (อ้างใน อริย์พล จารุณาคร ,2551 : 33) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติ ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ซึ่งทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวค้นคว้าข้อมูลผ่านทาง

เว็บไซต์เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม เมื่อทราบข้อมูลแล้วจึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกหรืออารมณ์ที่แสดงออกมาโดยการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่สวนสามพราน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยวรรณ หอมถวิล (อ้างใน มานิตย์ ทองนา, 2550) พบว่า ผู้ให้บริการเครือข่ายมีการเลือกใช้บริการจะเป็นความสำคัญในเรื่องเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย และยังมีการเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้กับผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยเห็นว่าอินเทอร์เน็ตมีศักยภาพ และเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุภชัย สุขนิรันดร์ (อ้างใน มานิตย์ ทองนา, 2550) ที่กล่าวถึง การใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมในการค้นหา ได้แก่ เครือข่ายใยแมงมุม World Wide Web หรือ WWW ซึ่งประกอบไปด้วยฐานข้อมูลมากมายในรูปแบบระบบสื่อเอนกประสงค์ หรือ Multi media ผู้ใช้งานสามารถค้นหาข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบ

5.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทย ที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบเว็บไซต์ของสวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ และ (2) ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์

เมื่อพิจารณาข้อความข้างต้น พบว่า ประเด็นเกี่ยวกับสถานภาพของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านรูปแบบเว็บไซต์ และด้านเนื้อหาเว็บไซต์ของสวนสามพราน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดและสมรส เห็นว่าการค้นหาข้อมูลของสวนสามพราน สามารถค้นหาได้ตามต้องการ ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชุติศักดิ์ รองสวัสดิ์ (2537) ที่พบว่า คุณลักษณะทางประชากร คือ เพศ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรายการมรดกต่างมรดก

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะดังนี้

- 1) ด้านรูปแบบเว็บไซต์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องการค้นหาข้อมูลของสวนสามพราน จากเว็บไซต์ของจังหวัดนครปฐมได้รวดเร็ว ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องตลอดไป
- 2) ด้านรูปแบบเว็บไซต์ พบว่า ในเรื่องการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของสวนสามพรานได้รวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในระดับเห็นด้วยและเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาความเร็วอินเทอร์เน็ตของสวนสามพรานให้เร็วขึ้นกว่าเดิม
- 3) ด้านเนื้อหาเว็บไซต์ พบว่า ในเรื่องรายละเอียดในเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในระดับเห็นด้วยและเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรจัดหาบุคลากรที่เชี่ยวชาญทางด้านการจัดทำเว็บไซต์ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาข้อมูลของสวนสามพรานให้ทันสมัยและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะผู้มาเที่ยวสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเฉพาะผู้ที่ใช้บริการเว็บไซต์
- 2) ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการของพนักงานในสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม
- 3) ควรมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม
- 4) ควรมีการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาการท่องเที่ยวของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม ในอินเทอร์เน็ต

ภาคผนวก

ผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์
ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง หรือทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องว่าง หรือหน้าข้อความ
ที่ตรงกับข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. 20 ปี หรือน้อยกว่า () 2. 21 - 30 ปี
() 3. 31 - 40 ปี () 4. 41 - 50 ปี
() 5. สูงกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษาตอนต้น หรือน้อยกว่า () 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
() 3. อนุปริญญา / ปวส. () 4. ปริญญาตรี
() 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- () 1. นักเรียน / นักศึกษา () 2. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
() 3. รับจ้างทั่วไป () 4. บริษัทเอกชน
() 5. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

6. รายได้ต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท () 2. 10,000 – 20,000 บาท
() 3. 20,001 – 30,000 บาท () 4. 30,001 – 40,000 บาท
() 5. มากกว่า 40,000 บาท

ส่วนที่ 2 ทักษคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์

ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องว่างหน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

รายการ	ระดับทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
ด้านรูปแบบเว็บไซต์					
1. ตัวหนังสือที่พิมพ์ในเว็บไซต์ของสวนสามพราน ขนาดตัวอักษรอ่านง่าย					
2. มีสีสันสวยงาม และการจัดองค์ประกอบของเนื้อหาที่น่าสนใจ					
3. มีภาพกิจกรรมประกอบ ซึ่งท่านเห็นภาพของสวนสามพรานได้ชัดเจน					
4. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของสวนสามพรานได้รวดเร็ว					
5. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลของสวนสามพราน จากเว็บไซต์ของจังหวัดนครปฐมได้รวดเร็ว					
6. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์อื่นได้รวดเร็ว เช่น Google.co.th					
ด้านเนื้อหาเว็บไซต์					
7. รายละเอียดในเว็บไซต์ สามารถถ่ายทอดให้ท่านได้เข้าใจ และรู้สึกว่าจะต้องตัดสินใจเดินทางไปเที่ยว					

รายการ	ระดับทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
8. มีการกรรณำรายละเอียดของ สวนสามพรานอย่างน่าสนใจ เพื่อให้ ท่านติดตามในส่วนของเนื้อหาหลัก ต่อไป					
9. รายละเอียดในเว็บไซต์ สามารถ เชื่อมโยงเนื้อหาได้อย่างลงตัว					
10. รายละเอียดในเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่ ทันสมัย และน่าเชื่อถือ					
11. รายละเอียดในเว็บไซต์ มีแหล่ง อ้างอิงข้อมูล					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับเว็บไซต์ของสวนสามพราน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

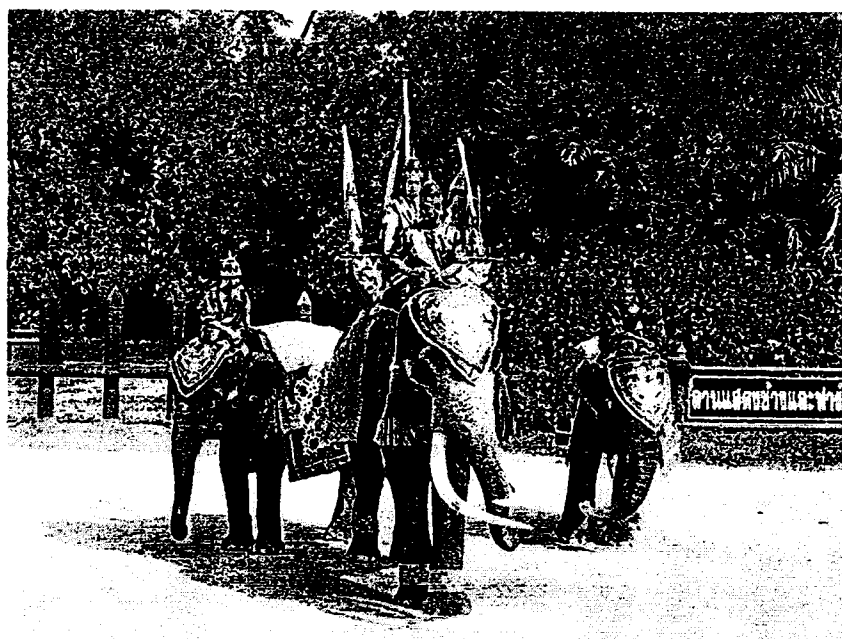
.....

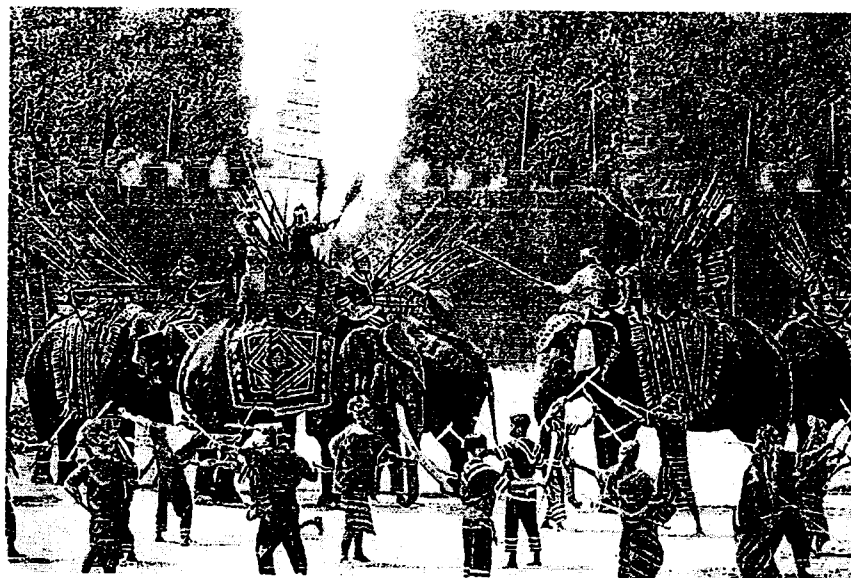
.....

*****ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม*****

ผนวก ข

รูปภาพและเนื้อหาจากเว็บไซต์ของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม











2,450.- Thai Resiem
(034) 322 544
E-mail: hotel@rosegardenriver.com



ของขวัญพิเศษ...
แต่คนพิเศษ
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จาก
สวนสามพราน เช่น สุนัข
น้ำหอม แชมพู เป็นต้น

new เทียบสนุก...หยุดปิดเทอมที่
สวนสามพราน

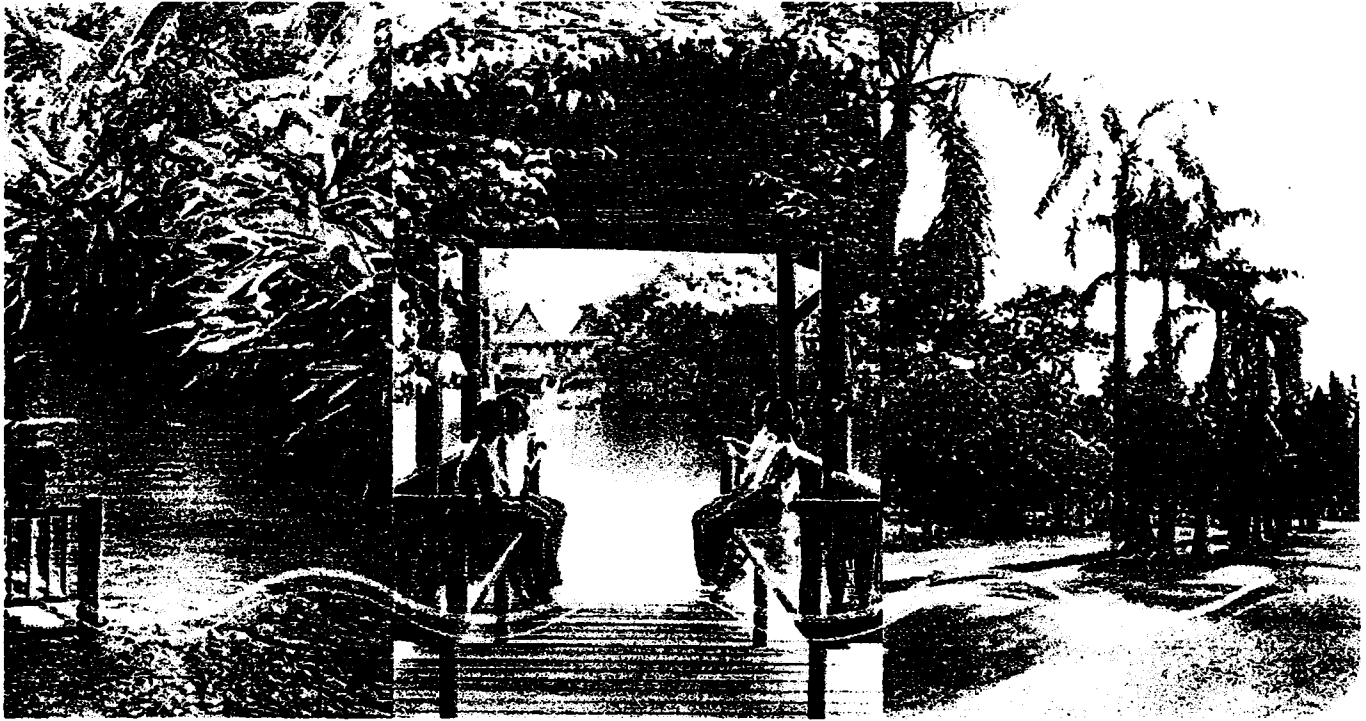
© Copyright 2008 The Rose Garden. All Rights Reserved

32

73110

+66 (0)3 322 544

+66 (0)3 322 775



2,450.- Thai Resident
(034) 322 544
E-mail: hotel@rosegardenriverside.com



ของขวิญพิเศษ...
แตคบพิเศษ
เลือกซื้อผลัดภณฑจาก
สวนสามพราน เช่น สบ
น้ำหอม แขนงู เป็นต้น

new เทียวสนุก...หยุดปิดเทอมที่
สวนสามพราน



2,450.- The Resident
(034) 322 544
E-mail: hotel@rosegardenivernside.com

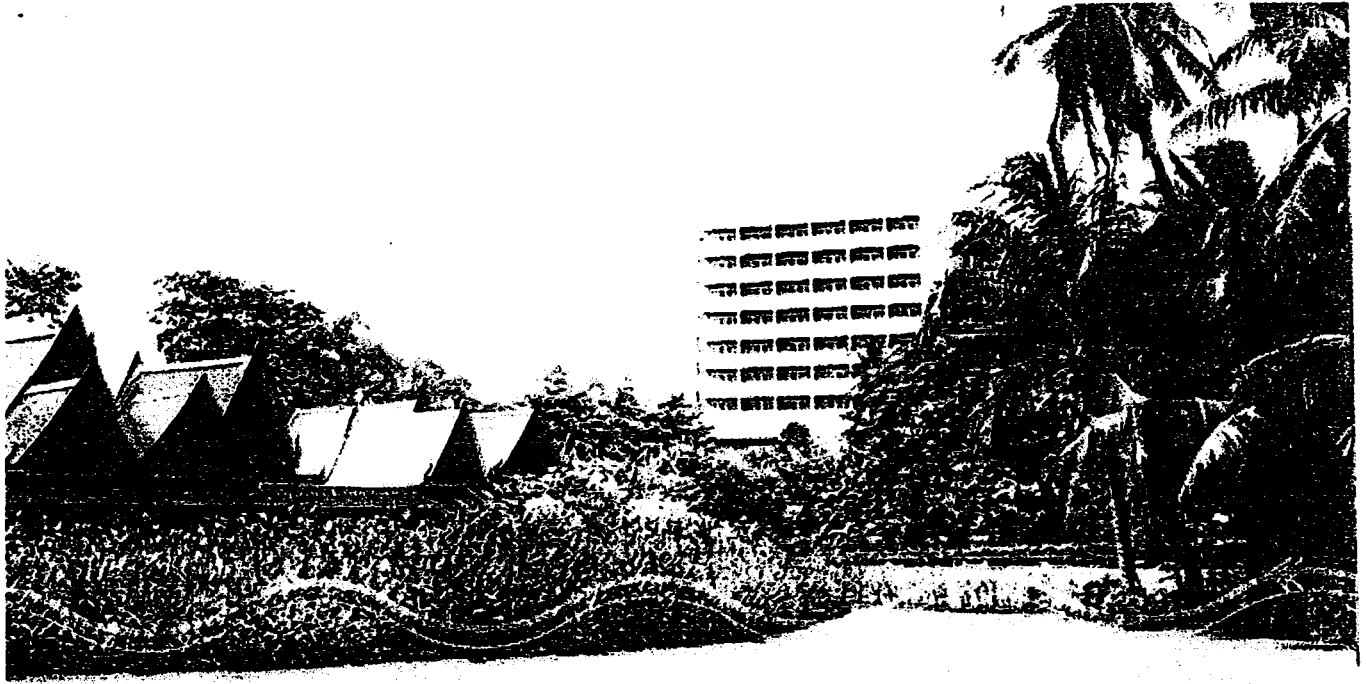


ของขวัญพิเศษ...
แค่คนพิเศษ
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จาก
สวนสามพราน เช่น สบู่
น้ำหอม แขนงู เป็นต้น

new เทียบสนุก...หยุดปิดเทอมที่
สวนสามพราน

© Copyright 2005 The Rose Garden. All Rights Reserved.

11/11/05 11:11 AM 66 (04) 322 544 66 (04) 322 775



2,450.- Thai Resident
 (034) 322 544
 E-mail: hotel@rosegardenriverside.com



ของขวัญพิเศษ...
 แด่คนพิเศษ
 เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จาก
 สวนสามพราน เช่น สมู
 น้ำหอม แชมพู เป็นต้น

new เทียวสนุก...หยุดปิดเทอมที่
 สวนสามพราน

Copyright ©2005 Rose Garden. All Rights Reserved.
 Tel: (034) 322 544 Fax: (034) 322 775



2,450.- Thai Resident
(034) 322 544
E-mail: hotel@rosegardenriverside.com

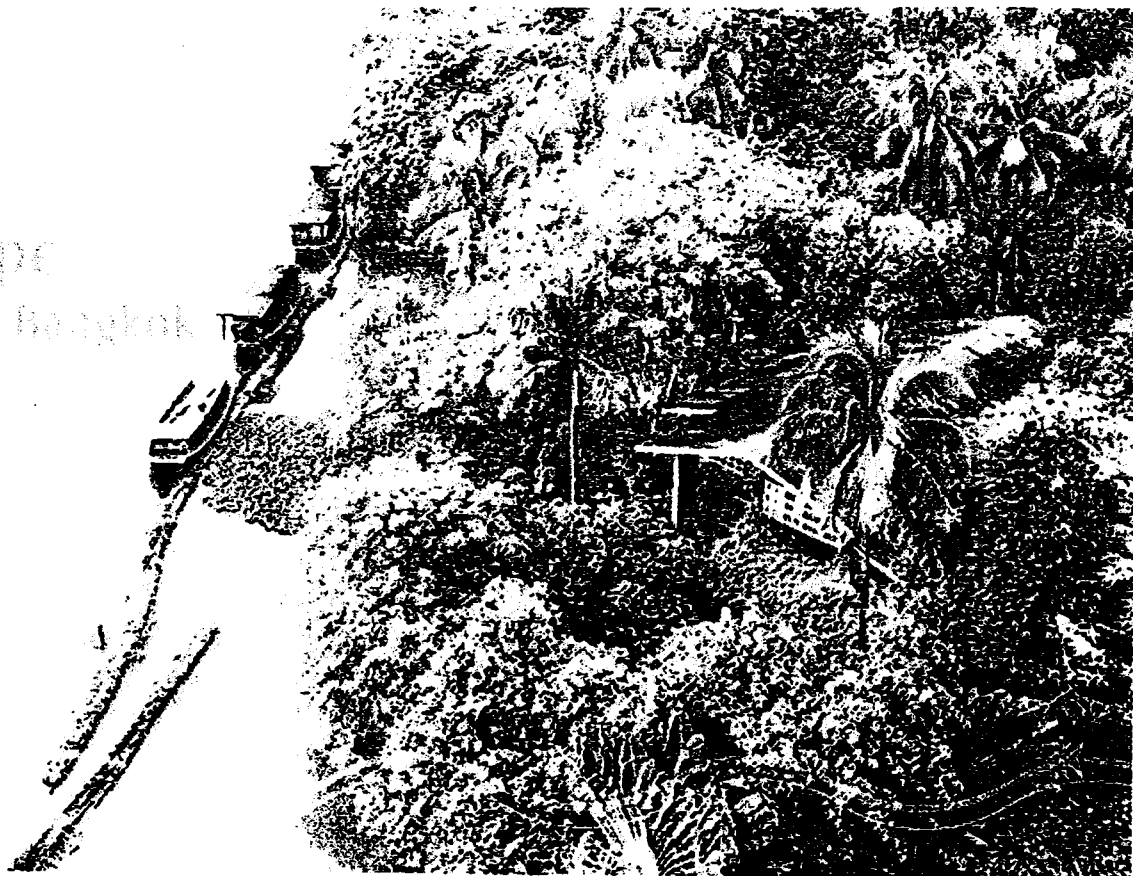


ของขวัญพิเศษ...
แต่คนพิเศษ
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จาก
สวนสามพราน เช่น สบู่
น้ำหอม แชมพู เป็นต้น

new เทียบสนุก...นยุคปิดหอมที่
สวนสามพราน

© Copyright 2018 The Rose Garden. All Rights Reserved.
โทร: 034-322 544 โทรสาร: 034-322 545

Our Escape from Bangkok



100/1000 หมู่ 10 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี



© Copyright 2008 The Rose Garden. All Rights Reserved.

52

02-010

+66 (34) 312 714

+66 (34) 321 715



สำนักข่าวและวิทยุชุมชน
สามพราน



- Home
- About Us
- Shows
- Services
- Activities
- Student Program
- Maps
- Contact Us



ติดต่อเรา:

▶ **สถานแสดงช้างแลเฟาร์มจระเข้สามพราน**

ที่ตั้ง 117 หมู่ 6 ถนนเพชรเกษม กม. 30
จ. สามพราน จ. นครปฐม 73110

สำนักงานใหญ่

ตารองการให้บริการ ฝ่ายกิจกรรมนักศึกษา
ภวนลของพีเอ็มเอส สอบลานเรื่องทั่วไป
โทร. 0 - 2429 0361 - 2 Fax: 0 - 2429 0455
เปิดบริการทุกวันเวลา 08.30 - 17.30 น.

สำนักงานฝ่ายการตลาด

ขอสงวนสิทธิ์จำหน่ายในเขตกรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย สิบสมทบ กิ่งกรบพิเศษ
โทร. 0 - 2294 2938 - 9 Fax: 0 - 2294 3211
เปิดบริการวันทริ-ศุกร์ เวลา 08.30 - 17.30 น. ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์
ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด คุณภาวิดา ไชยกุล



Email Us
siamphran@pssr.th.com



สำนักงานอัครราชทูตไทยในซานฟรานซิสโก



THAI EMBASSY
中文 三 三 三
THAI

samphan@ksc.th.com
+86 (0) 2295 2938

- Home
- About Us
- News
- Services
- Activities
- Joint program
- Maps
- Contact Us



ประเทศไทยมีพื้นที่ป่าไม้ประมาณร้อยละ 30 ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นป่าอนุรักษ์และป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ในประเทศไทยมีคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่สำคัญ การอนุรักษ์และพัฒนาป่าไม้ในประเทศไทยจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง

ประเทศไทยมีพื้นที่ป่าไม้ประมาณร้อยละ 30 ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นป่าอนุรักษ์และป่าสงวนแห่งชาติ ป่าไม้ในประเทศไทยมีคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่สำคัญ การอนุรักษ์และพัฒนาป่าไม้ในประเทศไทยจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง

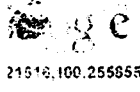
ประเภท	ชื่อ	พิกัด
จุดชมวิวก่อนพระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ		13.721821, 100.514218
จุดชมวิวก่อนพระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ		13.721821, 100.514218
จุดชมวิวก่อนพระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ		13.721821, 100.514218
จุดชมวิวก่อนพระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ		13.721821, 100.514218



- 1. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ
- 2. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ
- 3. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ
- 4. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ
- 5. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ
- 6. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ
- 7. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ
- 8. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ
- 9. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ
- 10. พระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ



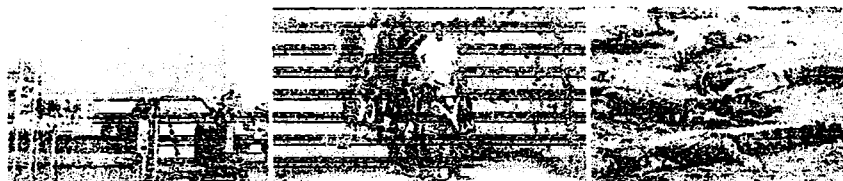
การค้นหา
GPS
13° 43.288'
100° 15.340'



24516.100.255855



บริการค้นหา



บริการค้นหา

บริการค้นหา

บริการค้นหา



บริการค้นหา

Traffic Light Tree เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร และเป็นจุดชมวิวก่อนพระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ ซึ่งเป็นจุดชมวิวก่อนพระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ ซึ่งเป็นจุดชมวิวก่อนพระตำหนักปั้นพระสุพรรณภูมิ

เปิดโลกกาชาดเจบีซี โครงการกาชาดเจบีซี (กาชาดไทย) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของอาสาสมัครกาชาดไทยให้มีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นศูนย์รวมของอาสาสมัครกาชาดไทยทั่วประเทศ

กิจกรรมต่างๆ ของกาชาดเจบีซี (กาชาดไทย) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของอาสาสมัครกาชาดไทยให้มีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นศูนย์รวมของอาสาสมัครกาชาดไทยทั่วประเทศ



ปฏิทิน เอกสาร ภาพถ่าย ไซต์ เว็บ เพิ่มเติม -

ลงชื่อเข้าสู่ระบบ


CASA™ Web Albums [สำรวจ](#) แกลเลอรีของ Samphran

ค้นหา

an > **WeddingCeremony**

[ดูภาพสไลด์](#) [ใช้งานร่วมกัน](#) [ดาวน์โหลด](#)

 **Samphran**
รูปภาพ

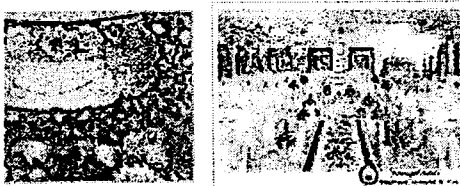
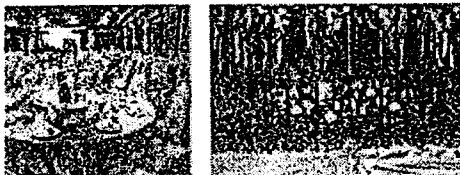
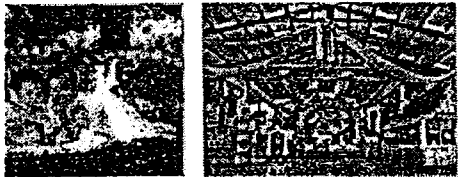
 3 พ.ย. 2008
รูปภาพ: 21 - 2 MB
สาธารณะทางเว็บ

Erawan Ballroom Capacity 400-600 guests. Contact Khun Kaewta 0-2429 0361-2

โพสต์เมื่อ:

RSS

รายงานความไม่ถูกต้อง



บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

คารา ทีปะปาล. พฤติกรรมผู้บริโภค. สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2546.

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. ระเบียบวิธีวิจัยทางการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์ ดีไซน์, 2551.

ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2544.

ฝ่ายทะเบียนของสวนสามพราน จังหวัดนครปฐม, 2554.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. หลักการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2549.

อริย์พล จารุณาคร. ทศนคติของผู้เข้าแข่งขันขันบรื่อง 5 ภูมิภาคทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา : ผู้เข้าแข่งขันประจำปี 2551, 2551.

เอกสารอื่นๆ

ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์. “ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและเนื้อหาของรายการมอต่างมูม กับทัศนคติความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชม รายการมอต่างมูม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11.” วิทยานิพนธ์มหาบัณชิต คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณชิต, 2537.

ปัทมา คงบุญ. “การเปิดรับ ทักษะคิด และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
ราชการรองสถานการณ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2543.

พนิดา โคตตสิน. “การศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการรับ-ส่งข้อมูลแบบ Host to Host (H2H)
ในการทำธุรกรรมออนไลน์ ระหว่างองค์กรธุรกิจและธนาคารพาณิชย์ไทย.” วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

มานิตย์ ทองนา. “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาดของบริษัท
ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าส่งออก.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
สาขาวิชาสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2550.

Books

London, David L. and Della Bitta. **Consumer Behavior: Concepts and Applications.**
4th ed. New York: McGraw - Hill, 2001.

Solomon, M.Z., & Morocco, C.C. The Diagnostic Teacher. In Solomon, M.Z.(Ed.).
**The Diagnostic Teacher : Constructing New Approaches to Professional
Development.** New York: Teachers College Press, 1996.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล

นางสาวศุภชยา คำมูลนา

วัน เดือน ปี เกิด

21 ธันวาคม 2528

ภูมิลำเนาเกิด

จังหวัดกาฬสินธุ์

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551

ปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน

ประกอบธุรกิจส่วนตัว