

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน  
โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

สารนิพนธ์  
ของ  
อลิษา เจริญธรรม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
ตุลาคม 2548

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน  
โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

บทคัดย่อ

ของ

อลิษา เจริญธรรม

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
ตุลาคม 2548

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อลิษา เจริญธรรม. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี*, สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 410 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของแอลเอสดีและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS For Windows Version 11.0

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับดี
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ โบราณสถาน บริการการแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย โดยรวม อยู่ในระดับดี
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวมอยู่ในระดับดี และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยเท่ากับ 127.211 บาท
5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรีพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง และจะมาเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยจะตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง และมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวจำนวน 1,147.93 บาท นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรโดยเฉลี่ย 2 ครั้ง

ใช้บริการฝังเข็มโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง นวดตัวเฉลี่ยโดยเฉลี่ย 2 ครั้ง นวดคลายเครียดโดยเฉลี่ย 2 ครั้ง นวดประคบสมุนไพรโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง นวดฝ่าเท้าโดยเฉลี่ยจำนวน 2 ครั้ง พักผ่อนหย่อนใจโดยเฉลี่ยจำนวน 2 ครั้ง และ ศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยโดยเฉลี่ย จำนวน 2 ครั้ง

6. แนวโน้มพฤติกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวจะเดินทางกลับมาเที่ยวอีก และจะแนะนำนักท่องเที่ยวคนอื่นให้มาเที่ยวที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรอีก

7. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยแยกผลการวิจัยได้ดังนี้

7.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า ความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจ และความถี่การศึกษาและภูมิปัญญาไทยแตกต่างกัน

7.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนเงินที่ใช้ในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า ความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจ และความถี่ในการมาศึกษาและภูมิปัญญาไทยแตกต่างกัน

7.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนเงินที่ใช้ในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจ และความถี่การศึกษาและภูมิปัญญาไทยแตกต่างกัน

7.4 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนที่ใช้ในการเที่ยว ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าแตกต่างกัน

7.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนเงินที่ใช้ในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า ความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจ และความถี่การศึกษาและภูมิปัญญาไทยแตกต่างกัน

8. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

9. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกา  
รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

10. แนวโน้มพฤติกรรมกาการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกา  
ท่องเที่ยวด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความถี่ในการใช้บริการฝัังเข็ม และความถี่ในการใช้  
บริการนวดฝ่าเท้าในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .05 ในขณะที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการเยี่ยมชมตึก  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด  
ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจ และความถี่ในการศึกษา  
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

Alisa Charoenthum. (2005). *Factors affecting Thai tourists' behavior at Chaophya*

*Abhaibhubejhr hospital, Prachinburi province*. Master's Project M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate Studies, Srinakarinwirot University. Project Advisor: Asst. Prof. Apiruth Tangkrachang, Ph.D.

**The purpose of this research is to study factors affecting Thai tourists' behavior at Chaophya Abhaibhubejhr hospital, Prachinburi province. The samples, used in the study, are 410 Thai tourists visited Chaophya Abhaibhubejhr hospital, Prachinburi province. Questionnaires are used as the method of collecting information. Statistics used in data analysis are percentage, average, standard deviation, t- test, analysis of one-way variance, the pair difference is analyzed by LSD method and calculation of Pearson Product- Moment Correlation, and all of these protocols are analyzed through SPSS for Windows version 11.0**

According to the research, we are found as follows:

1. Thai tourists who come to the Chaophya Abhaibhubejhr hospital are females more than males, age between 40-49 years. Most of them hold Bachelor degree and working in bureau office or private-state owned office. The income is around 15,001 baht per month or more.
2. Thai tourists' acknowledge of the overall information is at a good level.
3. The opinion of Thai tourists reflecting to all components such as ancient places, Thai massage, Thai herbal products, relaxation places, Thai culture, and Thai intellectuals is at a good level.
4. Thai tourists' opinion on thai herbal products is at a good level and the average cost of herbal products tourists spend is 127.211 baht.
5. Thai tourists always come to the Chaophya Abhaibhubejhr hospital with a group of friends by using personal vehicles and normally come in the weekends by his/her own decision. The approximate expenditure for each time touring is 1,147.93 baht. Furthermore, most Thai tourists like visiting Chaophya Abhaibhubejhr Building twice, obtaining the needle therapy once - body massage twice - relaxing massage twice - herbal

massage once – foot massage twice, relaxing twice, and finally educating Thai culture and intellectual twice.

6. The notable tendency says that the tourists would come back again and would recommend the others to come as well.

7. The differences of gender, age, educational level, income, and occupation have a direct impact on the differences of the behaviours of Thai tourists in Chaophya Abhaibhubejhr hospital. Such difference can be measured on the statistical significance level of 0.5, which is described below as follows:

7.1 Thai tourists with the difference of gender have different visiting behavioral patterns regarding to frequency of visiting, having the body massage, having the relaxing massage, having the herbal massage, having the foot massage, taking the relaxation, and acquiring the education or intellectual with statistical significance at .05 level.

7.2 Thai tourists with the difference of age have different visiting behavioral patterns regarding to the travelling expense, frequency of visiting, having the body massage, having the relaxing massage, having the herbal massage, having the foot massage, taking the relaxation, and acquiring the education or intellectual with statistical significance at .05 level.

7.3 Thai tourists with the difference of educational level have different visiting behavioral patterns regarding to the travelling expense. frequency of visiting, having the needle therapy, taking the relaxation, and acquiring the education or intellectual with statistical significance at .05 level.

7.4 Thai tourists with the difference of income have different visiting behavioral patterns regarding to the travelling expense, frequency of visiting, having the needle therapy, and having the foot massage with statistical significance at .05 level.

7.5 Thai tourists with the difference of occupations have different visiting behavioral patterns regarding to the traveling expense, frequency of visiting, having the body massage, having the relaxing massage, having the herbal massage, having the foot massage, taking the relaxation, and acquiring the education or intellectual with statistical significance at .05 level.

8. Thai tourists' opinion of herbal products and expenditure for the herbal products' purchase were related each other and level of relationship is low at the statistical significance at .01 level.

9. The expenditure of the herbal products has no relation with the tendency of behaviour of Thai tourist coming at Chaophya Abhaibhubejhr hospital.

10. The tendency of the touring behaviour and the touring behaviour of Thai tourists is resulted that the tendency of touring has related the same direction and level of relationship is low with the expenditure's behaviour, frequency of using the needle therapy, frequency of having foot massage at the statistically significance of 0.5. Meanwhile, apparently the tendency of touring has no relation with the frequency of visiting, having the body massage, having the relaxing massage, having the herbal massage, taking the relaxation, and acquiring the education or intellectual.



อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ  
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน  
โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ของ อลิษา เจริญธรรม ฉบับนี้แล้ว  
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....  
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ ..... เดือน...ตุลาคม... พ.ศ. 2548

# สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	12
ลักษณะการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดในการท่องเที่ยว.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับจุดประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	25
ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร.....	26
ความเป็นมาของงานสมุนไพรมหาวิทยาลัย.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	34
การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	34
การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	35

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>3 (ต่อ)</b>	
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	42
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>46</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
<b>5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>150</b>
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	150
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	143
อภิปรายผล.....	154
ข้อเสนอแนะ.....	165
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>166</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>168</b>
<b>ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....</b>	<b>177</b>

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์	47
2	แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่).....	50
3	แสดงผลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์ เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี.....	51
4	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย ภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี.....	52
5	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ประเภทของสมุนไพร.....	55
6	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของมูลค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของ นักท่องเที่ยว.....	55
7	แสดงจำนวน(ความถี่)และค่าร้อยละของพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร .....	56
8	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร.....	58
9	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศ ร.....	59
10	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาล ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพ ศ.....	62
11	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ .....	66
12	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	

	<b>กฎบัตรที่มีอายุแตกต่างกันกับจำนวนเงินที่ใช้ช่วยในการมาเที่ยว.....</b>	<b>68</b>
13	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	
	<b>กฎบัตรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยกฎบัตร.....</b>	<b>70</b>
14	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	
	<b>กฎบัตรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการฟุ้งเข็ม.....</b>	<b>72</b>

**บัญชีตาราง (ต่อ)**

ตาราง

หน้า

15	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	
	<b>กฎบัตรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการหวดด้ว.....</b>	<b>73</b>
16	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	
	กฎบัตรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการหวดคล้ายเคียว	
	.....	75
17	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	
	<b>กฎบัตรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการหวดประดับ</b>	
	<b>สมุนไพรว.....</b>	<b>76</b>
18	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	
	<b>กฎบัตรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการหวดผ่าเท้า</b>	
	<b>า.....</b>	<b>78</b>
19	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	
	กฎบัตรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ	
	.....	80
20	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	
	<b>กฎบัตรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมละภูมิปัญญาไทย.....</b>	<b>82</b>
21	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมมารท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตาม	
	การศึกษา.....	84
22	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย	

**ภูเบศรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับจำนวนเงินที่จ่ายในการมา  
เที่ยว.....86**

- 23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย  
ภูเบศรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความถี่ในการมาเยี่ยมสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอฯ

**ภูเบศร.....87**

- 24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย

**ภูเบศรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อน  
ใจ.....88**

- 25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย  
ภูเบศรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและ

**ภูมิปัญญาไทย.....89**

- 26 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตาม

**รายได้ต่อเดือน.....90**

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

27	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยว .....	92
28	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว.....	94
29	แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาล <b>ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามอาชีพ.....</b>	<b>95</b>
30	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยว.....	97
31	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา <b>อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบ ศร...99</b>	
32	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม.....	100
33	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว.....	101
34	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด.....	102
35	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร.....	104
36	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า.....	105
37	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ.....	106
38	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาไทย.....	107

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว.....	109
40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยา อภัยภูเบศร.....	112
41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มของ โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร.....	115
42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของ โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร .....	118
43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร.....	121
44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร.....	124
45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของ โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร.....	127
46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจใน โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร.....	130
47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร.....	133
48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบใน การท่องเที่ยว.....	138
49 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบใน การท่องเที่ยว.....	139
50 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบใน การท่องเที่ยว.....	141
51 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบใน การท่องเที่ยว.....	142



## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

52	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยว.....	143
53	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ <b>ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับมูลค่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....</b>	<b>144</b>
54	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....	145
55	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....	146

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

- 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....8
- 2 แสดงขั้นตอนการตัดลิ้นใจชื่อ.....19

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

ในยุคปัจจุบันนี้สิ่งที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศต่างๆอย่างมาก คือ การท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวนั้นนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ มีบทบาทที่สำคัญในการสร้างรายได้เข้าประเทศและกระจายรายได้ไปสู่ประชาชน เป็นผลทำให้ประชาชนในท้องถิ่นต่างๆมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีอาชีพที่สามารถหาเลี้ยงตนเองได้ รัฐบาลจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ได้จัดให้มีนโยบายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างจริงจังเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชาวต่างชาติหรือนักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาสนใจท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่มีการกำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติขึ้น ซึ่งฉบับที่ใช้อยู่ในปัจจุบันคือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ปี 2545 – 2549 โดยกำหนดให้เป็นช่วงการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับคนไทย มีการส่งเสริมให้ความรักความเอาใจใส่ เน้นการเที่ยวแบบครอบครัวให้มีความรักและสามัคคีกลมเกลียวกัน

นอกจากการท่องเที่ยวจะมีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจแล้วนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวถือว่าเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมและประเพณีไทยได้เป็นอย่างดี ซึ่งเห็นได้จากการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ แบบเชิงอนุรักษ์ตลอดจนการท่องเที่ยววิถีการดำเนินชีวิตของคนในชนบท เป็นต้น การท่องเที่ยวแบบนี้เป็นที่สนใจของชาวต่างชาติเป็นอย่างมากดังได้เห็นจากสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จะพบเห็นชาวต่างชาติรู้สึกชื่นชมและตื่นตาตื่นใจ เก็บภาพที่ระลึก และซื้อของฝากอย่างมากมาย เป็นที่ถูกใจของชาวต่างชาติ แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยก็มีจำนวนมากไม่แพ้กันที่ยังสนใจและชื่นชอบในการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม

จังหวัดปราจีนบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากมายที่น่าท่องเที่ยวและศึกษา เป็นจังหวัดที่มีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ระยะทางการเดินทางไม่ไกลมากนัก สามารถเดินทางได้ทั้งทางรถยนต์และทางรถไฟ การเดินทางโดยทางรถยนต์ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมงเท่านั้น สถานที่ท่องเที่ยวที่เริ่มเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันของจังหวัดปราจีนบุรีในขณะนี้ คือ โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร เนื่องจากภายในโรงพยาบาลมีตึกที่นับว่าเป็นโบราณสถานที่เก่าแก่และมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน ได้แก่ ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จากความสวยงามและประวัติศาสตร์อันยาวนานที่ยังคง

อยู่ นั้นทำให้ตึกนี้เป็นที่สนใจต่อบุคคลที่ได้ชมได้เห็นเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากการที่ใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร รายการต่างๆ และมีวิกวีดีโอ เป็นต้น เมื่ออดีตตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรแห่งนี้ได้สร้างขึ้นเพื่อรองรับเสด็จพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แต่ยังไม่ได้รับเสด็จอย่างที่คาดหวังไว้ หลังจากนั้นก็กลายเป็นโรงพยาบาลจนกระทั่งทุกวันนี้ รวมทั้งทางโรงพยาบาลยังได้มีการนำวิทยาการการรักษาแบบสมัยโบราณมาประยุกต์ใช้ โดยมีการนำการแพทย์แผนไทยมารักษาและให้บริการแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ได้แก่ การนวดตัว การนวดฝ่าเท้า การนวดคลายเครียด การนวดประคบสมุนไพร และการฝังเข็ม เป็นต้น มีการคิดค้นและประยุกต์ใช้สมุนไพรเพื่อเป็นยารักษาโรคและผลิตภัณฑ์เสริมความงามต่างๆ มากมายโดยจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนทั่วไป รวมทั้งสามารถหาซื้อได้เพื่อเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในขณะนี้ได้ให้ความสำคัญและสนใจกับการท่องเที่ยวแนวนี้มากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรในแต่ละวัน มีตั้งแต่มาเป็นครอบครัวจนถึงมาเป็นหมู่คณะจำนวนมากๆ อย่างไม่ขาดสาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องนี้ เนื่องจากปัจจุบันโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรีได้มีนักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จึงเกิดความคิดที่จะศึกษาเพื่อหาสาเหตุทางด้านปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเหล่านั้นว่าเพราะเหตุใดโรงพยาบาลแห่งนี้จึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้ที่เกี่ยวข้องในอนาคตต่อไป

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพรกับมูลค่าการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

### ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรีและนำผลที่ได้เสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรให้มีความน่าสนใจ รวมทั้งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น ตลอดจนสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี จากสถิติดังต่อไปนี้

2542	2543	2544	2545	2546	2547
6,345	11,047	17,776	24,847	23,298	25,590

\* สถิติดังกล่าวเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีเอกสารยืนยันการมาท่องเที่ยวเท่านั้น

ที่มา : สถิตินักท่องเที่ยว. ฝ่ายการตลาด โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร. 2548

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตามความสะดวก เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตาราง ทาโรยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 24 ; อ้างอิงจาก Taro Yamane. n.d.) โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างไว้ 16 คน (ประมาณ 4 % ของกลุ่มตัวอย่าง) รวมเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 410 คน

## ตัวแปรที่ศึกษา

### 1. ตัวแปรอิสระในการวิจัย (Independent Variable) ได้แก่

#### 1.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ต้องการศึกษา ได้แก่

##### 1.1.1 เพศ

###### 1.1.1.1 ชาย

###### 1.1.1.2 หญิง

##### 1.1.2 อายุ

###### 1.1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

###### 1.1.2.2 20-29 ปี

###### 1.1.2.3 30-39 ปี

###### 1.1.2.4 40-49 ปี

###### 1.1.2.5 50 ปีขึ้นไป

##### 1.1.3 ระดับการศึกษา

###### 1.1.3.1 ม.ต้นหรือต่ำกว่า

###### 1.1.3.2 ม.ปลาย

###### 1.1.3.3 อนุปริญญา

###### 1.1.3.4ปริญญาตรี

###### 1.1.3.5 สูงกว่าปริญญาตรี

##### 1.1.4 รายได้ต่อเดือน

###### 1.1.4.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

###### 1.1.4.2 5,001 – 10,000 บาท

###### 1.1.4.3 10,001 – 15,000 บาท

###### 1.1.4.4 15,001 บาทขึ้นไป

##### 1.1.5 อาชีพ

###### 1.1.5.1 นักเรียน / นักศึกษา

###### 1.1.5.2 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.4 ธุรกิจส่วนตัว

1.1.5.5 อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

## 1.2 การรับรู้ข่าวสาร

1.2.1 โทรทัศน์

1.2.2 วิทยุ

1.2.3 อินเทอร์เน็ต

1.2.4 นิตยสารต่างๆ เช่น ชีวจิต เป็นต้น

1.2.5 โปรแกรมทัวร์

1.2.6 ป้ายโฆษณาต่างๆ

1.2.7 หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ

1.2.8 บุคคลรอบตัว เช่น พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อน คนรู้จัก เป็นต้น

1.2.9 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

## 1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

1.3.1 โบราณสถานที่เก่าแก่

1.3.2 บริการทางการแพทย์แผนไทย

1.3.3 ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

1.3.4 การพักผ่อนหย่อนใจ

1.3.5 วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

## 1.4 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อประเภทของสมุนไพร

1.4.1 ยาสมุนไพร

1.4.2 เครื่องสำอางสมุนไพร

1.4.3 เครื่องดื่มสมุนไพร

## 2. ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่

2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

2.2 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

## 2.3 มูลค่าการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาล ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** หมายถึง พฤติกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร เช่น ลักษณะกิจกรรมที่สนใจและชื่นชมในการมาท่องเที่ยว เป็นต้น

**การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในโอกาสต่างๆ เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

**นักท่องเที่ยวชาวไทย** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยมีได้อยู่ประจำหรือพักค้างคืนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

**โบราณสถาน** หมายถึง สถานที่หรือสิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนที่ไม่ได้ มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีขึ้นไป

**การแพทย์แผนไทย** หมายถึง การรักษาโดยใช้ความรู้ทางการแพทย์แบบโบราณที่มีสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน

**ผลิตภัณฑ์สมุนไพร** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นเพื่ออุปโภคบริโภคที่มีส่วนผสมมาจากสมุนไพรไทย

**สมุนไพร** หมายถึง ผลผลิตธรรมชาติ ได้จากพืช สัตว์และแร่ธาตุที่ใช้เป็นยา

**โรงพยาบาล** หมายถึง สถานที่สำหรับรักษาพยาบาลผู้ป่วย

**วัฒนธรรม** หมายถึง สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ วิถีชีวิตของหมู่คณะ

**ภูมิปัญญา** หมายถึง พื้นความรู้ความสามารถ

**การรับรู้** หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน

**โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร** หมายถึง โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดปราจีนบุรี เป็นสถานที่สำหรับรักษาพยาบาลผู้ป่วย มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์สมุนไพรและนำการแพทย์แผนไทยมาประยุกต์ใช้ในการรักษา รวมทั้งมีดีกโบราณเก่าแก่ซึ่งเป็นโบราณสถานที่สำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัด ซึ่งกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง

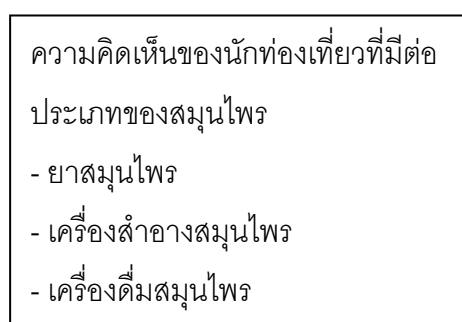
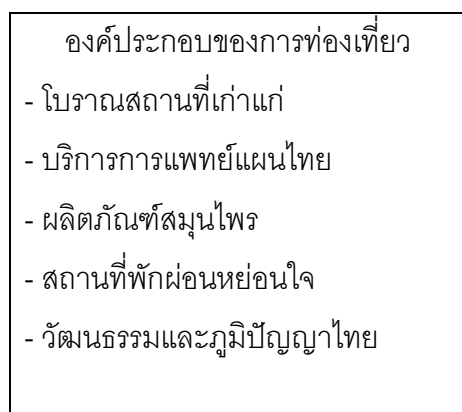
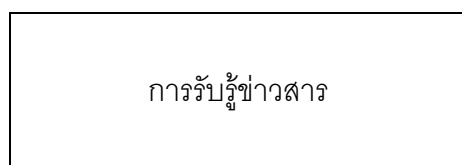
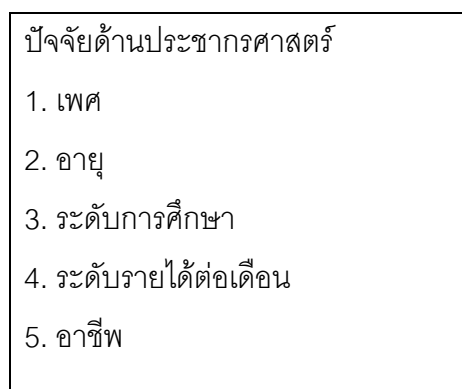


**การรับรู้ข่าวสาร** หมายถึง การรับรู้ข้อมูลต่างๆที่ถูกนำเสนอออกมาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น และเข้าใจถึงข้อมูลข่าวสารที่รับรู้เหล่านั้นเป็นอย่างดี

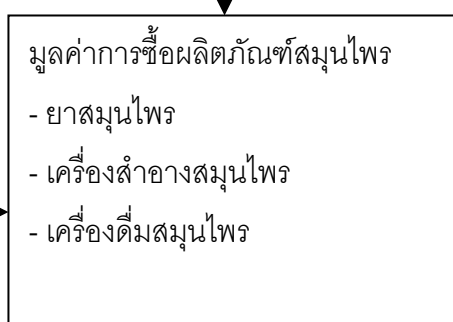
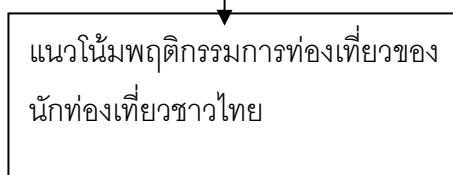
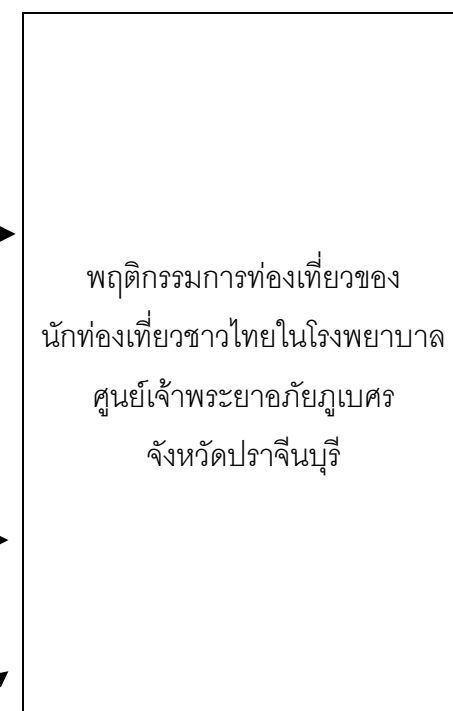
## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี สามารถแสดงกรอบแนวความคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังต่อไปนี้

### ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



### ตัวแปรตาม(Dependent Variables)



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

## สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี แตกต่างกัน
2. การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ โบราณสถานที่เก่าแก่ บริการการแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
4. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพรมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร
5. มูลค่าการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
6. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวความคิดและทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ลักษณะการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว
4. การตลาดในการท่องเที่ยว
5. จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว
6. ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร
7. ความเป็นมาของงานสมุนไพรร
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์;และคณะ (2541 : 128-130) กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ และจะมีการตอบสนองของผู้บริโภคหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจทางด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยาได้ สิ่งกระตุ้นจากภายนอกประกอบด้วย

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย

(1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ

(2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

(3) สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

(4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การให้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่นอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

(1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

(2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก ถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

(3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมาย และการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้านั้น จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

(4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (Product choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ทำให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

## 2. ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำให้พฤติกรรมการเดินทาง ตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ (Morrison. 1989 : 63) คือ

### 1. ปัจจัยภายใน ได้แก่

- 1.1 ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ
- 1.2 การรับรู้
- 1.3 การเรียนรู้
- 1.4 บุคลิกภาพ
- 1.5 รูปแบบการดำรงชีวิต
- 1.6 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง
- 1.7 ทักษะคติ

### 2. ปัจจัยภายนอก ได้แก่

- 2.1 วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย
- 2.2 ชั้นของสังคม
- 2.3 กลุ่มอ้างอิง
- 2.4 ผู้นำความคิดเห็น
- 2.5 ครอบครัว

### ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่

#### 1) ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ

ความจำเป็นของลูกค้าเป็นรากฐานของงานการตลาดซึ่งต้องสร้างความพอใจให้ได้ เพื่อความสำเร็จอันยาวนานของธุรกิจ ความต้องการจำเป็นเกิดจากสภาพทางร่างกายและจิตใจของลูกค้าแต่ละคน เกิดจากช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้ามีอยู่แล้วและอยากจะมี และมักจะไม่ว่าตัวเองมีความจำเป็นอะไรบ้าง หน้าที่สำคัญของงานการตลาดคือต้องทำให้ลูกค้ารู้จักความจำเป็นอันนี้ และเกิดความต้องการพร้อมทั้งเหตุผลต่างๆที่สามารถไปกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและ

บริการตามวัตถุประสงค์ของตนและจะตอบสนอง สร้างความพึงพอใจให้แก่ความต้องการจำเป็นนั้นๆได้

## 2) การรับรู้

กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากกระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้กลิ่น การได้ยิน การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ

กระบวนการรับรู้ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร ในแต่ละวันลูกค้าจะเปิดรับข้อมูลจากการโฆษณาเข้ามาสู่ตนเองตั้งแต่เช้าจนค่ำไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรือ อื่นๆ แต่จะมีการโฆษณาใดบ้างที่ลูกค้าเปิดรับข้อมูลอย่างเลือกสรร นักการตลาดต้องใช้ความสามารถทั้งหมดเพื่อให้สินค้าและบริการของตนอยู่ในรายการเลือกสรรนั้น

2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร หมายถึง ผู้บริโภคตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว

3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร คือ ความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมาให้ตรงกับความหมายของโลก แต่บางครั้งลูกค้าอาจแย้งข้อมูล มีความลำเอียงในการรับรู้ อันเนื่องมาจากความเชื่อถือทัศนคติและประสบการณ์ ซึ่งเป็นความต้องการภายในของตน

4. การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร จะเกิดความทรงจำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อในโอกาสต่อไป นักการตลาดควรใช้โอกาสในช่วงนี้เสริมข้อมูลเข้าไปอีกเพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลเต็มที่สูงสุดจนปิดรับข้อมูลจากคู่แข่งรายอื่น

## 3) การเรียนรู้

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ/หรือ ความเข้าใจอันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด และเกิดการตอบสนอง (Response) ตามทฤษฎีส่ิงกระตุ้น - ตอบสนอง (Stimulus - Response Theory) กลยุทธ์การโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกจึงได้นำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย

## 4) บุคลิกภาพ

บุคลิกภาพเป็นลักษณะเด่นของแต่ละบุคคลเกิดจากความรู้สึกนึกคิด ความรับผิดชอบ ความต้องการภายใน การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ของบุคคล และแสดงออกมาเป็น

บุคลิกภาพเฉพาะตนตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเอง ทฤษฎีของฟรอยด์ (Freud Theory) หรือ ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) เป็นทฤษฎีวิเคราะห์บุคลิกภาพโดยตรง ซึ่งเน้นเรื่องความจำเป็น แรงจูงใจและสิ่งกระตุ้นอันเป็นจิตไร้สำนึกจะเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล

ลักษณะที่แตกต่างกันของบุคลิกภาพ มีดังนี้

1. Id เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นอย่างหยาบ และความรู้สึกที่ถูกกระตุ้นทำให้บุคคลพยายามตอบสนองของความพึงพอใจของเขา เช่น ความต้องการทางเพศ การโฆษณาต่างๆ หยาบๆ ก็สามารถกระตุ้น Id ได้

2. Ego เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากการควบคุมจิตได้สำนึกของบุคคล จะควบคุมความต้องการภายในที่เกิดจาก Id ได้ โดยบุคลิกภาพจะมีลักษณะสอดคล้องกับค่านิยมในสังคมและวัฒนธรรม

3. Super Ego เป็นบุคลิกภาพที่สะท้อนถึงจริยธรรมและศีลธรรมของสังคม มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับการเป็นพลเมืองดี การโฆษณาและการส่งเสริมทางการตลาดจึงควรชี้ลักษณะบุคลิกภาพที่เหมาะสมนี้เพื่อให้สอดคล้องกับจริยธรรมและคุณธรรมที่ดีของสังคม

นักทอ่งเทียวมีบุคลิกภาพแตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และสังคม ดังนั้น การเรียนรู้และเข้าใจบุคลิกภาพของนักทอ่งเทียว หมายถึง ความเข้าใจพฤติกรรมของนักทอ่งเทียวด้วย โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางและการบริโภค เช่น นักทอ่งเทียวชาวอเมริกันชอบความสะดวกสบายทันสมัย และถูกต้อง รอบคอบ นักทอ่งเทียวชาวญี่ปุ่นรักความสะดวก และความเป็นระเบียบวินัยในการทอ่งเทียว

5) รูปแบบการดำรงชีวิต

รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกบริโภค หรือเลือกซื้อสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล เช่น สมณะจะบริโภคสินค้าจำเป็น อ่านหนังสือ แต่คนชอบเทียวกกลางคืนจะชอบการพักผ่อนหย่อนใจ เทียวเตร่ รับประทานอาหารนอกบ้าน ดูภาพยนตร์ รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับความสนใจ ทัศนคติ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ซึ่งนักการตลาดเชื่อว่าจะสามารถชี้บอกพฤติกรรมการซื้อได้ โดยเป็นปัจจัยหนึ่งในการแบ่งส่วนตลาด รูปแบบการดำรงชีวิตจะควบคู่ไปกับค่านิยมของสังคม

6) แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง



แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง หมายถึง ความคิดหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้นภายในของบุคคล พร้อมๆกับการรับรู้ ประกอบด้วย

6.1 แนวคิดของตนเองที่แท้จริง มีความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง ว่ามีนิสัย ความชอบอย่างไร เช่น ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพราะคิดว่าได้พักผ่อน ได้รับความรู้ คลายเครียด

6.2 แนวคิดของตนเองในอุดมคติ เป็นความนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้เป็น เช่นนั้น หรือมีผู้เข้าใจว่าตนเองเป็นเช่นนั้น และแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดของตนเอง ในอุดมคติ เช่น การไปท่องเที่ยวต่างประเทศทุกปีเพราะคิดว่าเป็นที่ยอมรับของสังคม

6.3 แนวคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมาองตนเองที่แท้จริง เป็นภาพที่บุคคลเห็นว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร เช่น คิดว่าคนอื่นมองตนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการการพักผ่อน

6.4 แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง เป็นภาพที่บุคคลต้องการให้คนอื่นคิดถึงเขาในแง่ใดแง่หนึ่ง เช่น ต้องการให้คนอื่นมองว่าการเดินทางท่องเที่ยวทำให้บุคคลเป็นที่ยอมรับในสังคม

จากความคิดต่างๆเหล่านี้ เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวและต้องการสร้างความประทับใจให้แก่บุคคลใกล้ชิดด้วย เช่น การเดินทางด้วยเรือสำราญที่หรูหรา หรือการเดินทางโดยขบวนรถไฟ ทำให้เพื่อนักธุรกิจนิยมชมชอบได้

#### 7) ทักษะคติ

ทักษะคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทักษะคติเป็นพลังที่สำคัญ และมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้ และพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยพยายามกลั่นกรองสิ่งที่ตนเองคิดว่าดีไม่ขัดแย้งกับทักษะคติที่มีอยู่ ทักษะคติสามารถบิดเบือนข่าวสาร ข้อมูลที่เป็นความจริงได้ในลักษณะได้แย่ง ทักษะคติเกิดจากประสบการณ์ที่ตนได้รับ นอกจากนี้อาจเกิดจากกลุ่มอ้างอิงอื่นๆ เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน กลุ่มสังคม ฯลฯ การเปลี่ยนทักษะคติต้องใช้เวลาและเครื่องมือในการสื่อสารมาก และต้องใช้การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

**ปัจจัยภายนอก** หมายถึง ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และวัฒนธรรมของคนทั้งชาติ ซึ่งสืบทอดและยึดถือต่อกันมา ได้แก่

1. วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในสังคมเดียวกันไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมแสดงออกมาในรูปความเชื่อถือ ค่านิยม ทักษะคติ อุปนิสัย ประเพณี ขนบธรรมเนียม และพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งกำหนดพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวหล่อหลอมลักษณะนิสัย แก่ละความคิดของคน เช่น คนไทยรักความเป็นอิสระ รักพวกพ้อง มีใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ชอบความโอ้อ่า ลักษณะเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการบริโภคด้วย เช่น การแต่งกายงดงาม การซื้อรถยนต์ยี่ห้อดีราคาแพง และวัฒนธรรมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากแบบแผนเก่าไปสู่แบบใหม่อยู่เสมอ

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หรือชนบทรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรมกลุ่มย่อยเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นวัฒนธรรมของกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม และอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนมาก มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา ถิ่นที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน แม้จะอยู่ในประเทศเดียวกัน เช่น วัฒนธรรมคนจีน วัฒนธรรมล้านนา แต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรมการบริโภคต่างกันและในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการคล้ายคลึงกัน ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเดียวกันย่อมมีความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวคล้ายๆกัน การให้บริการควรสอดคล้องกับวัฒนธรรมของกลุ่มนั้นๆ และไม่ขัดต่อวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยแบ่งออกเป็น

1.2.1 กลุ่มเชื้อชาติ ได้แก่ กลุ่มเชื้อชาติไทย จีน อเมริกัน อังกฤษ ฯลฯ แต่ละเชื้อชาติจะมีรสนิยม ความชอบ กิจกรรม และการบริโภคการท่องเที่ยวต่างกัน คนไทยชอบซื้อของจากแหล่งท่องเที่ยว แต่คนอเมริกันชอบสถานที่ท่องเที่ยวแปลกใหม่

1.2.2 กลุ่มศาสนา ได้แก่ คริสต์ พุทธ มีความนับถือ ข้อห้าม ความเชื่อและความชอบแตกต่างกัน เช่น ศาสนาอิสลามห้ามรับประทานหมู และของมีนเมา การให้บริการควรระมัดระวังเป็นพิเศษ

1.2.3 กลุ่มสีผิว เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีรูปแบบวัฒนธรรมและทัศนคติที่แตกต่างกันมาก

1.2.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ทำให้ลักษณะการดำรงชีวิตต่างกัน เช่น ชาวญี่ปุ่นสู้อยู่และตรากตรำทำงานหนัก แต่คนไทยนิยมพักผ่อนหย่อนใจมากกว่า

2. ชั้นของสังคม เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันจากระดับสูงไประดับต่ำ สิ่งที่น่ามาใช้ในการแบ่งชั้นของสังคม คือ อาชีพ ฐานะ รายได้ ชาติกำเนิด สถานที่พำนัก ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และบุคลิกลักษณะของบุคคล ชั้นของสังคมแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ และ 6 กลุ่มย่อยดังนี้

2.1 ระดับสูง (Upper class) แบ่งออกเป็น

2.1.1 ระดับสูงอย่างสูง (Upper – upper class) ได้แก่ ผู้ดีเก่า ชนชั้นสูง มีความมั่งคั่ง เนื่องจากได้รับมรดกเป็นจำนวนมาก สถานะมั่นคง บุตรหลานเรียนในโรงเรียนดีที่สุด อาศัยอยู่ในคฤหาสน์ใหญ่ รู้สึกับผิดชอบต่อสังคม มีอำนาจการซื้ออย่างเพียงพอ ซื้อสินค้าและบริการฟุ่มเฟือย มีราคา เช่น บ้าน รถยนต์ราคาแพง ใช้บริการโรงแรมที่หรูหราชั้นหนึ่ง ไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของโลก

2.1.2 ระดับสูงอย่างต่ำ (Lower – upper class) ได้แก่ เศรษฐีใหม่ ผู้บริหารระดับสูงที่ประสบความสำเร็จในชีวิตด้วยความสามารถของตนเอง เป็นเจ้าของกิจการขนาดใหญ่ จบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย หารายได้ที่ดีที่สุดสำหรับบุตรหลาน อยู่ในแวดวงธุรกิจสังคม ต้องการสินค้าและบริการคล้ายคลึงกับกลุ่มแรก

## 2.2 ระดับกลาง (Middle class) แบ่งออกเป็น

2.2.1 ระดับกลางอย่างสูง (Upper – middle class) ได้แก่ ผู้ที่ได้รับความสำเร็จจากอาชีพและหน้าที่การงานพอสมควร เห็นความสำคัญของการศึกษา ระมัดระวังในการใช้จ่าย มีสินค้าและบริการที่จำเป็นต้องใช้ คือ เสื้อผ้าที่ดี บ้าน และของใช้ในครัวเรือน สินค้าจำเป็นแก่ฐานะคือ รถยนต์

2.2.2 ระดับกลางอย่างต่ำ (Lower – middle class) ได้แก่ พนักงาน ข้าราชการระดับปฏิบัติงานต้องการใช้สินค้าและบริการราคาปานกลางที่จำเป็นแก่ชีวิตประจำวัน แสวงหาที่อยู่ของตนเอง สมถะ มีความอ่อนไหวในเรื่องราคา

## 2.3 ระดับต่ำ (Lower class) แบ่งออกเป็น

2.3.1 ระดับต่ำอย่างสูง (Upper – lower class) ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้แรงงาน และมีทักษะพอสมควร แสวงหาสิ่งที่มีมั่นคง ไม่เข้าสังคมมากนัก ต้องการซื้อสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ และราคาประหยัด จงรักภักดีต่อยี่ห้อสินค้า

2.3.2 ระดับต่ำอย่างต่ำ (Lower – lower class) ได้แก่ กรรมกรที่มีรายได้ต่ำ เป็นหนี้ มีการศึกษาต่ำ อยู่สลัม ต้องการสินค้าจำเป็นพื้นฐานแก่การครองชีพ และราคาประหยัด

ชั้นของสังคมมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเวลาว่างของแต่ละระดับและแตกต่างกันในด้านอุปนิสัยและสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน

3. กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ทัศนคติ ความชอบ/ไม่ชอบ และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

### 3.1 กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ เพื่อนสนิท ครอบครัว

3.2 กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน ร่วมวิชาชีพ ร่วมสถาบัน ร่วมองค์กร และบุคคลกลุ่มต่างๆในสังคม

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลมากในด้านการเลือกพฤติกรรม การดำเนินชีวิต เพราะจะทำให้แนวความคิดซึ่งจะทำให้บุคคลคล้อยตามได้ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่ม จึงทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ การท่องเที่ยวเช่นกัน เมื่อนักท่องเที่ยวกลับมาจากการท่องเที่ยวพร้อมกับความสดชื่นแจ่มใส มีของที่ระลึกและภาพถ่ายที่สวยงามกลับมาให้เพื่อนๆ ก็จะมีความรู้สึกว่า “มีหน้าตา” ได้รับการยกย่องชมเชย นักท่องเที่ยวก็จะภูมิใจมากที่ได้ทำในสิ่งที่คนอื่นไม่เคยทำมาก่อนนับว่ากลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อจิตใจมาก

4. ผู้นำความคิดเห็น เป็นสมาชิกของกลุ่มผู้มีอำนาจ และความคิดเห็นของเขามักเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มักเป็นผู้รู้ช่องทางข้อมูลมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ เช่น ได้ข้อมูลเนื่องจากซื้อสินค้าและบริการก่อนคนอื่น มักจะได้ข้อมูลหรือมีความรู้พิเศษเกี่ยวกับสินค้า การท่องเที่ยวและโรงแรมที่แตกต่างจากคนอื่น เช่น รู้เรื่องชมรมดำน้ำ ตกปลา ดูนก รู้ว่าควรดูนกอะไร ที่ไหน และกิจกรรมที่ควรดู หรือการเตรียมตัวมีอะไรบ้าง ผู้นำกลุ่มเหล่านี้กระตือรือร้นที่จะค้นหาข้อมูลพิเศษให้กว้างขวางออกไปเรื่อยๆจนเป็นผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ

บทบาทของผู้บริโภคที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นผู้เสนอ หรือแนะนำความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้กระตุ้น หรือชักจูงว่าควรซื้อ หรือไม่ควรซื้อสินค้าและบริการ
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อ หรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ เช่น พ่อบ้าน แม่บ้าน
4. ผู้ซื้อ (Buyer) เป็นผู้ไปทำการซื้อ หรือลงมือซื้อโดยนำเงินไปแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าและบริการ
5. ผู้ใช้ (User) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าและบริการนั้นๆ

กระบวนการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

1. การรับรู้ความต้องการ (Need awareness) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem recognition) เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก

- 1.1 สิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย และจิตใจ และการรับรู้ ความต้องการของตน ฯลฯ

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ

2. การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ (Information search) ในกรณีที่ไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการนั้นๆก็จะถูกสะสมมากขึ้น พร้อมกับพยายามหาข้อมูลไปด้วย

แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

1. แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน ญาติ คนรู้จัก
2. แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การแสดง

สินค้าการท่องเที่ยว

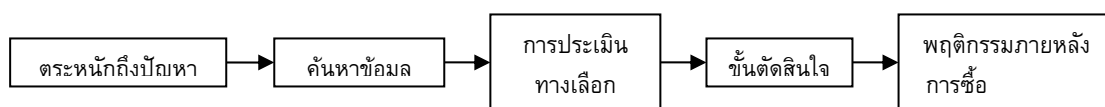
3. แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การคุ้มครองผู้บริโภค
4. แหล่งทดลอง ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมส่งเสริม

อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยวิจัย ภาวะตลาดผลิตภัณฑ์

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives) เป็นพฤติกรรมการประเมินผลโดยให้ความสนใจลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าและบริการ เช่น ชื่อบริษัท ตราสินค้า สายการบินที่ให้บริการรวดเร็ว สะอาด ปลอดภัย โรงแรมที่สะอาด บรรยากาศดี ที่ตั้งเหมาะสม เมื่อคุณสมบัติแล้ว ก็นำมาจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติต่างๆและนำมาเป็นตัวประเมินผลเพื่อพิจารณาเป็นทางเลือกต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) หลังจากรับรู้ความต้องการได้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆตลอดจนเวลาและวิธีการชำระเงินแล้วก็ตัดสินใจซื้อ ซึ่งบางครั้งอาจมีปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในขณะนั้นด้วย เช่น การคาดคะเนภาวะทางเศรษฐกิจ ทัศนคติทั้งทางบวกและลบของบุคคลอื่น ตลอดจนสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนมาก่อน เช่น ความไม่พอใจลักษณะการขายของผู้ขายอาจทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงได้

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) เป็นความรู้สึกพอใจ หรือไม่พอใจหลังการซื้อ ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ จงรักภักดีต่อบริษัท หรือชื่อเสียงของบริษัท ถ้าไม่พอใจก็ไม่กลับมาใช้บริการอีก



ภาพประกอบ 2 ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: Kotler Philip.; Armstrong Gary. (1993). *Marketing an Introduction*. 3th ed.

Prentice – Hall. International Edition.

### 3. ลักษณะการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

#### ลักษณะการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลา ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก ค่าใช้จ่าย ดังนั้น เราจึงพอจะแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้ใน 6 ลักษณะดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน และความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น อยากสัมผัสสิ่งใหม่ๆ หรือชมวิวาททัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อ ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เป็นการศึกษานอกห้องเรียน และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือ การแสดง

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

1. ชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส ซึ่งแม้จะย้ายสถานที่การแข่งขัน ผู้ชมก็จะตามไปชมอยู่เสมอ

2. ร่วมแข่งขันกีฬา หรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้สถานที่จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา ป่าไม้ จากลักษณะดังกล่าว ประเทศที่มีทัศนียภาพหรือมีภูมิประเทศหลายรูปแบบจะได้รับความสนใจมาก

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา การท่องเที่ยวลักษณะนี้ไม่น่าจัดเป็นการท่องเที่ยว เพราะวัตถุประสงค์หลักไม่ใช่การเดินทางเพื่อไปท่องเที่ยวหรือพักผ่อน แต่ตามความเป็นจริง ผู้ไปร่วมประชุมสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ดังนั้น ปัจจัยที่จะดึงดูด คือ สถานที่ที่น่าสนใจ สถานที่พักผ่อน การคมนาคมสะดวก ในปัจจุบันการท่องเที่ยวลักษณะนี้จะมีมากขึ้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การที่บุคคลไปศึกษาดูงานทำวิจัย หรือโครงการแลกเปลี่ยน อาจารย์ นักศึกษา ระหว่างสถาบันการศึกษา บุคคลเหล่านี้ก็จะต้องหาเวลาและโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ประชุม และสัมมนา

## องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวงจร คือ การขนส่ง ทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว จะทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยง อำนาจความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรารถนา หรือความต้องการ ซึ่งจะถูกกระตุ้นเชิญชวนด้วย ขบวนการตลาดท่องเที่ยว จนทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และผลของการใช้บริการอำนวยความสะดวกต่างๆร่วมกับสัมผัสแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตัดสินใจได้ว่าความประทับใจ เพียงพอใจมากน้อยอย่างไร ซึ่งจะตรวจสอบได้จากข้อมูลย้อนกลับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท คือ

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศค้างคืน (International tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ได้ค้างคืน (International excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic visitor) หมายถึงบุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีได้เป็นที่อยู่ประจำของเขา

1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยอยู่ในปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ได้ค้างคืน (Domestic excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีที่พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

2. การตลาดท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งการตลาดท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งการตลาดท่องเที่ยวหมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใน โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ

2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว

2.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น เร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

2.3 การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึงการจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ และกลับสู่ภูมิลำเนากการขนส่งแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

2.3.1 การขนส่งทางรถยนต์

2.3.2 การขนส่งทางรถไฟ

2.3.3 การขนส่งทางเรือ

2.3.4 การขนส่งทางเครื่องบิน

3. ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

3.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งที่มีความงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดให้คนไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง เป็นต้น

3.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑน์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

3.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอด



ต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่นสภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้า พื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งทีรองรับในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

4.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ประกอบด้วย 2 อย่างคือ

4.1.1 การอำนวยความสะดวกในการเข้า และออกประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่า เป็นต้น

4.1.2 การให้บริการท่องเที่ยว เป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่การให้บริการ 5 ประเภท คือ

1. บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว
2. บริการที่พักแรม
3. บริการอาหารและบันเทิง
4. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
5. บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ

4.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความความสะดวกสบายในความเป็นอยู่ และส่งผลเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพิบาล การศึกษา และการสาธารณสุข

4.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน การเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการ

ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม และความเดือดร้อนต่างๆที่จะเกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นชิงทรัพย์ ลิน การก่อความไม่สงบ และความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสริม หรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่นการบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการรักษาพยาบาล

การศึกษาลักษณะการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวนั้น ทำให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการไปท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยจะนำมาเป็นแนวทางในการตั้งคำถามในแบบสอบถามในส่วนขององค์ประกอบการท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ทั้งนี้เพื่อนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

#### 4. การตลาดในการท่องเที่ยว

การตลาดคือการทำหลายๆประการเพื่อจัดให้มีผู้ประสงค์จะบริโภคให้พบกับอุปทานที่จะบริโภคแล้วเกิดการบริโภคขึ้น กล่าวอย่างเป็นวิชาการ การตลาดในการท่องเที่ยว คือ ความพยายามปฏิบัติอย่างมีระบบและอย่างมีการประสานกันเป็นอย่างดี ระหว่างองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติกับวิสาหกิจท่องเที่ยวอื่นๆทั้งในระดับระหว่างชาติ ระดับชาติ และระดับท้องถิ่น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวทั้งอย่างเป็นกลุ่มและเอกชนได้รับความพอใจมากที่สุดในการท่องเที่ยวของเขา โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง (ดูย ชุมสาย. 2527 : 189 -190)

คติที่จะต้องยึดมั่นในการปฏิบัติตามการตลาดมีดังต่อไปนี้

- การตลาดเป็นการกระทำที่จะต้องปฏิบัติต่อเนื่องกันไปโดยหยุดหย่อนมิได้ และจะต้องรอรับเงื่อนไขเพื่อเปลี่ยนแปลงปรับปรุง

- โครงสร้างขององค์กร วิธีปฏิบัติในองค์กร ทำที่ของพนักงานในองค์กรให้รับกับกระแสความเคลื่อนไหวในตลาด

- รูปแบบและเทคนิคการบริหารงานในเมื่อสภาพของตลาดเรียกกร้อง

การตลาดเป็นเทคนิคที่เกิดจากการประสานกันอย่างดีของเทคนิคการวิจัย เทคนิคการพยากรณ์ การเลือก การตลาดต้องถือความพอใจของผู้บริโภคเป็นใหญ่ โดยให้การบริโภคนั้นดำเนินอย่างเหมาะสมกับสภาพของอุปสงค์และอุปทาน ถ้าสินค้าไม่พอตลาดก็จะเป็นตลาดของผู้ขาย ถ้าสินค้าเหลือเพื่อก็จะเป็นตลาดของผู้ซื้อ ในธรรมชาติของการท่องเที่ยว ตลาดมักเป็นของผู้

ชื่อ เพราะการท่องเที่ยวมีใช้ปัจจัยสำคัญของการดำรงชีวิต การท่องเที่ยวเป็นสิ่งบำบัดความจำเป็น ความต้องการในระดับจิตวิทยา และในระดับสังคม แต่ธุรกิจการท่องเที่ยวคือการสร้างนักท่องเที่ยว ขึ้นจากคนสามัญและนั่นคือการทำให้คนสามัญที่รู้สึกเฉยๆกับการท่องเที่ยวนี้กลายเป็นนักท่องเที่ยวขึ้นมา

การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (นิคม จารุมณี. 2535 : 181) หมายถึงแนวความคิด หรือปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัย การตลาด การพยากรณ์การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการ เพื่อให้ ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุด ในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมี จุดเน้นสำคัญ 3 ประการคือ

1. มุ่งเน้นประเด็นที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวทราบโดยการวิจัยตลาดและพยากรณ์ความต้องการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับวงจรชีวิตของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการนำมา

ประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายของธุรกิจท่องเที่ยว

## 5. จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่ง ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งมี วัตถุประสงค์ต่าง ๆ กันดังนี้ (อุษณีย์ ศรีภูมิ. 2544 : 13)

1. ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่างๆเป็นการท่องเที่ยว เพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ด้าน วัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างกันออกไป
2. การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่น กีฬา การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริการที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ
3. ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปยังสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
4. อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การศึกษาเปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้
5. อื่นๆ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์นี้ มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด วันเทศกาลต่างๆ

## 6. ประวัติของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นตึกผู้ป่วยหลังแรกของโรงพยาบาลเมื่อปี พ.ศ.2452 โดยท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ชุ่ม อภัยวงศ์) ได้จ้างเหมาบริษัทไฮวาร์ด เออร์สกิน ตามแบบศิลปะบาโร้คของตะวันตก มีความประสงค์จะสร้างตึกหลังนี้เพื่อใช้เป็นที่พักแรมของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หากเสด็จมณฑลปราจีนบุรีอีก หลังจากเสด็จครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2451 แต่พระองค์สวรรคตเสียก่อนในปี พ.ศ.2453 อย่างไรก็ตามตึกหลังนี้ยังคงใช้เป็นที่พักแรมของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวในปี พ.ศ.2455 รวมทั้งพระบรมวงศานุวงศ์อีกหลายพระองค์คราเสด็จมณฑลปราจีนบุรี โดยที่ท่านเจ้าของตึกไม่เคยใช้ตึกหลังนี้เป็นที่พำนักส่วนตัวเลย ตราบจนถึงสิ้นอายุขัยในปีพ.ศ.2465 จึงได้มีการตั้งศพของท่านไว้ชั้นบนของตึกนี้ก่อนการพระราชทานเพลิงศพในปีเดียวกัน

หลังการอสัญกรรมของท่าน ตึกหลังนี้ตกเป็นของตระกูลอภัยวงศ์และเมื่อหลานสาวคนหนึ่งของท่านได้รับการสถาปนาเป็นพระนางเจ้าสุวัทนาพระราชเทวีในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ตระกูลอภัยวงศ์จึงได้ถวายกรรมสิทธิ์ในตึกหลังนี้ตลอดจนบ้านและที่ดินบริเวณนั้นให้กับพระนางเจ้าสุวัทนาต่อมาในปี 2480 เมื่อพระองค์จะโดยเสด็จเจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดาพระราชธิดาไปประทับที่ประเทศอังกฤษจึงประทานที่ดินและสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดนี้แก่มณฑลทหารบกที่ 2 จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อให้เป็นสถานพยาบาลสำหรับทหารและประชาชนทั่วไป ซึ่งต่อมาได้โอนมาเป็นของกรมสาธารณสุข และโรงพยาบาลแห่งนี้ได้เป็นโรงพยาบาลประจำจังหวัดปราจีนบุรี ทำพิธีเปิดเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2484 และได้เปลี่ยนมาเป็นโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในวันที่ 24 มิถุนายน 2509 เพื่อรำลึกถึงบุญคุณของท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ผู้สร้างตึกและได้สร้างความเจริญรวมทั้งสาธารณสุขสมบัติให้กับจังหวัดปราจีนบุรีอย่างมากมาย

ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เดิมเป็นตึกอำนวยการได้มีการดัดแปลงทำชั้นล่างเป็นห้องตรวจโรค ห้องจำหน่ายยาและห้องผ่าตัด ชั้นบนทำหน้าที่รับคนไข้หญิง โดยมีเรือนคนไข้ชายแยกต่างหาก มีเตียงรับคนไข้ 50 เตียง มีโรงประกอบอาหารคนไข้ โรงซักฟอก ที่เก็บศพ เรือนพักคนทำงานบ้าน นายแพทย์ อย่างละ 1 หลัง บ้านพักพยาบาลอีก 3 หลัง การสัญจรติดต่อกับจังหวัดใช้ทางเรืออย่างเดียวจนใน พ.ศ. 2486 ได้มีการสร้างถนนติดต่อกับจังหวัดโดยขอที่ดินจากเอกชนคือ ถนนปราจีนอนุสรณ์เป็นถนนหน้าโรงพยาบาลในปัจจุบัน โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้ถูกใช้งานเป็นโรงพยาบาลจนถึงปี 2512 หลังจากที่ดินอำนวยการได้ก่อสร้างเสร็จ จากนั้นทางโรงพยาบาลจะใช้ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรประชุมสัมมนาในบางกรณี จนกระทั่งวันที่ 25 มกราคม 2533 กรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นโบราณสถาน

ในระหว่างการใช้เป็นโรงพยาบาลคาดว่ามีการดัดแปลงซ่อมแซมหลายแห่งแต่ไม่มีการบันทึกไว้ แต่เท่าที่ทราบคือ บานหน้าต่างเดิมเป็นบานกรอบไม้ติดกระจกทำลวดลายฝังด้วยกระจกสี ในเนื้อเป็นลวดลายแจกันและดอกไม้ ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นพื้นหินขัด เพื่อดัดแปลงเป็นห้องผ่าตัด บันไดปีกขวาได้ถูกรื้อไปเพื่อทำการเชื่อมกับเรือนเริ่มแรกที่ใช้เป็นเรือนคนไข้ชายดัดแปลงบันไดทางปีกขวามีการรื้อหัวเม็ดตรงราวบันได เพื่อสะดวกในการยกผู้ป่วยขึ้นข้างบน และมีการทาสีทับภาพปูนเปียกเพดานตึกทุกห้อง ซึ่งไม่ทราบว่ามีการทาสีทับในสมัยใด แต่เป็นที่โชคดีว่า ในช่วงก่อนการบูรณะในปี 2537 ทางโรงพยาบาลได้พบส่วนของลายที่ปรากฏให้เห็นบริเวณห้องโถงชั้นล่างปีกขวา ซึ่งได้แจ้งไปยังหน่วยศิลปากรที่ 5 ในช่วงการซ่อมแซมครั้งนั้น จึงได้ลอกสีและซ่อมแซมลายปูนเปียกบนเพดานทั้งหมดยกเว้นห้องโถงกลางชั้นบนลายปูนเปียกได้หายไป อาจเพราะการกะเทาะปูนแล้วฉาบใหม่ก่อนทาสี เป็นที่น่าเสียดายอย่างยิ่ง เพราะแต่ละห้องมีลายปูนเปียกที่งดงามมาก

ในปี พ.ศ.2537 ทางโรงพยาบาลได้รับเงินพัฒนาจังหวัดสมทบกับเงินบริจาค นำมาบูรณะซ่อมแซมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จนกระทั่งมีความสวยงามใกล้เคียงสภาพเดิมและเพื่อให้สถานที่นี้เป็นโบราณสถานที่มีคุณค่ามีประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างแท้จริง ทางโรงพยาบาลจึงจัดให้มีโครงการพิพิธภัณฑ์การแพทย์แผนไทย วัตถุประสงค์คือ ให้เป็นแหล่งศึกษา ค้นคว้า อ้างอิงรวบรวมการอนุรักษ์ตำรายาไทย การแพทย์ไทย การแพทย์พื้นบ้านของจังหวัดปราจีนบุรี รวมทั้งมีการดำเนินการเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวให้กว้างยิ่งขึ้น

ปี 2538 ผู้อำนวยการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ได้ประกาศนโยบาย “โรงพยาบาลนำอยู่ นำท่องเที่ยว” เปิดให้ประชาชนเข้าชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรฟรีทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการและยังจัดอาสาสมัครจากฝ่ายการตลาดเพื่อนำชมและอธิบายความเป็นมาและความรู้ด้านสมุนไพรและการแพทย์แผนไทยให้กับผู้สนใจโดยไม่คิดมูลค่า ทั้งยังจัดทำโครงการมรดกเทศก์ท้องถิ่นและได้มีการทำการเปิดพิพิธภัณฑ์การแพทย์แผนไทยอย่างเป็นทางการในวันที่ 24 มิถุนายน 2539

นอกจากนี้ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ยังได้ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์และละครหลายเรื่อง เช่น ฟ้าทะเลลายใจ ปริศนา ฟ้าเพียงดิน บ่วงบรรจถรณ์ ก็ว่าจะไม่รัก และอีกหลายๆเรื่อง จนทำให้ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นที่รู้จักทั่วประเทศไทย ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรจึงเป็นทุนทางวัฒนธรรมชิ้นหนึ่งที่น่ามาใช้เพื่อพัฒนาสังคม เชื่อมโยงมิติทางด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพในที่สุด

ทางโรงพยาบาลจึงได้จัดตั้งมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรโดยแบ่งภารกิจหลักของมูลนิธิเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายศิลปกรรมของโรงพยาบาลและฝ่ายพัฒนาภูมิปัญญาไทย โดยฝ่ายพัฒนาภูมิปัญญาไทยมีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งรวบรวมการวิจัยและพัฒนาด้านโรงงานผลิตและด้านการตลาด

## 7. ความเป็นมาของงานสมุนไพร

การพัฒนาสมุนไพรอภัยภูเบศรแบ่งได้เป็น 3 ยุค

ยุคแรก : ยุคส่งเสริมการพึ่งตนเองและสืบทอดภูมิปัญญาไทย

นับตั้งแต่ปี 2526 เป็นต้นมา โรงพยาบาลได้มีการพัฒนาสมุนไพรมาอย่างต่อเนื่อง โดยเข้าไปส่งเสริมการใช้สมุนไพรเพื่อการพึ่งตนเองในชุมชน ซึ่งทำให้ทราบว่าภูมิปัญญาในการใช้ประโยชน์จากพรรณพืชมากมายที่สะสมกันมาหลายชั่วอายุคนในชุมชน ดังนั้นเภสัชกรในโรงพยาบาลจึงได้เข้าไปเรียนรู้ภูมิปัญญาเหล่านั้นสะสมข้อมูล และนำวิจัยพัฒนาเป็นยาขึ้นใช้ในโรงพยาบาล

ยุคที่สอง : ยุคพัฒนาสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจชุมชน

ในปี 2540-2541 ประเทศไทยเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ โรงพยาบาลจึงได้นำภูมิปัญญาที่ได้เก็บรวบรวมไว้และสมุนไพรจากชุมชน มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยเศรษฐกิจชุมชนโดยขยายผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากที่มีเฉพาะยาให้ครอบคลุมถึงอาหารเสริม เครื่องสำอางและเครื่องดื่ม

จากการพัฒนาสมุนไพรของโรงพยาบาล ได้จุดประกายให้ผู้คนในสังคมเห็นคุณค่าของการพัฒนาสมุนไพร บนพื้นฐานภูมิปัญญาและวิชาการสมัยใหม่

ยุคที่สาม : พัฒนาสมุนไพรสู่สากล

จากการพัฒนาการผลิตต่อเนื่อง การควบคุมคุณภาพ โดยยึดมาตรฐานสากลเป็นแนวทางในการพัฒนา ทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรได้รับความสนใจจากต่างประเทศ ต่อเนื่องแต่จากกฎระเบียบทางราชการทำให้โรงพยาบาลไม่สามารถขอขึ้นทะเบียนตำรับจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้

### ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร

จากการที่ทั่วโลกได้หันกลับมานิยมผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติกันมากขึ้น เนื่องจากมีความปลอดภัยสูงและมีคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ทั้งการเป็นยารักษาโรค อาหารบำรุง

สุขภาพ เครื่องสำอาง หรือเครื่องสำอางสมุนไพร มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกลุ่มต่างๆดังนี้

### ยาจากสมุนไพร

โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเริ่มพัฒนายาจากสมุนไพรมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 สมุนไพรตัวแรกที่พัฒนาเป็นยาคือ เสลดพังพอนตัวเมียหรือพญาขอ โรงพยาบาลจะเลือกสมุนไพรที่มีความปลอดภัยสูงและมีข้อมูลทางวิทยาศาสตร์สนับสนุนการใช้ระดับหนึ่ง ปัจจุบันยาจากสมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรขึ้นทะเบียนเป็นยาแผนโบราณ โดยมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีทั้งสิ้น 30 ชนิด และยังมีพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ที่นิยมมากที่สุด คือ ยาแก้ไอมะขามป้อม ผลิตภัณฑ์ล่าสุดคือ Garcidine ยาทาแผลจากเปลือกมังคุดอยู่ระหว่างการขอขึ้นทะเบียน อย.

### เครื่องสำอางสมุนไพร

โรงพยาบาลได้ส่งเสริมให้ประชาชนหันมาตีสมุนไพรมานำส่วนผสมมาตั้งแต่ปี 2542 โดยคัดสรรสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ที่คนไทยในอดีตนิยมตีเป็นเครื่องสำอางสุขภาพ คือ ว่านกาบหอย ว่านหางจระเข้ ดอกอัญชัน มะขามป้อม สมอไทย มะตูม ยอ ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย

### เครื่องสำอางสมุนไพร

สมุนไพรคืออาหารของผิวพรรณและเส้นผม ทั้งยังช่วยป้องกันฟื้นฟู ดูแลรักษาสุขภาพในมิติของการเป็นเครื่องสำอาง โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้ประดิษฐ์คิดค้นเครื่องสำอางจากสมุนไพรโดยสกัดสารจากสมุนไพรด้วยตนเอง จึงมั่นใจว่ามีคุณค่าสมุนไพร ในผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรจริงๆ ทั้งยังมีการควบคุมคุณภาพการผลิต ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP และผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผิวหนัง ผิวหน้า และใช้ในการล้างหน้าคือ ครีมแตงกวา โลชั่นขมิ้น และครีมล้างหน้า ได้ผ่านการทดสอบจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ว่าไม่มีการระคายเคือง (Clinical Proven Non-irritation Test) ปัจจุบันผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรทำเป็นเครื่องสำอางมีทั้งสิ้น 31 ชนิด ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ยาจากสมุนไพร 29 ชนิด

เครื่องสำอาง 8 ชนิด

เครื่องสำอาง 31 ชนิด

**ผลตอบแทนที่ได้รับเป็นความภาคภูมิใจและเป็นกำลังใจสำหรับการพัฒนาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรให้ยั่งยืนคู่สังคมไทยสืบไป ได้แก่**

- รางวัล “สมุนไพรไทยคุณภาพ” ประจำปี 2544

- รางวัล “คุณภาพสมุนไพรรไทย” ปี 2545
  - รางวัล “โครงการดีเด่นของชาติ” ประจำปี 2545
  - รางวัล “อุตสาหกรรมท่องเที่ยวดีเด่น” ปี 2545
  - รางวัล ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี “อุตสาหกรรมดีเด่น “ ประจำปี 2547
- ( The Prime Minister’s Industry Award 2004)

## 8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ศรีประภา ชัยวรรณวัฒน์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จำนวน 410 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบ t- test Independent, ANOVA และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน โดยใช้โปรแกรม SPSS ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อายุ 25-34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่คือ พนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 11,801-17,100 บาทและส่วนใหญ่สถานภาพโสด และพบว่าวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวก็คือต้องการมาพักผ่อนมากที่สุด การรับรู้ข่าวสารปรากฏว่านักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากสื่อประเภทนิตยสาร/วารสารมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับสูง ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก มีผู้ร่วมเดินทาง ระหว่าง 2-10 คน มากับเพื่อนระยะเวลาการมาพักคือ 1-2 คืน

อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 480 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชายทะเลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท สถานภาพโสด วัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวคือเพื่อ



การพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญมากในเรื่องของปัจจัยทางธรรมชาติ หมู่เกาะที่ประทับใจคือเกาะเสม็ด ชายทะเลที่เลือกในการเล่นน้ำ คือ แหลมแม่พิมพ์ นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อที่มีใช้บุคคลคือโทรทัศน์มากที่สุด ปัญหาในการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญคือความปลอดภัย พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่คือไม่ค้างคืน เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะมีการวางแผนเดินทางล่วงหน้า ส่วนใหญ่เดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์ และเลือกท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคมและรู้สึกประทับใจในการมาท่องเที่ยวที่ระยอง

ธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่เดินทางมาจากทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-24 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชน รายได้น้อยกว่า 1,000 US\$ต่อเดือน แหล่งข้อมูลส่วนใหญ่ได้รับจากเพื่อนหรือญาติมากที่สุด และเพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว

ศศิธร สามารถ (2545: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชนหรือรับจ้าง มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด สถานที่พักคือโรงแรม ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการมาท่องเที่ยว ประเภทกิจกรรมที่ชอบคือ การดำน้ำ/ ชมปะการัง จำนวนเงินที่ใช้จ่ายมากที่สุดคือ 4,001- 5,000 บาท และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด คือความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวน 1 ครั้งในเวลา 3 ปี และใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในกระบี่ 3-5 วัน และมีความมั่นใจว่าในอนาคตจะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์มากที่สุด มีความพึงพอใจต่อสถานที่อยู่ในระดับสูง ส่วนใหญ่พึงพอใจหมู่เกาะพีพีมากที่สุด

ปาริชาติ รอยเรืองพานิช (2543: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคใต้ของไทย (ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากรับข่าวสารจาก

โทรทัศน์และเจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว การเปิดรับข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีสื่อบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด การรับทราบข่าวสารส่วนใหญ่รับจากโทรทัศน์ นักท่องเที่ยวส่วนมากใช้เวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 เดือน ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวภาคใต้มีความสัมพันธ์กับอายุ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนตัวต่อเดือน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และความถี่ของการรับสื่อ แต่สื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจ

ประสพพร พุ่มพวง (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีเพศ สถานภาพ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน ใช้ปัจจัยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน และมีการใช้อยู่ในระดับสูง กล่าวคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน สินค้าของที่ระลึก การรับรู้ข่าวสารข้อมูล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ในระดับสูง

เนาวรัตน์ พลายน้อย;และคณะ ( 2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การพักผ่อน เยี่ยมญาติ และปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา แหล่งที่นักท่องเที่ยวไปมากที่สุด คือ ศูนย์การค้า ตลาดในเมือง วัด ภูเขา น้ำตก ทะเล และเกาะ โดยสิ่งจูงใจคือผลพลอยได้จากการได้ทำกิจกรรมอื่นๆ และอาศัยช่วงเวลาที่มีการท่องเที่ยวไปด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยจะไปทัศนศึกษามากกว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่ครอบครัวมีรายได้สูงจะมีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยแต่ละครั้ง ค่อนข้างมากในทางบวก การพิจารณากลุ่มอาชีพแล้วพบว่าควรเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มแม่บ้าน

วราทิพย์ ธรรมสังคีติ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการเรือสำราญอันดามันปรีนเซส พบว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการเรือสำราญอันดามันปรีนเซสที่มีต่อการท่องเที่ยวเรือสำราญอันดามันปรีนเซสจะมีทัศนคติที่ดีมาก ในด้านความปลอดภัยในการเดินทาง การให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับและพนักงานในห้องอาหาร และความเอาใจใส่ดูแลของมัคคุเทศก์ และผู้ให้บริการเรือสำราญอันดามันปรีนเซสที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการเรือสำราญอันดามันปรีนเซสแตกต่างกัน ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มากับครอบครัวมากที่สุด ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ผู้วิจัยจึงนำเอาปัจจัยต่างๆที่ได้มาเหล่านี้รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์;และคณะ 2541: 128-130)องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงส์.2542) ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การรับรู้ข่าวสาร และความคิดเห็นต่างๆ (Morrison. 1989 : 63) เป็นหลักในการทำวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

2542	2543	2544	2545	2546	2547
6,345	11,047	17,776	24,847	23,298	25,590

\* สถิติดังกล่าวเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีเอกสารยืนยันการมาท่องเที่ยวเท่านั้น

ที่มา : สถิตินักท่องเที่ยว. ฝ่ายการตลาด โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร. 2548

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตาราง ทาโรยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 24 ; อ้างอิงจาก Taro Yamane. n.d.) โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อถือได้ร้อยละ 95

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น  
 e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น  
 ดังนั้น จะได้ขนาดตัวอย่าง

$$n = \frac{25,590}{1 + (25,590)(0.05)^2}$$

$$= 394 \quad \text{คน}$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างไว้ 16 คน (ประมาณ 4 % ของกลุ่มตัวอย่าง) รวมเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 410 คน

### ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling) โดยสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย 410 คน

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 ส่วนมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามแบบที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) จำนวน 5 ข้อ โดยในแต่ละข้อ ระดับการวัดข้อมูลเป็นดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชายและหญิง โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal scale)

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยแบ่งเป็น 5 ช่วง ดังนี้ (อรรวรรณ ธรรมตั้งมั่น : บทคัดย่อ. 2547)

1. ต่ำกว่า 20 ปี
2. 20-29 ปี
3. 30-39 ปี

4. 40-49 ปี

5. 50 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย
3. อนุปริญญา
- 4.ปริญญาตรี
5. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) (อรรถวรรณธรรมตั้งมั่น : บทคัดย่อ. 2547)

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท
2. 5,001-10,000 บาท
3. 10,001-15,000 บาท
4. 15,001 บาทขึ้นไป

ข้อที่ 5 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal scale)

1. นักเรียน/นักศึกษา
2. รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน
4. ธุรกิจส่วนตัว
5. อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบ Interval แบ่งระดับการรับรู้เป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และไม่เคยรับรู้

รับรู้มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5
รับรู้มาก	มีค่าเท่ากับ	4
รับรู้ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3
รับรู้น้อย	มีค่าเท่ากับ	2
ไม่เคยรับรู้	มีค่าเท่ากับ	1

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราวัดแบบ Semantic differential scale จำนวน 18 ข้อ

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544 : 29 ดังนี้)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลแบบสอบถาม ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับดี

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับไม่ดี

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร เป็นคำถามแบบ Interval และคำถามแบบปลายเปิดจำนวน 3 ข้อ แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

ดีมาก	มีค่าเท่ากับ	5
ดี	มีค่าเท่ากับ	4
ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3
น้อย	มีค่าเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

ประกอบด้วยแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) จำนวน 4 ข้อ คำถามปลายเปิด (Open ended response question) จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ประกอบด้วยคำถามแบบ Semantic differential scale จำนวน 2 ข้อ

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

2. กำหนดโครงร่างแบบสอบถามตามประเด็นสำคัญของจุดมุ่งหมาย และขอบเขตของการศึกษา

3. นำร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแก้ไขและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

4. นำแบบสอบถามให้คณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม

5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ แก่สำนวนภาษาและความครอบคลุมของเนื้อหา

6. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบแล้วไปทดลองใช้

7. ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

### การหาคุณภาพเครื่องมือ

การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจแก้ไขเนื้อหา ภาษาให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์แล้วนำมาปรับปรุงเพื่อให้เนื้อหาและข้อคำถามต่างๆตรงกับกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ต้องการวัด

2. การวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือวัด โดยจะนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับประชากรที่ศึกษาจำนวน 50 ชุด แล้วนำแบบทดสอบนั้นมาทดสอบหาความเชื่อมั่น



ของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) และทำการแก้ไขข้อบกพร่องให้เหมาะสมแล้วจึงนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปให้กลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 394 ชุด ในการทดสอบครั้งนี้มีค่าเท่ากับ .8048

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้มีรายละเอียดดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยใช้ประกอบกับการจัดส่งแบบสอบถามเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามไปแจกนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว พร้อมทั้งคัดเลือกเฉพาะที่ตอบแบบสอบถามครบถ้วนเท่านั้น
3. นำแบบสอบถามมาบันทึกลงรหัส และตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้และนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

### การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำข้อมูล
  - 1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมด
  - 1.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส ในแบบลงรหัสเพื่อสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์
  - 1.3 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS เพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
  - 2.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptives Statistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ
    - 2.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
    - 2.1.2 การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ โบราณสถานที่เก่าแก่ บริการ การแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.1.4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.1.5 มูลค่าการซื้อสมุนไพรของนักท่องเที่ยวชาวไทย หาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.1.6 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์ เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ใช้ตารางแจกแจงความถี่เป็นร้อยละ (Percentage) ความถี่และค่าใช้จ่ายใน การทำกิจกรรมในการท่องเที่ยว หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบ สมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่างของ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์ เจ้าพระยาอภัยภูเบศร และใช้สถิติ ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความ แตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และการรับรู้ข่าวสาร กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร หากพบความแตกต่างจะทดสอบต่อ เพื่อ หว่าตัวแปรคู่ใดที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน หากไม่พบรายคู่จะทดสอบ LSD อีกครั้ง รวมทั้งหา สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการ ท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย ภูเบศร ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพรกับมูลค่าการ ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

### 3. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้สถิติ t-test เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ และ การศึกษา กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ใช้สถิติ ANOVA เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ โบราณสถานที่เก่าแก่ บริการทางการแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 5 มูลค่าการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

การวิเคราะห์ที่ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

#### 4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

##### 4.1 สถิติพื้นฐานประกอบด้วย

1) การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร ดังนี้ (อภิรักษ์ จันตะนี. 2538 : 182)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ หรือ เปอร์เซนต์
	f	แทน	ความถี่ที่สำรวจได้
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด หรือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายผลของข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 4)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้เพื่อแสดงการกระจายของข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 65)

$$S.D. = \frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{\sqrt{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

#### 4.2 ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545 : 449-450)

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k / \overline{\text{COVARIANCE}} / \overline{\text{VARIANCE}}}{1 + (k-1) \overline{\text{COVARIANCE}} / \overline{\text{VARIANCE}}}$$

เมื่อ Cronbach's Alpha แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ  
 k แทน จำนวนคำถามของแบบสอบถาม  
 $\overline{\text{COVARIANCE}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ  
 $\overline{\text{VARIANCE}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

#### 4.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1) ค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ในด้านเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2523 : 83)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-  
 $\bar{x}_1 - \bar{x}_2$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ  
 $S_1^2 + S_2^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ  
 $n_1, n_2$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ  
 df แทน ชั้นของความเป็นอิสระ ( $n_1+n_2-2$ )

2) ค่า Anova (One-way Analysis of Variance) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ (ยกเว้นเพศ) โดยใช้สูตร F-test (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 112)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
	$MS_b$	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
	$MS_w$	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม
	df	แทน	ชั้นของความอิสระได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1), ในกลุ่ม (n-k)

3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าที่เราใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจะเรียกว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Pearson Product Moment Correlation Coefficient เป็นค่าที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ชุด ข้อมูลที่ใช้จะต้องเป็นข้อมูลชนิดอันตรภาค (Interval data) และข้อมูลชนิดอัตราส่วน (Ratio data) ที่เป็นไปตามข้อตกลงที่ว่า ข้อมูลจะต้องได้มาจากข้อมูลที่มีการแจกแจงแบบโค้งปกติ (Normality assumption) สูตรที่ใช้ในการคำนวณคือ (สุวิชาน มนแพวงศานนท์. 2543 : 139).

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	$r_{xy}$	คือ	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Pearson Product Moment Correlation Coefficient
	$x$	คือ	ค่าของตัวแปรชุดที่ 1
	$y$	คือ	ค่าของตัวแปรชุดที่ 2
	$n$	คือ	จำนวนคู่ของข้อมูล

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient,  $r$ ) ที่ได้จะมีค่าตั้งแต่ -1 ถึง 1 สามารถจำแนกได้ 3 แบบดังต่อไปนี้

เมื่อ  $r > 1$  เรียกว่า ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์ทางบวก คือมีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าตัวแปรหนึ่งมีค่าเพิ่ม (หรือลด) อีกตัวหนึ่งก็จะเพิ่ม (หรือลด) ตาม

$r < 1$  เรียกว่า ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์ทางลบ คือมีความสัมพันธ์ไปในทางตรงข้าม กล่าวคือ ถ้าตัวแปรหนึ่งมีค่าเพิ่ม (หรือลด) อีกตัวหนึ่งก็จะลด (หรือเพิ่ม) ตาม

$r = 0$  เรียกว่า ตัวแปรทั้ง 2 ไม่มีความสัมพันธ์แบบ เชิงเส้นตรงต่อกัน

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( พวงรัตน์, 2540 : 144 ) ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

ค่าของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ )	ระดับความสัมพันธ์
0.80 ขึ้นไป	สูง
0.60 – 0.79	ค่อนข้างสูง
0.40 – 0.59	ปานกลาง
0.20 – 0.39	ค่อนข้างต่ำ
ต่ำกว่า 0.20	ต่ำ

นอกจากนี้ค่าสัมประสิทธิ์  $r$  จะบอกถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีมากน้อยเพียงใด กล่าวคือถ้าค่าสัมประสิทธิ์  $r$  มีค่าใกล้เคียง 1 หรือ -1 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กันสูง และถ้าค่า  $r = 1$  หรือ -1 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันแบบสมบูรณ์ โดยสามารถนำตัวแปรหนึ่งไปอธิบายอีกตัวแปรหนึ่งได้ดี แต่ในกรณีค่า  $r = 0$  ไม่ได้หมายความว่าตัวแปรทั้ง 2 ไม่มีความสัมพันธ์กัน เพียงแต่บอกได้ว่าทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันแบบเส้นตรงเท่านั้น แต่อาจจะมีความสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ เช่น แบบเส้นโค้ง วงกลม ซึ่งวิธีนี้ยังไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นความสัมพันธ์รูปแบบใด จะต้องใช้วิธีพิจารณาจากลักษณะของกราฟว่าใกล้เคียงกับรูปแบบใด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ(Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมคะแนนเบี่ยงเบนกำลังสอง(Mean of Square)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
H <sub>0</sub>	แทน	สมมติฐานหลัก
H <sub>1</sub>	แทน	สมมติฐานรอง
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

#### การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 7 ส่วนตามลำดับดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบของการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร



ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลมูลค่าการซื้อสมุนไพรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน  
โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	140	34.1
หญิง	270	65.9
รวม	410	100.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	66	16.1
20 - 29 ปี	77	18.8
30 - 39 ปี	72	17.6
40 - 49 ปี	151	36.8
50 ปี ขึ้นไป	44	10.7
รวม	410	100.0

ตาราง 1 (ต่อ) แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>การศึกษา</b>		
มัธยมต้นหรือต่ำกว่า	21	5.1
มัธยมปลาย	36	8.8
อนุปริญญา	60	14.6
ปริญญาตรี	268	65.4
สูงกว่าปริญญาตรี	25	6.1
รวม	410	100.0
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	54	13.2
5,001-10,000 บาท	85	20.7
10,001- 15,000 บาท	69	16.8
15,001 บาท ขึ้นไป	202	49.3
รวม	410	100.0
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	79	19.3
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	160	39.0
พนักงานบริษัทเอกชน	100	24.4
ธุรกิจส่วนตัว	42	10.2
อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน	29	7.1
รวม	410	100.0

ผลจากตาราง 1 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 410 คน โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 151 คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

การศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 21 คิดเป็นร้อยละ 5.1 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้านการศึกษา และอาชีพมีความแตกต่างทางด้านจำนวน(ความถี่)ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลด้านดังกล่าว มาแบ่งชั้นจำนวน(ความถี่)ใหม่ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	57	13.9
อนุปริญญา	60	14.6
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	293	71.5
รวม	410	100.0
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	79	19.3
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	160	39.0
พนักงานบริษัทเอกชน	100	24.4
อื่นๆ เช่น แม่บ้าน ธุรกิจส่วนตัว	71	17.3
รวม	410	100.0

ผลจากตาราง 2 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่) ซึ่งใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

การศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 และระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 160 คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 79 คิดเป็นร้อยละ 19.3 และอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน

โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นแบบมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert scale) จำนวน 9 ข้อ รายข้อ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษามีดังนี้

ตาราง 3 แสดงผลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

การรับรู้ข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย (MEAN)	S.D.	ระดับการรับรู้
โทรทัศน์	3.71	.882	มาก
วิทยุ	3.44	1.189	มาก
อินเทอร์เน็ต	3.04	1.045	ปานกลาง
นิตยสารต่างๆ เช่น ชีวจิต	3.75	1.172	มาก
โปรแกรมทัวร์	3.25	1.004	ปานกลาง
ป้ายโฆษณาต่างๆ	3.62	2.370	มาก
หนังสือพิมพ์,วารสารต่างๆ	3.66	.922	มาก
บุคคลรอบตัว เช่น พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อน คนรู้จัก เป็นต้น	4.02	.908	มาก
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.63	1.006	มาก

จากตาราง 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรีรับรู้ข่าวสารมากที่สุดคือ จากบุคคลรอบตัว นิตยสารต่างๆ โทรทัศน์ วารสารโฆษณาประชาสัมพันธ์ และวิทยุ ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 3.74 3.71 3.66 3.63 และ 3.44 ตามลำดับ ส่วนแหล่งข้อมูลที่รับรู้ปานกลางคือ โปรแกรมทัวร์ และ อินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และ 3.04 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามที่ใช้วัดความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว จำนวน 18 ข้อ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทั้งนี้แบ่งเป็น

โบราณสถานเก่าแก่ บริการการแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ  
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย ผลการศึกษามีดังนี้

ตาราง 4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (MEAN)	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>1. โบราณสถานเก่าแก่</b>			
ความน่าสนใจในประวัติความเป็นมา (น่าสนใจ→ไม่น่าสนใจ)	4.09	.50	ดี (ค่อนข้างน่าสนใจ)
ความสวยงามของลวดลายและศิลปะต่างๆใน การสร้างตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร (สวยงาม→ธรรมดา)	4.22	.78	ดีมาก (สวยงาม)
ความงดงามของตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร (งดงาม→ธรรมดา)	4.31	.82	ดีมาก (งดงาม)
รวม	4.21	.38	ดีมาก
<b>2. บริการการแพทย์แผนไทย</b>			
การฝังเข็ม(ได้ผล→ไม่ได้ผล)	3.70	.73	ดี (ค่อนข้างได้ผล)
การนวดตัว(หาย→เมื่อย)	4.35	.68	ดีมาก (หายเมื่อย)
การนวดคลายเครียด(ได้ผล→ไม่ได้ผล)	4.40	.69	ดีมาก (ได้ผล)
การนวดประคบสมุนไพร(ได้ผล→ไม่ได้ผล)	4.20	.73	ดี (ค่อนข้างได้ผล)
นวดฝ่าเท้า(ผ่อนคลาย→ไม่ผ่อนคลาย)	4.40	.67	ดีมาก (ผ่อนคลาย)
รวม	4.21	.38	ดีมาก

องค์ประกอบที่ข้องเกี่ยว	ค่าเฉลี่ย (MEAN)	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>3. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร</b>			
ยาสมุนไพร (ได้ผล→ไม่ได้ผล)	3.94	.52	ดี (ค่อนข้างได้ผล)
เครื่องดื่มสมุนไพร(อร่อย→ไม่อร่อย)	4.44	.71	ดีมาก (อร่อย)
เครื่องสำอางสมุนไพร(ดี→ด้อย)	4.17	.63	ดี (ดี)
รวม	4.20	.41	ดี
<b>4. สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ</b>			
สถานที่ (จูงใจ→ไม่จูงใจ)	3.93	.59	ดี (ค่อนข้างจูงใจ)
บรรยากาศ (เย็น→ ร้อน)	4.24	.072	ดีมาก (เย็น)
วิว ทิวทัศน์ (ดึงดูด→ไม่ดึงดูด)	4.03	.73	ดี (ค่อนข้างดึงดูด)
รวม	4.07	.57	ดี
<b>5. วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย</b>			
ความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์การแพทย์ (มาก→น้อย)	4.18	.64	ดี (ค่อนข้างมาก)
วิธีการรักษาโดยภูมิปัญญาชาวบ้านเมื่อเทียบกับ กับการแพทย์แผนปัจจุบัน (ดีกว่า→ด้อยกว่า)	3.36	.80	ปานกลาง (ปานกลาง)
วิธีการดำเนินชีวิตด้านการรักษาโรคไสมัย โบราณ(น่าศึกษา→ไม่น่าศึกษา)	4.14	.67	ดี (ค่อนข้างน่าศึกษา)
เครื่องมือเครื่องใช้ในสมัยโบราณ (มีคุณค่า→ด้อยคุณค่า)	4.05	.56	ดี (ค่อนข้างมีคุณค่า)
รวม	3.93	.43	ดี

จากตาราง 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ โบราณสถานเก่าแก่ บริการแพทย์แผนไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในระดับดีได้แก่ ผลិតภัณฑ์สมุนไพร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 4.07 และ 3.93 ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า

ด้านโบราณสถานที่เก่าแก่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและลวดลายและศิลปะต่างๆในการสร้างตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ 4.22 ตามลำดับ และมีความคิดเห็นต่อประวัติความเป็นมาในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ด้านบริการแพทย์แผนไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบริการแพทย์แผนไทยในระดับดีมาก คือ การนวดคลายเครียด การนวดฝ่าเท้า และ การนวดตัว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 4.40 และ 4.35 ตามลำดับ สำหรับองค์ประกอบด้านบริการแพทย์แผนไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี คือ การนวดประคบสมุนไพร และการฝังเข็ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ 3.70 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรในระดับดีมาก คือ เครื่องดื่มสมุนไพร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และมีความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรระดับดี คือ เครื่องสำอางสมุนไพร และ ยาสมุนไพร โดยเฉลี่ยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และ 3.94 ตามลำดับ

ด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบรรยากาศในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในระดับดี คือ วิว ทิวทัศน์ และสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และ 3.93 ตามลำดับ

ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์การแพทย์ วิธีการดำเนินชีวิตด้านการรักษาโรคสมัยโบราณ เครื่องมือเครื่องใช้ในสมัยโบราณ ในระดับดี โดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 4.14 4.05 และมีความคิดเห็นต่อวิธีการรักษาโดยภูมิปัญญาชาวบ้านเมื่อเทียบกับการแพทย์แผนปัจจุบันในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.36



**ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร เป็นแบบมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert scale) โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แบ่งเป็น กลุ่มยาสมุนไพร กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร และกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร และ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ กลุ่มยาสมุนไพร กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร และกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มี ต่อประเภทของสมุนไพร

ความคิดเห็นที่มีต่อสมุนไพร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
กลุ่มยาสมุนไพร	3.91	.56	ดี
กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร	4.04	.67	ดี
กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร	3.97	.65	ดี
รวม	3.97	.53	ดี

จากตาราง 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรของ โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร และกลุ่มยาสมุนไพร อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.04 3.97 และ 3.91 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 5** การวิเคราะห์ข้อมูลมูลค่าการซื้อสมุนไพรของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของมูลค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของ นักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการซื้อสมุนไพร	Min.	Max.	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาสมุนไพร	0	500	108.29	107.63
ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางสมุนไพร	0	2020	162.53	156.41
ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางสมุนไพร	0	500	110.80	93.93
โดยเฉลี่ย			127.21	83.77

จากตาราง 6 ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรโดยเฉลี่ยเท่ากับ 127.21 บาท เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร เท่ากับ 162.53 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรต่ำสุดเท่ากับ 0 บาท และค่าใช้จ่ายสูงสุดเท่ากับ 2,020 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร เท่ากับ 110.80 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรต่ำสุดเท่ากับ 0 บาท และค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรสูงสุดเท่ากับ 500 บาท และกลุ่มยาสมุนไพร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 108.29 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อกลุ่มยาสมุนไพรต่ำสุดเท่ากับ 0 บาท และค่าใช้จ่ายในการซื้อสูงสุดเท่ากับ 500 บาท

**ส่วนที่ 6** การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่(ร้อยละ) ความถี่และค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมในการท่องเที่ยว โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาดังนี้

ตาราง 7 แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>พาหนะที่ใช้เดินทาง</b>		
รถยนต์ส่วนตัว	160	39.0
รถไฟ	10	2.4
รถโดยสารประจำทาง	9	2.3
รถบริษัทนำเที่ยว	158	38.5
บริการเช่ารถตู้	73	17.8
รวม	410	100.0
<b>เวลาที่เดินทางมาโรงพยาบาล</b>		
วันธรรมดา	55	13.4
วันหยุดสุดสัปดาห์	202	49.3
วันหยุดนักขัตฤกษ์	144	35.1

ตาราง 7 (ต่อ) แสดงจำนวน(ความถี่) และค่าร้อยละของพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

พฤติกรรมทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุดพักผ่อนประจำปี	9	2.2
รวม	410	100.0
<b>บุคคลที่มาด้วยส่วนใหญ่</b>		
กลุ่มเพื่อน	174	42.4
ครอบครัว	115	28.0
บริษัททัวร์	24	5.9
เพื่อนร่วมงาน	95	23.2
อื่นๆ เช่นญาติ	2	.5
รวม	410	100.0
<b>บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจ</b>		
ตัวท่านเอง	290	70.7
สามี/ภรรยา	27	6.6
พ่อแม่	39	9.5
คณะทำงาน	54	13.2
รวม	410	100.0

ผลการศึกษาจากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว  
นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยรถยนต์  
ส่วนตัว จำนวน 160 คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ รถบริษัทนำเที่ยว จำนวน 158 คิดเป็นร้อย  
ละ 38.5 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 เดินทางโดยรถไฟ จำนวน  
10 คิดเป็นร้อยละ 2.4 และเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3  
ตามลำดับ

เวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่  
โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ในวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ

49.3 รองลงมาคือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 วันธรรมดา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 และวันหยุดพักผ่อนประจำปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

บุคคลที่เดินทางมาด้วยส่วนใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมาคือ ครอบครัว จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 เพื่อนร่วมงาน จำนวน 95 คิดเป็นร้อยละ 23.2 บริษัททัวร์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และอื่นๆ จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจ พบว่า บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่นั้นเป็นตัวเอง จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมาคือ คณะทำงาน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 พ่อแม่ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และ สามี/ภรรยา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

พฤติกรรมท่องเที่ยว	Min.	Max.	ค่าเฉลี่ย	S.D.
จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยว	0	3,000	1147.93	718.56
ความถี่ในการมาเยี่ยมชม	1	20	2.17	1.90
ความถี่ในการฝังเข็ม	1	5	.22	.67
ความถี่ในการนวดตัว	0	25	1.79	3.98
ความถี่ในการนวดคลายเครียด	0	20	1.5	4.05
ความถี่ในการนวดประคบสมุนไพร	0	15	1.01	3.93
ความถี่ในการนวดฝ่าเท้า	0	10	1.68	2.71
ความถี่ในการมาพักผ่อน	0	10	2.06	1.86
ความถี่ในการมาศึกษา	0	10	2.07	1.69

จากตาราง 8 ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวต่ำสุดเท่ากับ 0 บาท และมีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวสูงสุดเท่ากับ 3,000 บาท โดยมีค่าเฉลี่ย 1147.93 บาท

ด้านความถี่ในการมาเยี่ยมชม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยา 2.17 ครั้ง โดยมีความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกต่ำสุดเท่ากับ 0 ครั้งและสูงสุด 20 ครั้ง

ด้านความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยใช้บริการฝังเข็ม .22 ครั้ง โดยมีความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มต่ำสุด 1 ครั้ง และ 5 ครั้ง

ด้านความถี่ในการนวดตัว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย 1.79 ครั้ง โดยมีความถี่ในการนวดตัวต่ำสุดเท่ากับ 0 และสูงสุด 25 ครั้ง

ด้านความถี่ในการนวดคลายเครียด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย 1.5 ครั้ง โดยมีความถี่ในการนวดตัวต่ำสุดเท่ากับ 0 และสูงสุด 20 ครั้ง

ด้านความถี่ในการนวดประคบสมุนไพร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย 1.01 ครั้ง โดยมีความถี่ในการนวดตัวต่ำสุดเท่ากับ 0 และสูงสุด 15 ครั้ง

ด้านความถี่ในการนวดฝ่าเท้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย 1.68 ครั้ง โดยมีความถี่ในการนวดตัวต่ำสุดเท่ากับ 0 และสูงสุด 10 ครั้ง

ด้านความถี่ในการมาพักผ่อน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย 2.06 ครั้ง โดยมีความถี่ในการนวดตัวต่ำสุดเท่ากับ 0 และสูงสุด 10 ครั้ง

ด้านความถี่ในการมาศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย 2.07 ครั้ง โดยมีความถี่ในการนวดตัวต่ำสุดเท่ากับ 0 และสูงสุด 10 ครั้ง

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

แนวโน้มพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ความคิดที่จะแนะนำเพื่อน (แนะนำ → ไม่แนะนำ)	4.15	.48	ดี (ค่อนข้างแนะนำ)
ผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมา (จะกลับมา → ไม่กลับมา)	4.35	.69	ดีมาก (กลับมาแน่นอน)
รวม	4.25	.44	ดีมาก

จากตาราง 9 พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีความถี่เท่ากับ 4.25 ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามจะแนะนำเพื่อนหรือบุคคลที่รู้จักให้มาเที่ยวและจะกลับมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศรอย่างแน่นอนโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และ 4.15 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการ  
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี  
แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยในโรงพยาบาล  
ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

1.1.1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว  
ชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้  
ดังนี้

$H_0$  : เพศที่ต่างกันมีผลต่อจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในโรงพยาบาล  
ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่ต่างกันมีผลต่อจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในโรงพยาบาล  
ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน

1.1.2 เพศที่ต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร  
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียน  
สมมติฐานย่อยได้ดังนี้

$H_0$  : เพศที่ต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาเยี่ยมชมไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่ต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาเยี่ยมชมแตกต่างกัน

1.1.3 เพศที่ต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการฝั่มเข็มของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

$H_0$  : เพศที่ต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการฝั่มเข็มไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่ต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการฝั่มเข็มแตกต่างกัน

1.1.4 เพศที่ต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของโรงพยาบาลศูนย์  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

$H_0$  : เพศที่ต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดตัวไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่ต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดตัวแตกต่างกัน

1.1.5 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของ  
นักท่องเที่ยวยุโรปในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียน  
สมมติฐานย่อยได้ดังนี้

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดไม่  
แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดแตกต่างกัน

1.1.6 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการนวดประคบสมุนไพรของนักท่องเที่ยวยุโรป  
ชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้  
ดังนี้

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการนวดประคบสมุนไพรไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการนวดประคบสมุนไพรแตกต่างกัน

1.1.7 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของนักท่องเที่ยวยุโรป  
ชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้  
ดังนี้

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าแตกต่างกัน

1.1.8 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวยุโรป  
ชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจแตกต่างกัน

1.1.9 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย  
นักท่องเที่ยวยุโรปในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียน  
สมมติฐานย่อยได้ดังนี้

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยไม่  
แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญา  
ไทยแตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่างอย่างเป็นอิสระจากกัน (Independent t - test) โดยที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig. (2 -tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ

พฤติกรรม	t-test				
	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.(2-tailed)
จำนวนเงินที่จ่ายในการเที่ยว	ชาย	1,063.57	718.33	-1.716	0.087
	หญิง	1,191.67	716.09		
ความถี่ในการมาเยี่ยมชม	ชาย	1.84	1.82	-2.608*	0.010
	หญิง	2.34	1.92		
ความถี่ในการฟังเข็ม	ชาย	.2214	.629	-0.64	.949
	หญิง	.2259	.6768		
ความถี่ในการนวดตัว	ชาย	1.057	1.39	-3.594**	0.00
	หญิง	2.178	4.77		
ความถี่ในการนวดคลายเครียด	ชาย	.7000	1.31	-3.874**	0.00
	หญิง	1.9222	4.85		
ความถี่ในการนวดประคบสมุนไพร	ชาย	.6500	1.38	-2.124*	0.034
	หญิง	1.200	3.79		
ความถี่ในการนวดฝ่าเท้า	ชาย	1.3286	1.68	-3.874*	0.029
	หญิง	1.8481	3.11		
ความถี่ในการมาพักผ่อน	ชาย	1.6429	1.1829	-3.927**	.000
	หญิง	2.2815	2.1020		
ความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย	ชาย	1.6429	.9526	-4.494**	.000
	หญิง	2.2852	1.9406		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



จากผลการทดสอบความแตกต่างของจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวโรงพยาบาล ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2 –tailed) เท่ากับ 0.087 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการมาเยี่ยมชมโรงพยาบาลศูนย์ เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2 –tailed) เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการมาเยี่ยมชมตึกโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงจะมีความถี่ในการมาเยี่ยมโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าเพศชายเท่ากับ 2.608 ครั้ง

จากการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มของโรงพยาบาลศูนย์ เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2 –tailed) เท่ากับ 0.949 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่การใช้บริการฝังเข็มของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการมาใช้บริการนวดตัวโรงพยาบาลศูนย์ เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2 –tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดตัวของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเพศหญิงจะมีความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าเพศชายเท่ากับ 3.594 ครั้ง

จากผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการนวดคลายเครียดโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2 –tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการนวดคลายเครียดโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเพศหญิงจะมีความถี่ในการนวดผ่อนคลายโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าเพศชาย เท่ากับ 3.874 ครั้ง

จากผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2 –tailed) เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงจะมีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าเพศชายเท่ากับ 2.214 ครั้ง

จากผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2 –tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเพศหญิงจะมีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าเพศชายเท่ากับ 3.874 ครั้ง

จากผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2 –tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการใช้มาพักผ่อนหย่อนใจในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

โดยเพศหญิงจะมีความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร มากกว่าเพศชายเท่ากับ 3.927 ครั้ง

จากผลการทดสอบความแตกต่างของความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเพศหญิงจะมีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าเพศชายเท่ากับ 4.494 ครั้ง

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการศึกษา

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
1.จำนวนเงินจ่าย ในการมาเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	81586712	20396678.06	63.744**	.000
	ภายในกลุ่ม	407	129591730.72	319979.58		
	รวม	409	211178442.95			
2.ความถี่ในการ มาเยี่ยมชมตึก	ระหว่างกลุ่ม	4	52..38	13.095	3.711**	.006
	ภายในกลุ่ม	45	1429.07	3.528		
	รวม	409	1481.39			
3.ความถี่ในการใช้ บริการผังเข็ม	ระหว่างกลุ่ม	4	9.397	2.349	5.346**	.000
	ภายในกลุ่ม	45	177.96	.439		
	รวม	409	187.36			
4.ความถี่ในการใช้ บริการนวดตัว	ระหว่างกลุ่ม	4	416.52	104.129	6.943**	.000
	ภายในกลุ่ม	45	6074.27	14.998		
	รวม	409	6490.79			
5.ความถี่ในการใช้ บริการนวดคลาย เครียด	ระหว่างกลุ่ม	4	324.814	81.204	5.149**	.000
	ภายในกลุ่ม	45	6387.68	15.772		
	รวม	409	6712.49			
6.ความถี่ในการใช้ บริการนวดประคบ สมุนไพร	ระหว่างกลุ่ม	4	236.54	59.134	6.087**	.000
	ภายในกลุ่ม	45	3934.40	9.715		
	รวม	409	4170.94			
7.ความถี่ในการใช้ บริการนวดฝ่าเท้า	ระหว่างกลุ่ม	4	191.72	47.929	6.852**	.000
	ภายในกลุ่ม	45	2832.83	6.995		
	รวม	409	3024.55			
8.ความถี่ในการ มาพักผ่อนหย่อน ใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	48.500	12.125	3.574**	.007
	ภายในกลุ่ม	45	1373.851	3.392		
	รวม	409	14222.351			

ตาราง 11 (ต่อ) แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการศึกษา

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
9.ความถี่ใน การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4	34.76	8.691	3.081*	.016
วัฒนธรรมและภูมิ ปัญญาไทย	รวม	409	1177.22			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการทดสอบในตาราง 11 หาค่าความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ในด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยว ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า และความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ จำแนกตามอายุ โดยใช้ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 .006 .000 .000 .000 .000 .000 และ.007 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมมาเที่ยวในด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยว ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า และความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความแตกต่างของพฤติกรรมมาเที่ยวในด้านความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรจำแนกตามอายุ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมมาเที่ยวในด้านความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาทดสอบต่อไปว่าอายุระดับใดที่มีความแตกต่างกัน โดยใช้วิธีแบบ Least Significant Difference (LSD)

ตาราง 12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอายุแตกต่างกันกับจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยว

อายุ	$\bar{X}$	≤20 ปี	20- 29 ปี	30 –39 ปี	40 – 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
		219.68	967.53	1329.86	1454.97	1504.55
≤ 20 ปี	219.68		747.84** (.000)	-1100.18** (.000)	-1235.27** (.000)	-1284.85** (.000)
20- 29 ปี	967.53			-362.34** (.000)	-487.43** (.000)	-537.01** (.000)
30 –39 ปี	1329.86				-125.09 (.123)	-174.67 (.107)
40 – 49 ปี	1454.97					-49.58 (.609)
50 ปี ขึ้นไป	1504.55					

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 12 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 – 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวน้อยกว่าอายุ 20-29 ปีเท่ากับ 747.84 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30 – 39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของ

นักท่องเที่ยงที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 30-39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยงที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายน้อยกว่าอายุ 30-39 ปีเท่ากับ 1,110.18 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับ นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40 – 49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยงที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยงที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ 1,235.18 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับ นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยงที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยงที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายน้อยกว่าอายุ 50 ปีขึ้นไปเท่ากับ 1,284.85 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 20 – 29 ปี กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 30 – 39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 20 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มี 30 – 39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายน้อยกว่าอายุ 30-39 ปีเท่ากับ 362.34 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 20 – 29 ปี กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 20 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40 – 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ 487.43 บาท

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20 – 29 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายน้อยกว่าอายุ 50 ปีขึ้นไป เท่ากับ 537.01 บาท

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

อายุ	$\bar{X}$	≤ 20 ปี	20- 29 ปี	30 –39 ปี	40 – 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
		1.85	2.67	1.67	2.34	1.95
≤ 20 ปี	1.85		-.8398**	.1818	-.4959	-.1061
			(.008)	(.570)	(.074)	(.772)
20- 29 ปี	2.67			1.0216**	.3439	.7338*
				(.001)	(.192)	(.039)
30 –39 ปี	1.67				-.677*	-.279
					(.012)	(.424)
40 – 49 ปี	2.34					.3898
						(.226)
50 ปี ขึ้นไป	1.95					

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 13 พบว่า นักท่องเที่ยวยที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีกับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20 – 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ



20 – 29 ปี มีความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าอายุ 20-29 ปีเท่ากับ .8398 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 - 29 ปีกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30 – 39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 -29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30 – 39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าอายุ 30-39 ปีเท่ากับ 1.022 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 - 29 ปีกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ .039 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 -29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าอายุ 50 ปีขึ้นไปเท่ากับ .7338 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30 – 39 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 – 49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30 – 39 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มี 40 – 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30 – 39 ปี มีความถี่ในการเยี่ยมชมตึกน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ .6777 ครั้ง

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม

	$\bar{X}$	≤ 20 ปี	20- 29 ปี	30 –39 ปี	40 – 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
อายุ		.1061	.0779	.0694	.4040	.2955
≤ 20 ปี	.1061		.0281 (.800)	.0366 (.746)	-.2979** (.002)	-.1894 (.143)
20- 29 ปี	.0779			.0085 (.938)	-.3261** (.000)	-.2175 (.083)
30 –39 ปี	.0694				-.3345** (.000)	-.2260 (.076)
40 – 49 ปี	.4040					.1085 (.340)
50 ปี ขึ้นไป	.2955					

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 14 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 – 49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มน้อยกว่าอายุ 40-49 ปี เท่ากับ .2979 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 – 29 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 – 49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 – 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 – 29 ปี มีความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรน้อยกว่าอายุ 40-49 ปี เท่ากับ .3261 ครั้ง

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 30 – 39 ปี กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40 – 49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเข็มของนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 30 – 39 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40 – 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 30 – 39 ปี มีความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเข็มโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ .3345 ครั้ง

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยงชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว

อายุ	$\bar{X}$	≤ 20 ปี	20- 29 ปี	30 –39 ปี	40 – 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
		.3636	1.7403	.9722	3.000	1.2500
≤ 20 ปี	.3636		-1.3766*	-.6086	-2.6364**	-.8864
			(.035)	(.357)	(.000)	(.240)
20- 29 ปี	1.7403			.7680	-1.2597*	.4930
				(.227)	(.021)	(.503)
30 –39 ปี	.9722				-2.0278**	-.2778
					(.000)	(.708)
40 – 49 ปี	3.000					1.750*
						(.009)
50 ปี ขึ้นไป	1.2500					

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 15 พบนักท่องเที่ยงที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 20 -29 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .035 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของนักท่องเที่ยงที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 20 – 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยงที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความถี่ในการใช้บริการนวดตัวน้อยกว่าอายุ 20-29 ปีเท่ากับ 1.3766

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดตัวน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ 2.6364 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดตัวน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ 1.2597 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปีที่แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดตัวน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ 2.0278 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปีที่แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดตัวมากกว่าอายุ 50 ปีขึ้นไป เท่ากับ 1.750 ครั้ง

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด

อายุ	$\bar{X}$	$\leq 20$ ปี	20- 29 ปี	30 –39 ปี	40 – 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
		.7121	1.2078	.7361	2.6424	.5682
$\leq 20$ ปี	.7121		-4.957 (.457)	-.0240 (.972)	-1.9303** (.001)	.1439 (.852)
20- 29 ปี	1.2078			-.4717 (.469)	-1.4346* (.010)	.6396 (.395)
30 –39 ปี	.7361				-1.9063** (.001)	.1679 (.825)
40 – 49 ปี	2.6424					2.0742** (.002)
50 ปี ขึ้นไป	.5882					

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 16 พบนักท่องเที่ยวนที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับนักท่องเที่ยวนที่มีอายุ 40 –49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของนักท่องเที่ยวนที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวนที่มีอายุ 40 – 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวนที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดน้อยกว่าอายุ 40-49 ปี เท่ากับ 1.9303 ครั้ง

นักท่องเที่ยวนที่มีอายุ 20- 29 ปี กับนักท่องเที่ยวนที่มีอายุ 40 - 49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของนักท่องเที่ยวนที่มีอายุ 20 - 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวนที่มีอายุ 40 – 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวนที่มีอายุ นักท่องเที่ยวนที่มีอายุ 20- 29 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดน้อยกว่าอายุ 40-49 ปี เท่ากับ 1.4346 ครั้ง

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 30- 39 ปี กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 30 - 39 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40 - 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 30- 39 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ 1.9063 ครั้ง

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40- 49 ปี กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40 - 49 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 40- 49 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดมากกว่าอายุ 50 ปีขึ้นไปเท่ากับ 2.0742 ครั้ง ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยงในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร

อายุ	$\bar{X}$	≤ 20 ปี	20- 29 ปี	30 -39 ปี	40 - 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
		.4697	.3766	.333	2.000	.6591
≤ 20 ปี	.4697		.0931	.1364	-1.303**	-.1894
			(.859)	(.798)	(.001)	(.395)
20- 29 ปี	.3766			.0433	-1.6234**	-.2825
				(.933)	(.000)	.632
30 -39 ปี	.333				-1.6667**	-.3258
					(.000)	(.585)
40 - 49 ปี	2.000					1.3409*
						(.012)
50 ปี ขึ้นไป	.6591					

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 ผลการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40- 49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของนักท่องเที่ยวที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40- 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรน้อยกว่าอายุ 40-49 ปี เท่ากับ 1.303 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20- 29 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 – 49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20- 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 – 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 -29 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรน้อยกว่าอายุ 40-49 ปี เท่ากับ 1.6234 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30- 39 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 – 49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30 – 39 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 - 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30- 39 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมากกว่าอายุ 40-49 ปี เท่ากับ 1.3409 ครั้ง

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า

อายุ	$\bar{X}$	≤ 20 ปี	20- 29 ปี	30 –39 ปี	40 – 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
		.7727	1.8571	.9167	2.4371	1.295
≤ 20 ปี	.7727		1.0844*	-.1439	-1.6644**	-.5227
			(.015)	(.750)	(.000)	(.3109)
20- 29 ปี	1.8571			.9405*	-.5799	.5617
				(.031)	(.118)	(.262)
30 –39 ปี	.9167				-1.5204**	-.3788
					(.000)	(.455)
40 – 49 ปี	2.4371					1.5204**
						(.000)
50 ปี ขึ้นไป	1.295					

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 18 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับ  
นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 -29 มีค่า Sig. เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการ  
ใช้บริการนวดฝ่าเท้าของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ  
นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 – 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำ  
กว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าน้อยกว่าอายุ 20-29 ปีเท่ากับ 1.084  
ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 -49 มีค่า Sig.  
เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของนักท่องเที่ยวที่  
มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 – 49 ปี อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความถี่ในการใช้  
บริการนวดฝ่าเท้าน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ 1.6644 ครั้ง



นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .031 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้ามากกว่าอายุ 30-39 ปีเท่ากับ .9405 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ 1.5204 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี มีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้ามากกว่าอายุ 50 ปีขึ้นไปเท่ากับ 1.1416 ครั้ง

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ

อายุ	$\bar{X}$	$\leq 20$ ปี	20- 29 ปี	30 –39 ปี	40 – 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
		.7727	1.8571	.9167	2.4371	1.295
$\leq 20$ ปี	.7727		-.8550**	-.0013	-.6333*	-1.667
			(.006)	(.997)	(.020)	(.642)
20- 29 ปี	1.8571			.8537**	.2217	.6883*
				(.005)	(.390)	(.049)
30 –39 ปี	.9167				-.6320*	.017
					(.017)	.4666
40 – 49 ปี	2.4371					(.140)
50 ปี ขึ้นไป	1.295					

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 19 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี กับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-29 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 – 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจน้อยกว่าอายุ 20-29 ปีเท่ากับ .8550 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .020 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40 – 49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40-49 ปีเท่ากับ .6333 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี มีความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าอายุ 30-39 ปีเท่ากับ .8537 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ .049 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 20-29 ปี มีความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าอายุ 50 ปีขึ้นไป เท่ากับ .6883 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 30-39 ปี มีความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจน้อยกว่าอายุ 40-49 ปีเท่ากับ .6320 ครั้ง

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวนในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรที่มีอายุแตกต่างกันกับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

อายุ	$\bar{X}$	≤ 20 ปี	20- 29 ปี	30 –39 ปี	40 – 49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
		1.8939	2.2857	1.5833	2.3245	1.8409
≤ 20 ปี	1.8939		-.3918 (.165)	.3106 (.278)	-.4306 (.083)	.0530 (.871)
20- 29 ปี	2.2857			.7024* (.011)	-.0388 (.869)	.4448 (.162)
30 –39 ปี	1.5833				-.7412** (.002)	-.2576 (.423)
40 – 49 ปี	2.3245					.4836 (.094)
50 ปี ขึ้นไป	1.8409					

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 20 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-29 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30 -39 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-29 ปี มีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมากกว่าอายุ 20-29 ปี เท่ากับ .7024 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-39 ปี มีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยน้อยกว่าอายุ 40-49 ปี เท่ากับ .7412 ครั้ง

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศรไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการศึกษา

พฤติกรรมท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
1. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	22723654.40	11361827.20	24.538**	.000
	ภายในกลุ่ม	407	188454788.59	463033.88		
	รวม	409	211178442.95			
2. ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึก	ระหว่างกลุ่ม	2	75.696	37.85	10.96**	.000
	ภายในกลุ่ม	407	1405.692	3.45		
	รวม	409	1481.39			
3. ความถี่ในการใช้บริการฝั่งเข็ม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.88	.944	2.07	.127
	ภายในกลุ่ม	407	185.47	.456		
	รวม	409	187.35			
4. ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว	ระหว่างกลุ่ม	2	58.01	29.01	1.84	.161
	ภายในกลุ่ม	407	6432.78	15.81		
	รวม	409	6490.79			
5. ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด	ระหว่างกลุ่ม	2	53.52	26.76	1.64	.196
	ภายในกลุ่ม	407	6658.97	16.36		
	รวม	409	6712.49			
6. ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร	ระหว่างกลุ่ม	2	43.16	21.58	2.12	.120
	ภายในกลุ่ม	407	4127.78	10.14		
	รวม	409	4170.94			
7. ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า	ระหว่างกลุ่ม	2	38.27	19.13	2.61	.075
	ภายในกลุ่ม	407	2986.28	7.34		
	รวม	409	3024.55			

ตาราง 21 (ต่อ) แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามการศึกษา

พฤติกรรมท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
8.ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	44.03	22.02	6.50**	.002
	ภายในกลุ่ม	407	1378.32	3.39		
	รวม	409	1422.35			
9.ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย	ระหว่างกลุ่ม	2	72.85	36.42	13.42**	.000
	ภายในกลุ่ม	407	1104.37	2.71		
	รวม	409	1177.22			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการทดสอบในตาราง 21 หาค่าความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ในด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยว ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ และความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 .000 .002 และ .000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาทดสอบต่อไปว่าระดับการศึกษาระดับใดที่มีความแตกต่างกันโดยใช้วิธีแบบ Least Significant Difference (LSD)

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยว

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมปลาย หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
		629.82	1493.33	1177.99
มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	629.82		-863.51** (.000)	-548.17** (.000)
อนุปริญญา	1493.33			315.35** (.001)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	1177.99			

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 22 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายหรือต่ำกว่ากับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว น้อยกว่าอนุปริญญาเท่ากับ 863.51 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายหรือต่ำกว่ากับนักท่องเที่ยวที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายแตกต่างเป็นรายคู่กับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายน้อยกว่าปริญญาตรีหรือสูงกว่า เท่ากับ 548.16 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา กับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญา ตรีหรือสูงกว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมา



เที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา มีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายมากกว่าปริญญาตรีหรือสูงกว่าเท่ากับ 315.34 บาท

ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
		3.22	2.13	1.97
มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	3.22		1.09** (.002)	1.26** (.000)
อนุปริญญา	2.13			.16 (.534)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	1.97			

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 23 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายหรือต่ำกว่า กับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายมีความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรของนักท่องเที่ยวมากกว่าอนุปริญญาเท่ากับ 1.09 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายหรือต่ำกว่า กับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายมีความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึก  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศรของนักท่องเที่ยงมากกว่าปริญญาตรีหรือสูงกว่าเท่ากับ 1.26 ครั้ง

ส่วนคู่อื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยงในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมปลาย หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
		2.877	1.983	1.921
มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	2.877		.8939** (.009)	.9557** (.000)
อนุปริญญา	1.983			.0618 (.813)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	1.921			

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 24 พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายหรือ  
ต่ำกว่า กับ นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษานูปริญญา มีค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01  
หมายความว่า ความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลาย  
แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษานูปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายมีความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจน้อย  
กว่าอนุปริญญาเท่ากับ .8939 ครั้ง

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายหรือต่ำกว่า กับ นักท่องเที่ยงที่มีระดับ  
การศึกษานูปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่  
ในการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายแตกต่างเป็นรายคู่กับ  
นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษานูปริญญาตรีหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายมีความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าปริญญาตรีหรือสูงกว่าเท่ากับ .9557 ครั้ง

ส่วนคนอื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยงในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
		3.1053	2.033	1.8703
มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	3.1053		1.0719** (.000)	1.2350** (.000)
อนุปริญญา	2.033			.1630 (.485)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	1.8703			

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 25 พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายหรือต่ำกว่า กับ นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษานุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายมีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมากกว่าอนุปริญญาเท่ากับ 1.0719 ครั้ง

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายหรือต่ำกว่า กับ นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษามัธยมปลายหรือต่ำกว่าแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปลายหรือต่ำกว่ามีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมากกว่าปริญญาตรีหรือสูงกว่าเท่ากับ 1.2350 ครั้ง

ส่วนคนอื่นๆไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน

$H_0$  : รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรแตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
1. จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3	95129311.29	31709770.4	110.937**	.000
	ภายในกลุ่ม	406	116049131.66	29		
	รวม	409	211178442.95	285835.300		
2. ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึก	ระหว่างกลุ่ม	3	7.280	2.427	.668	.572
	ภายในกลุ่ม	406	1474.108	3.631		
	รวม	409	1481.388			
3. ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม	ระหว่างกลุ่ม	3	.170	.057	.123	9.47
	ภายในกลุ่ม	406	187.186	.461		
	รวม	409	187.356			
4. ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว	ระหว่างกลุ่ม	3	191.188	63.729	4.107**	.007
	ภายในกลุ่ม	406	6299.602	15.516		
	รวม	409	6490.790			

ตาราง 26 (ต่อ) แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
5.ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด	ระหว่างกลุ่ม	3	107.168	35.723	2.196	.088
	ภายในกลุ่ม	406	6605.322	16.269		
	รวม	409	6712.490			
6.ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร	ระหว่างกลุ่ม	3	70.133	23.378	2.314	.075
	ภายในกลุ่ม	406	4100.87	10.101		
	รวม	409	4170.939			
7.ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า	ระหว่างกลุ่ม	3	49.737	16.579	2.263	.081
	ภายในกลุ่ม	406	2974.812	7.327		
	รวม	409	3024.549			
8.ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.285	1.428	.409	.747
	ภายในกลุ่ม	406	1418.066	3.493		
	รวม	409	1422.351			
9.ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย	ระหว่างกลุ่ม	3	6.350	2.117	.734	.532
	ภายในกลุ่ม	406	1170.872	2.884		
	รวม	409	1177.222			

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการทดสอบในตาราง 26 หาค่าความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ในด้านจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยว ความถี่ในการมาใช้บริการนวดตัว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 และ .007 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาทดสอบต่อไปว่ารายได้ต่อเดือนใด ที่มีความแตกต่างกันโดยใช้วิธีแบบ Least Significant Difference (LSD)

ตาราง 27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักทองเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยว

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	$\leq 5,000$ บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป
		262.963	672.941	1241.304	1552.480
$\leq 5,000$ บาท	262.963		-409.9782** (.000)	-978.3414** (.000)	-1289.5172** (.000)
5,001-10,000 บาท	672.941			-568.3632** (.000)	-879.5390** (.000)
10,001-15,000 บาท	1241.304				311.1759 (.000)
15,001 บาทขึ้นไป	1552.480				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 27 ผลการทดสอบ พบว่า นักทองเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทกับนักทองเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มี Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักทองเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักทองเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยนักทองเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทมีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรน้อยกว่านักทองเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เท่ากับ 409.9782 บาท

นักทองเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทกับนักทองเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มี Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักทองเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความ

แตกต่างกันรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทมีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เท่ากับ 978.3414 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป มี Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความแตกต่างกันรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทมีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาท เท่ากับ 1,289.5172 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 -10,000 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มี Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มีความแตกต่างกันรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001–15,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาทมีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001–15,000 เท่ากับ 568.3632 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 -10,000 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป มี Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่าจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาทมีความแตกต่างกันรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาทมีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวน้อยกว่ารายได้ 15,001 บาทขึ้นไปเท่ากับ 879.5390 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป มี Sig. .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่าจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาทมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาทมีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปเท่ากับ 311.1759 บาท

ตาราง 28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	$\leq 5,000$ บาท	5,001-10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 บาทขึ้นไป
		.5556	1.6235	1.1594	2.4158
$\leq 5,000$ บาท	.5556		-1.0680 (.120)	-.6039 (.399)	-1.8603** (.002)
5,001-10,000 บาท	1.6235			.4641 (.468)	-.7923 (.121)
10,001-15,000 บาท	1.1594				-1.2564* (.023)
15,001 บาทขึ้นไป	2.4158				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 28 ผลการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป มี Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ



5,000บาทมีความถี่ในการใช้บริการนัดตัวที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรน้อยกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เท่ากับ 1.8603 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน  
15,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ .023 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการ  
นัดตัวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน10,001-15,000 บาท มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ  
นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย  
นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน10,001- 15,000บาท มีความถี่ในการใช้บริการนัดตัวที่  
โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรน้อยกว่ารายได้ต่อเดือน15,001 บาทขึ้นไปเท่ากับ 1.2564  
ครั้ง

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรแตกต่างกัน

$H_0$  : อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรแตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาล  
ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรม ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
1. จำนวนเงินที่ใช้ จ่ายในการ	ระหว่างกลุ่ม	3	84528950.07	28176316.69	90.325**	.000
	ภายในกลุ่ม	406	123349492.88	311944.56		
	รวม	409	211178442.95			
2. ความถี่ในการ มาเยี่ยมชมตึก	ระหว่างกลุ่ม	3	34.818	11.61	3.257*	.022
	ภายในกลุ่ม	406	1446.570	3.56		
	รวม	409	1481.388			

ตาราง 29 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวของนักทองเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาล  
ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรม ทองเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
3.ความถี่ในการใช้ บริการฝังเข็ม	ระหว่างกลุ่ม	3	5.541	1.85	4.125**	.007
	ภายในกลุ่ม	406	181.815	.45		
	รวม	409	187.356			
4.ความถี่ในการใช้ บริการนวดตัว	ระหว่างกลุ่ม	3	383.93	127.98	8.508**	.000
	ภายในกลุ่ม	406	6106.85	15.04		
	รวม	409	6490.79			
5.ความถี่ในการใช้ บริการนวดคลาย เครียด	ระหว่างกลุ่ม	3	345.148	115.05	7.336**	.000
	ภายในกลุ่ม	406	6367.342	15.68		
	รวม	409	6712.490			
6.ความถี่ในการใช้ บริการนวดประคบ สมุนไพร	ระหว่างกลุ่ม	3	182.125	60.71	6.179**	.000
	ภายในกลุ่ม	406	3988.814	9.82		
	รวม	409	4170.939			
7.ความถี่ในการใช้ บริการนวดฝ่าเท้า	ระหว่างกลุ่ม	3	114.792	38.26	5.339**	.001
	ภายในกลุ่ม	406	2909.549	7.17		
	รวม	409	3024.549			
8.ความถี่การ พักผ่อนหย่อนใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	31.589	10.53	3.074*	.028
	ภายในกลุ่ม	406	1390.763	3.42		
	รวม	409	1422.351			
9.ความถี่ การศึกษา วัฒนธรรมและภูมิ ปัญญาไทย	ระหว่างกลุ่ม	3	27.944	9.31	3.291*	.021
	ภายในกลุ่ม	406	1149.278	2.83		
	รวม	409	1177.222			

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการทดสอบในตาราง 29 หาค่าความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ในด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยว ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการมาใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 .022 .007 .000 .000 .000 และ.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ และความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย จำแนกตามอาชีพโดยใช้ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .028 และ .021 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาทดสอบต่อไปว่า อาชีพใด ที่มีความแตกต่างกัน โดยใช้วิธีแบบ Least Significant Difference (LSD)

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับจำนวนเงินจ่ายในการมาท่องเที่ยว

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่นๆ
		287.3418	1536.875	1099.51	11297.18
นักเรียน/นักศึกษา	287.3418		-1249.53** (.000)	-812.17** (.000)	-1009.84** (.000)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1536.875			437.37** (.000)	239.69** (.003)
พนักงานบริษัทเอกชน	1099.51				-197.67* (.023)
อื่นๆ	1297.18				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 30 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาแตกต่างเป็นรายคู่กับ นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ เท่ากับ 1,249.53 บาท

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ศึกษามีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ 812.17 บาท

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ศึกษามีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆเท่ากับ 1,009.84 บาท

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ 437.36 บาท

นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ นักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ เท่ากับ 239.67 บาท

นักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานเอกชน กับ นักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ มีค่า Sig. เท่ากับ .023 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานเอกชน แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานเอกชน จำนวนเงินที่จ่ายในการมาเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ เท่ากับ 197.67 บาท

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่นๆ
		2.2532	2.4063	1.67	2.2394
นักเรียน/นักศึกษา	2.2532		-.1531 (.556)	.5832* (.041)	.0137 (.965)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.4063			.7363** (.002)	.1668 (.536)
พนักงานบริษัทเอกชน	1.67				-.5694 (.053)
อื่นๆ	2.2394				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 31 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีค่า Sig. เท่ากับ .041 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่าความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ .5832 ครั้ง

ส่วนนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่าความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรของนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รับวิสาหกิจมีความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ .7363 ครั้ง

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่นๆ
		.1392	.35	.07	.2535
นักเรียน/นักศึกษา	.1392		-.2108*	.0692	-.1143
			(.023)	(.492)	(.297)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.3500			.2800**	.0965
				(.001)	(.313)
พนักงานบริษัทเอกชน	.0700				-.1835
					(.078)
อื่นๆ	.2535				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 32 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่รับราชการ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .041 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ เท่ากับ 2.108 ครั้ง

ส่วนนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่าความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มของนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ .2800 ครั้ง

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน	อื่นๆ
		.8861	3.00	1.03	1.169
นักเรียน/นักศึกษา	.8861		-2.1139** (.000)	-.1439 (.805)	-.2829 (.656)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.00			1.9700** (.000)	1.8310 (.001)
พนักงานบริษัทเอกชน	1.03				-.1390 (.817)
อื่นๆ	1.169				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 33 ผลทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาแก่นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่าความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา/นักเรียนมีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการใช้บริการนวดตัวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจเท่ากับ 2.1139 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวของนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดตัวมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ 1.9700 ครั้ง

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่นๆ
		1.2025	2.6188	.5800	.6338
นักเรียน/นักศึกษา	1.2025		-1.4162*	.6225	.5687
			(.010)	(.297)	(.380)
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.6188			2.0388**	1.849**
				(.000)	(.000)
พนักงานบริษัทเอกชน	.5800				-.0538
					(.930)
อื่นๆ	.6338				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



ผลการวิเคราะห์จากตาราง 34 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของนักท่องเที่ยวของนักเรียน/นักศึกษาแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ศึกษามีความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจเท่ากับ 1.4162 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ 2.0388 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆเท่ากับ 2.0388 ครั้ง

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่นๆ
		.5823	1.8250	.2700	.7042
นักเรียน/นักศึกษา	.5823		-1.2427** (.004)	.3123 (.508)	-.1219 (.812)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1.8250			1.5550** (.000)	1.1208* (.013)
พนักงานบริษัทเอกชน	.2700				-.4342 (.373)
อื่นๆ	.7042				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 35 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษากับนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรแตกต่างกันรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจเท่ากับ 1.2427 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรแตกต่างกันรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชนเท่ากับ 1.555 ครั้ง

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน มีค่า Sig. เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรแตกต่างกันเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ เท่ากับ 1.555 ครั้ง

ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่นๆ
		1.29111	2.3125	1.0800	1.4789
นักเรียน/นักศึกษา	1.2911		-1.0214** (.006)	.2111 (.601)	-.1877 (.668)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.3125			1.2325** (.000)	.8336* (.030)
พนักงานบริษัทเอกชน	1.0800				-.3989 (.338)
อื่นๆ	1.4789				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 36 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษากับนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าแตกต่างกันเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจเท่ากับ 1.0214 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้ามากกว่านักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ 1.2325 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีกับนักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น มีค่า Sig. เท่ากับ .030 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้ามากกว่านักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ เท่ากับ .8336 ครั้ง

ตาราง 37 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจ

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่นๆ
		.8861	3.00	1.03	1.169
นักเรียน/นักศึกษา	.		-.2364	.4786	.0041
	.8861		(.354)	(.087)	(.989)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.00			.7150**	.2405
				(.003)	(.363)
พนักงานบริษัทเอกชน	1.03				-.4745
					(.989)
อื่นๆ	1.169				

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 37 พบว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจแตกต่างเป็นรายคู่กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ .7150 ครั้ง

ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา อภัยภูเบศรที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่นๆ
		2.2785	2.1875	1.6100	2.1972
นักเรียน/นักศึกษา	.2.2785		.0910 (.694)	.6685** (.009)	.0813 (.768)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.1875			.5775** (.007)	-.0097 (.968)
พนักงานบริษัทเอกชน	1.610				-.5872* (.025)
อื่นๆ	2.1972				

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 38 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษากับ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยน้อยกว่าพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ .6685 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับนักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวยที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมากกว่านักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนเท่ากับ .5775 ครั้ง

นักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนกับนักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน เป็นต้น มีค่า Sig. เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวยที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวยที่เป็นมีอาชีพอื่นๆเท่ากับ .5872 ครั้ง

**สมมติฐานข้อที่ 2** การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยของนักท่องเที่ยวยชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

$H_0$  : การรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยของนักท่องเที่ยวยชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

$H_1$  : การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยของนักท่องเที่ยวยชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

ตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	n	การรับรู้ข่าวสาร		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1.จำนวนเงินที่ใช้ในการมาเที่ยว	410	.033	.509	ไม่มีความสัมพันธ์
2.ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	410	.253**	.000	ค่อนข้างต่ำ
3.ความถี่ในการใช้บริการฝั่งเข็ม	410	.018*	.048	ต่ำ
4.ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว	410	.201**	.000	ค่อนข้างต่ำ
5.ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด	410	.164**	.001	ต่ำ
6.ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร	410	.114*	.021	ต่ำ
7.ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า	410	.240**	.000	ค่อนข้างต่ำ
8.ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ	410	.292**	.000	ค่อนข้างต่ำ
9.ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย	410	.270**	.000	ค่อนข้างต่ำ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับจำนวนเงินที่ใช้ในการมาเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ .509 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในการมาเที่ยว

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึก

เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .253 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม มีค่า Sig. เท่ากับ .048 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือนั้นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .018 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .201 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .164 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร มีค่า Sig. เท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบ



สมุนไพรร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .114 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .240 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้ามากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการมาพักผ่อน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .292 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการมาพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .270 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมากขึ้นด้วย

ตาราง 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมนตีก  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การรับรู้ข่าวสาร	n	ความถี่ในการมาเยี่ยมชมนตีก		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
โทรทัศน์	410	.143**	.004	ต่ำ
วิทยุ	410	.274**	.000	ค่อนข้างต่ำ
อินเทอร์เน็ต	410	.208**	.000	ค่อนข้างต่ำ
นิตยสารต่างๆ	410	.229**	.000	ค่อนข้างต่ำ
โปรแกรมทัวร์	410	.082	.099	ไม่มีความสัมพันธ์
ป้ายโฆษณาต่างๆ	410	.118*	.017	ต่ำ
หนังสือพิมพ์	410	.226**	.000	ค่อนข้างต่ำ
บุคคลรอบตัว	410	.140**	.004	ต่ำ
การโฆษณา	410	.224**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ประชาสัมพันธ์				
รวม	410	.253**	.000	ค่อนข้างต่ำ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมนตีกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาเยี่ยมชมนตีกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .253 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาเยี่ยมชมนตีกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาการรับรู้ข่าวสารเป็นรายข้อ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์กับความถี่ในการเยี่ยมชมนตีก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง

(H<sub>1</sub>) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .143 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุกับความถี่ในการเยี่ยมชมตึก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) ยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .274 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) ยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .208 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ เช่น ชีวจิต กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) ยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .229 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ เช่น ชีวจิต มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์ กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .099 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .118 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .226 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัว กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .140 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึก พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .224 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ตาราง 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการฝั่งเข็มของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การรับรู้ข่าวสาร	n	ความถี่ในการใช้บริการฝั่งเข็ม		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
โทรทัศน์	410	.027	.580	ไม่มีความสัมพันธ์
วิทยุ	410	.088	.077	ไม่มีความสัมพันธ์
อินเทอร์เน็ต	410	.330**	.000	ปานกลาง
นิตยสารต่างๆ	410	-.021	.678	ไม่มีความสัมพันธ์
โปรแกรมทัวร์	410	.263**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ป้ายโฆษณาต่างๆ	410	0.15	.610	ไม่มีความสัมพันธ์
หนังสือพิมพ์	410	-.017	.727	ไม่มีความสัมพันธ์
บุคคลรอบตัว	410	-.088	.074	ไม่มีความสัมพันธ์
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	410	.012	.809	ไม่มีความสัมพันธ์
รวม	410	.098*	.048	ต่ำ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

เมื่อพิจารณาการรับรู้ข่าวสารเป็นรายข้อ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .580 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุกับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .077 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .330 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มมากขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ เช่น ชีวจิต กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .687 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ เช่น ชีวจิต ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์ กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ )

เท่ากับ .263 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเพิ่มมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ กับความถี่ในการฝึ่งเพิ่ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .610 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเพิ่ม

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ กับความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเพิ่ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .727 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเพิ่ม

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัว กับความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเพิ่ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .074 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเพิ่ม

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเพิ่ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .809 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเพิ่ม

ตาราง 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนัดตัวของ  
โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การรับรู้ข่าวสาร	n	ความถี่ในการใช้บริการนัดตัว		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
โทรทัศน์	410	.105*	.034	ต่ำ
วิทยุ	410	.173**	.000	ต่ำ
อินเทอร์เน็ต	410	.386**	.000	ค่อนข้างต่ำ
นิตยสารต่างๆ	410	-.006	.896	ไม่มีความสัมพันธ์
โปรแกรมทัวร์	410	.343**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ป้ายโฆษณาต่างๆ	410	0.59	.236	ไม่มีความสัมพันธ์
หนังสือพิมพ์	410	.137**	.006	ต่ำ
บุคคลรอบตัว	410	.044	.375	ไม่มีความสัมพันธ์
การโฆษณา	410	.134**	.007	ต่ำ
ประชาสัมพันธ์				
รวม	410	.201**	.000	ต่ำ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนัดตัวของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนัดตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .201 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนัดตัวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาการรับรู้ข่าวสารเป็นรายข้อ พบว่า



ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์กับความถี่ในการใช้บริการนัดตัว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .034 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนัดตัวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .105 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนัดตัวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร มากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุกับความถี่ในการใช้บริการนัดตัว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนัดตัวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .173 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมากขึ้น จะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนัดตัวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร มากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการใช้บริการนัดตัว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนัดตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .386 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นความถี่ในการใช้บริการนัดตัวมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ เช่น ชีวจิต กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .896 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ เช่น ชีวจิต ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนัดตัว

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์ กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r) เท่ากับ .343 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ กับความถี่ในการนวดตัว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .610 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r) เท่ากับ .137 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัว กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .074 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .134 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากโฆษณา ประชาสัมพันธ์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวมากขึ้นด้วย

ตาราง 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การรับรู้ข่าวสาร	n	ความถี่ในการมาใช้บริการนวดคลายเครียด		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
โทรทัศน์	410	.047	.340	ไม่มีความสัมพันธ์
วิทยุ	410	.130**	.008	ต่ำ
อินเทอร์เน็ต	410	.391**	.000	ค่อนข้างต่ำ
นิตยสารต่างๆ	410	-.052	.291	ไม่มีความสัมพันธ์
โปรแกรมทัวร์	410	.356**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ป้ายโฆษณาต่างๆ	410	.044	.374	ไม่มีความสัมพันธ์
หนังสือพิมพ์	410	.097	.051	ไม่มีความสัมพันธ์
บุคคลรอบตัว	410	-.011	.830	ไม่มีความสัมพันธ์
การโฆษณา	410	.096	.052	ไม่มีความสัมพันธ์
ประชาสัมพันธ์				
รวม	410	.164**	.001	ต่ำ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .164 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับ

ความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาการรับรู้ข่าวสารเป็นรายข้อ

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .143 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุกับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .130 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .391 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .291 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ )

ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .374 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .374 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .051 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัว กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .830 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .291 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นั่นคือ

ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) การรับรู้ข่าวสารจากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดในโรงพยาบาล ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ตาราง 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การรับรู้ข่าวสาร	n	ความถี่ในการมาใช้บริการนวดประคบสมุนไพร		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
โทรทัศน์	410	.047	.340	ไม่มีความสัมพันธ์
วิทยุ	410	.086**	.008	ต่ำ
อินเทอร์เน็ต	410	.359**	.000	ค่อนข้างต่ำ
นิตยสารต่างๆ	410	-.076	.626	ไม่มีความสัมพันธ์
โปรแกรมทัวร์	410	.312**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ป้ายโฆษณาต่างๆ	410	.022	.658	ไม่มีความสัมพันธ์
หนังสือพิมพ์	410	.040	.424	ไม่มีความสัมพันธ์
บุคคลรอบตัว	410	-.048	.331	ไม่มีความสัมพันธ์
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	410	.061	.219	ไม่มีความสัมพันธ์
รวม	410	.114*	.021	ต่ำ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาล ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .114 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับ

ความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการ นวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

เมื่อพิจารณาการรับรู้ข่าวสารเป็นรายข้อ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์กับความถี่ในการใช้บริการนวด ประคบสมุนไพรมีค่า Sig. เท่ากับ .340 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการ ใช้บริการนวดประคบสมุนไพร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบ สมุนไพรมีค่า Sig. เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติ ฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ นวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .086 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไป ในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากวิทยุ มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย ภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการใช้บริการนวด ประคบสมุนไพรมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความถี่ใน การใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .359 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมี ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อ นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบ สมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆกับความถี่ในการใช้บริการนวด ประคบสมุนไพรมีค่า Sig. เท่ากับ .626 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธ

สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมีค่าSig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .312 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมีค่าSig. เท่ากับ .658 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมีค่าSig. เท่ากับ .424 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวกับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมีค่าSig. เท่ากับ .331 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร



ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมีค่าSig. เท่ากับ .219 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ตาราง 45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การรับรู้ข่าวสาร	n	ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
โทรทัศน์	410	.123*	.013	ต่ำ
วิทยุ	410	.207**	.000	ค่อนข้างต่ำ
อินเทอร์เน็ต	410	.453**	.000	ปานกลาง
นิตยสารต่างๆ	410	.059	.234	ไม่มีความสัมพันธ์
โปรแกรมทัวร์	410	.322**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ป้ายโฆษณาต่างๆ	410	.080	.105	ไม่มีความสัมพันธ์
หนังสือพิมพ์	410	.155**	.002	ต่ำ
บุคคลรอบตัว	410	.051	.305	ไม่มีความสัมพันธ์
การโฆษณา	410	.107**	.001	ต่ำ
ประชาสัมพันธ์				
รวม	410	.240**	.000	ค่อนข้างต่ำ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัย

ภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .240 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

เมื่อพิจารณาการรับรู้ข่าวสารเป็นรายข้อ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .123 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .207 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .453 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .234 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจาก โปรแกรมทัวร์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .322 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณากับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .105 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .453 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้ามากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวกับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .305 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติ

ฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .107 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากโฆษณาประชาสัมพันธ์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้ามากขึ้นด้วย

ตาราง 46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการมาพักผ่อนหย่อนใจของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การรับรู้ข่าวสาร	n	ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
โทรทัศน์	410	.172**	.000	ต่ำ
วิทยุ	410	.321**	.000	ค่อนข้างต่ำ
อินเทอร์เน็ต	410	.236**	.000	ค่อนข้างต่ำ
นิตยสารต่างๆ	410	.242**	.000	ค่อนข้างต่ำ
โปรแกรมทัวร์	410	.082	.099	ไม่มีความสัมพันธ์
ป้ายโฆษณาต่างๆ	410	.130**	.008	ต่ำ
หนังสือพิมพ์	410	.258**	.000	ต่ำค่อนข้างต่ำ
บุคคลรอบตัว	410	.178**	.000	ต่ำ
การโฆษณา	410	.267**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ประชาสัมพันธ์				
รวม	410	.292**	.000	ค่อนข้างต่ำ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .292 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการพักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้นด้วย

เมื่อพิจารณาการรับรู้ข่าวสารเป็นรายข้อ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .172 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ตามลำดับ นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .321 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ

.236 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .242 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .099 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณากับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .130 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ

.258 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวกับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัว มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .178 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .292 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นด้วย

ตาราง 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการใช้บริการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การรับรู้ข่าวสาร	n	ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
โทรทัศน์	410	.155**	.002	ต่ำ
วิทยุ	410	.297**	.000	ค่อนข้างต่ำ
อินเตอร์เน็ต	410	.214**	.000	ค่อนข้างต่ำ
นิตยสารต่างๆ	410	.257**	.000	ค่อนข้างต่ำ

โปรแกรมทัวร์	410	.039	.429	ไม่มีความสัมพันธ์
ป้ายโฆษณาต่างๆ	410	.120*	.015	ต่ำ
หนังสือพิมพ์	410	.264**	.000	ค่อนข้างต่ำ
บุคคลรอบตัว	410	.175**	.000	ต่ำ
การโฆษณา	410	.248**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ประชาสัมพันธ์				
รวม	410	.270**	.000	ค่อนข้างต่ำ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .270 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารมากขึ้นจะทำให้การศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

เมื่อพิจารณาการรับรู้ข่าวสารเป็นรายข้อ พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .155 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์มากขึ้นจะทำให้การศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย



ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากวิทยุกับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .297 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากวิทยุมากขึ้นจะทำให้การศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .214 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจะทำให้การศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ กับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .257 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารต่างๆ มากขึ้นจะทำให้การศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์กับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .429 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน

หลัก( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากโปรแกรมทัวร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ กับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารป้ายโฆษณาต่างๆ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .120 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาต่างๆ มากขึ้นจะทำให้การศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์กับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .264 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากขึ้นจะทำให้การศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัว กับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .175 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากบุคคลรอบตัวมากขึ้นจะทำให้การศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .248 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากขึ้นจะทำให้การศึกษาวรรณกรรมและภูมิปัญญาไทยของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

**สมมติฐานข้อที่ 3** องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ โบราณสถานที่เก่าแก่ บริการการแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

สมมติฐานข้อที่ 3.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านโบราณสถานที่เก่าแก่

$H_0$  : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านโบราณสถานที่เก่าแก่

$H_1$  : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านโบราณสถานที่เก่าแก่

ตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	n	องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านโบราณสถานที่		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	410	.156**	.002	ต่ำ

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยวด้วยสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านโบราณสถานที่เก่าแก่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .156 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านโบราณสถานที่เก่าแก่ดีขึ้นจะทำให้ความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3.2 พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านบริการแพทย์แผนไทย

$H_0$  : พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านบริการแพทย์แผนไทย

$H_1$  : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านบริการแพทย์แผนไทย

ตาราง 49 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	n	องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทย		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม	410	.108*	.028	ต่ำ
ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว	410	.334**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด	410	.266**	.000	ค่อนข้างต่ำ
ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร	410	.250*	.000	ค่อนข้างต่ำ
ความถี่ในการนวดฝ่าเท้า	410	.282**	.000	ค่อนข้างต่ำ

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 49 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยวด้วยสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มกับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .028 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นองค์ประกอบด้านบริการแพทย์แผนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .108 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยที่ดีขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มมากขึ้นด้วย

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในความเห็นในการใช้บริการนวดตัว กับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความเห็นในการใช้บริการนวดตัว มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นองค์ประกอบด้านบริการแพทย์แผนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .334 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยที่ดีขึ้นจะทำให้ความเห็นในการใช้บริการนวดตัวมากขึ้นด้วย

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในความเห็นในการใช้บริการนวดคลายเครียด กับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความเห็นในการใช้บริการนวดคลายเครียด มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นองค์ประกอบด้านบริการแพทย์แผนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .266 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยที่ดีขึ้นจะทำให้ความเห็นในการใช้บริการนวดคลายเครียดมากขึ้นด้วย

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในความเห็นในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร กับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความเห็นในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นองค์ประกอบด้านบริการแพทย์แผนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .250 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำกล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยที่ดีขึ้นจะทำให้ความเห็นในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรมากขึ้นด้วย

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในความเห็นในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า กับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ความเห็นในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นองค์ประกอบ

ด้านบริการแพทย์แผนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .282 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำกล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านบริการแพทย์แผนไทยที่ดีขึ้นจะทำให้ความถี่ในการใช้บริการผ้าเท้ามากขึ้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร

$H_0$  : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร

$H_1$  : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	n	องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว	410	-.002	.971	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยวด้วยสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) ดังนี้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .971 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร

สมมติฐานข้อที่ 3.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

$H_0$  : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

$H_1$  : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

ตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	n	องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ	410	.146**	.003	ต่ำ

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยวด้วยสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .146 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจดีมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นด้วย



สมมติฐานข้อที่ 3.5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

$H_0$  : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

$H_1$  : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในโรงพยาบาลมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ.ปราจีนบุรี ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

ตาราง 52 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	n	องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย	410	.184**	.000	ต่ำ

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 52 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับองค์ประกอบในการท่องเที่ยวด้วยสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .184 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมี

ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยดีมากขึ้นจะทำให้ความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมากขึ้นด้วย

**สมมติฐานข้อที่ 4** ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพรมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร

$H_0$  : ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพรไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร

$H_1$  : ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพรมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับมูลค่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ความคิดเห็น	n	ค่าใช้จ่ายการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร		
		r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพร	410	.136**	.006	ต่ำ

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีต่อมูลค่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment correlation) พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีค่า Sig. เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .136 แสดงว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมี

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรดีมากขึ้นจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากขึ้นด้วย

**สมมติฐานข้อที่ 5** ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

$H_0$ : ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

$H_1$ : ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

ตาราง 54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
การกลับมาเที่ยวซ้ำ	.127	.60	ไม่มีความสัมพันธ์
การแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาเที่ยว	-.83	.93	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 54 ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยใช้การวิเคราะห์ด้วย Pearson Product Moment Correlation Coefficient พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .60 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_1$ ) หมายความว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ด้านการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาเที่ยวซ้ำ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .93 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับ

สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐาน ( $H_1$ ) หมายความว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร  
ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาเที่ยว  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**สมมติฐานข้อที่ 6** แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับ  
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร  
จังหวัดปราจีนบุรี

$H_0$  : แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับ  
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร  
จังหวัดปราจีนบุรี

$H_1$  : แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับ  
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร  
จังหวัดปราจีนบุรี

ตาราง 55 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อ  
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	แนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยว		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
จำนวนเงินที่ใช้จ่าย	.099*	.045	ต่ำ
ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึก	.056	.256	ไม่มีความสัมพันธ์
ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม	-.061	.217	ไม่มีความสัมพันธ์
ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว	.120*	.015	ต่ำ
ความถี่ในการใช้บริการนวดผ่อนคลาย	.044	.369	ไม่มีความสัมพันธ์
ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร	.038	.477	ไม่มีความสัมพันธ์
ความถี่ในการนวดฝ่าเท้า	.022	.656	ไม่มีความสัมพันธ์
ความถี่ในการมาพักผ่อน	.128*	.010	ต่ำ
ความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย	.115*	.020	ต่ำ

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 55 ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยใช้การวิเคราะห์ด้วย Pearson Product Moment Correlation Coefficient พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) หมายความว่าจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .099 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวมากขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการมาเยี่ยมชมนิทรรศการเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .256 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าความถี่ในการมาเยี่ยมชมนิทรรศการไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเข็มกับแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .217 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าความถี่ในการใช้บริการฝึ่งเข็มไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการนวดตัวกับแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าความถี่ในการใช้บริการนวดตัวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .120 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทาง

เดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความถี่ในการใช้บริการนวดตัวมากขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .369 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .477 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้ากับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .656 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) เท่ากับ .128 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .020 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก( $H_0$ ) ยอมรับสมมติฐาน ( $H_1$ ) หมายความว่าความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .115 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมากขึ้นจะทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ผู้ที่เกี่ยวข้องในอนาคตต่อไป

### สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

#### ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพรรักษาไข้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

#### สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
2. การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร
3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร



4. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อประเภทของสมุนไพรมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร

5. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยงชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

6. แนวโน้มพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยงชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยงชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

## วิธีดำเนินการวิจัย

### การกำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยงไทยที่มาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยงที่เดินทางมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตาราง ทาโรยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์ 2541:24; อ้างอิงจากTaro Yamane. n.d.) โดยยอมให้เกิดความผิดพลาดร้อยละ 5 และต้องการความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน และทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างไว้ 16 คน (ประมาณ 4%) รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 410 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple choices) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยงในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร คำถามเป็นแบบ Likert Scale แบ่งระดับการรับรู้เป็น 5 ระดับ คือรับรู้มากที่สุด รับรู้มาก รับรู้ปานกลาง รับรู้น้อย ไม่เคยรับรู้ โดยให้ผู้ตอบเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น มีจำนวน 9 ข้อ ได้แก่

1. โทรทัศน์
2. วิทยุ

3. อินเทอร์เน็ต
4. นิตยสารต่างๆ
5. โปรแกรมทัวร์
6. ป้ายโฆษณาต่างๆ
7. หนังสือพิมพ์
8. บุคคลรอบตัว
9. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโรงพยาบาล ศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร คำถามเป็นมาตราวัดแบบ semantic differential scale จำนวน 18 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร คำถามเป็นแบบมาตราวัด Likert scale แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ ดีมาก ดี ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 3 ข้อ และคำถามแบบปลายเปิด 3 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี คำถามเป็นแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice) จำนวน 4 ข้อ และคำถามปลายเปิด จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี คำถามเป็นแบบ Semantic differential scale จำนวน 2 ข้อ

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

### ข้อมูลทุติยภูมิ

#### Secondary Data

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้เคยวิจัยไว้แล้ว เอกสาร ตำราทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์

### ข้อมูลปฐมภูมิ

#### Primary Data

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 410 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนดไว้

### ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะเก็บในระยะเดือนกรกฎาคม- สิงหาคม 2548

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนที่จะแปลงข้อมูล และเข้ารหัส (Coding) เพื่อทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Window Version 11.0 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้ข่าวสาร องค์ประกอบการท่องเที่ยว ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสมุนไพรรักษา ค่าใช้จ่ายในการซื้อสมุนไพรรักษา และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

2.1 สถิติ t-test ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ

2.2 สถิติ F-test ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

2.3 สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ใช้ในการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร องค์ประกอบของการท่องเที่ยว แนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับความ

คิดเห็นที่มีต่อประเภทของสมุนไพร และมูลค่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกา  
รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

## สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาค้นคว้าที่มีผลต่อพฤติกรรมกาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน  
โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี สรุปได้ดังนี้

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 65.9 โดยมี  
ช่วงอายุมากที่สุดคือช่วงอายุ 40- 49 ปีคิดเป็นร้อยละ 36.8 ส่วนมากจบการศึกษาในระดับปริญญา  
ตรีหรือสูงกว่าคิดเป็นร้อยละ 71.5 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน มีจำนวนมากที่สุดคือ 15,000 บาท  
ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 49.3 และมีอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.0

### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวทั้งหมด 410 คน  
สามารถจำแนกได้ดังนี้ระดับการรับรู้ข่าวสารโดยรวมจะอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ  
3.57 และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้  
ข่าวสารมาก จาก 7 แหล่งข่าวสาร คือ บุคคลรอบตัว รองลงมาคือ นิตยสาร โทรทัศน์ วารสาร  
โฆษณา ป้ายโฆษณาต่างๆ และวิทยุ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 3.75 3.71 3.66 3.63 3.62 และ  
3.44 ตามลำดับ และในระดับการรับรู้ปานกลาง คือ โปรแกรมทัวร์ รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต โดย  
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และ 3.04 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวทั้งหมด 410 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบกาการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ใน  
ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบกา  
ท่องเที่ยว แต่ละด้านเป็นรายข้อสามารถสรุปได้ดังนี้

1.ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบกาเที่ยวด้านโบราณสถานที่เก่าแก่ของ  
นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีโดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า  
นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อโบราณสถานที่เก่าแก่ในระดับดี คือ มีความ

คิดเห็นว่าตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีความงดงาม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 คือ รองลงมาคือความคิดเห็นเกี่ยวกับลวดลายและศิลปะต่างๆในการสร้างตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 และความคิดเห็นต่อประวัติความเป็นมาของตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

2.ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบด้านบริการการแพทย์แผนไทยโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อบริการการแพทย์แผนไทยในระดับดี คือการนวดคลายเครียด รองลงมาคือ การนวดฝ่าเท้า การนวดตัว การนวดประคบสมุนไพร การฝังเข็ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 4.38 4.35 4.20 และ 3.70 ตามลำดับ

3.ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรในระดับดี คือ เครื่องดื่มสมุนไพรรองลงมาคือ เครื่องสำอางสมุนไพร และ ยาสมุนไพร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 4.17 และ 3.94 ตามลำดับ

4.ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในระดับดี คือ บรรยากาศ วิว ทิวทัศน์ และ สถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 4.04 และ 3.94 ตามลำดับ

5.ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยในระดับดี คือ ความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์การแพทย์ วิธีดำเนินงานชีวิตด้านการรักษาโรคในสมัยโบราณ เครื่องมือเครื่องใช้ในสมัยโบราณ และ วิธีการรักษาโดยภูมิปัญญาชาวบ้านเมื่อเทียบกับการแพทย์แผนปัจจุบัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 4.14 4.05 และ 3.36 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด 410 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสมุนไพร แต่ประเภทเป็นรายชื่อสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสมุนไพรอยู่ในระดับดี คือ กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร รองลงมาคือ กลุ่มเครื่องดื่มสมุนไพร และ กลุ่มยาสมุนไพรอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 3.97 และ 3.91 ตามลำดับ

2. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสมุนไพรโดยรวมเท่ากับ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เป็นรายประเภทของสมุนไพรพบว่านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสมุนไพรกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรเท่ากับ 162.54 บาท รองลงมาคือ กลุ่มเครื่องดื่มสมุนไพร เท่ากับ 110.81 บาท และ กลุ่มยาสมุนไพร เท่ากับ 108.29 บาท

**ส่วนที่ 5** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 410 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรด้วยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 39.0 โดยจะเดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.3 ส่วนมากจะมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อนคิดเป็น 42.4 ซึ่งบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 70.7 จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1,147.93 บาท ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 ครั้ง ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มเฉลี่ยเท่ากับ .22 ครั้ง ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวเฉลี่ยเท่ากับ 1.78 ครั้ง ความถี่ในการนวดคลายเครียด เฉลี่ยเท่ากับ 1.50 ครั้ง ความถี่ในการนวดประคบสมุนไพร เฉลี่ยเท่ากับ 1.01 ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าเฉลี่ยเท่ากับ 1.67 ครั้ง ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจเฉลี่ยเท่ากับ 2.06 ครั้ง และ ความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยเฉลี่ยเท่ากับ 2.07 ครั้ง

**ส่วนที่ 6** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 410 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ของผู้ตอบแบบถามโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 ซึ่งเมื่อแยกวิเคราะห์รายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรและผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และ 4.14 ตามลำดับ

## ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

จากการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี  $t$  - test พบว่า

เพศแตกต่างกันไม่มีผลต่อจำนวนเงินที่จ่ายในการท่องเที่ยวในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรีและความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพศแตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจและความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA พบว่า

อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเงินที่ใช้ในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจและความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยว ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.4 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเงินที่ใช้ในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยว ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนเงินที่ใช้ในการมาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจและความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

**สมมติฐานข้อที่ 3** องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร



จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการบริการแพทย์แผนไทยที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการฝังเข็มที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน องค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการบริการแพทย์แผนไทยที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดตัวระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการบริการแพทย์แผนไทยที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการบริการแพทย์แผนไทยที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการบริการแพทย์แผนไทยที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในการมาเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านสถานที่พักผ่อนหย่อนใจมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 4** ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสมุนไพรมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 5** ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 6** แนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า

แนวโน้มพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในการเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แนวโน้มพฤติกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียด ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี มีประเด็นที่สำคัญ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี แตกต่างกันพบว่า

นักท่องเที่ยงที่เป็นเพศหญิงมีความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการนวดคลายเครียด ความถี่ในการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ และความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญา มากกว่าเพศชาย อาจเนื่องจาก เพศหญิงมักจะชื่นชอบบริการแพทย์แผนไทยไม่ว่าจะเป็นการนวดในแบบต่างๆ ซึ่งเพศชายอาจชื่นชอบการท่องเที่ยวในลักษณะการผจญภัยโลดโผน และการท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับประสพพร พุ่มพวง (2545: บทคัดย่อ) ที่พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศ

นักท่องเที่ยงที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันทั้งนี้ เนื่องจากผู้ที่มีอายุมากมักจะฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจสูงกว่าดังนั้นการใช้จ่ายใช้สอยในการท่องเที่ยวย่อมต่างไปด้วย

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

นักท่องเที่ยงที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

เนื่องจากผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในลักษณะประชากรอยู่หลายประเด็น เช่น ในเรื่องอายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา และรสนิยม เป็นต้น ทำให้มีการเลือกรับบริการหลากหลายชนิด (สุปัญญา ไชยชาญ 2543: 21) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541 : 128- 130)

ด้วยทฤษฎีของนักวิชาการที่ยกมา แสดงให้เห็นว่าสอดคล้องกับสมมติฐานในด้านปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันในด้าน อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2. การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

จากการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร ในด้านความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความถี่ในการใช้บริการฝังเข็ม ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการนวดคลายเครียด ความถี่ในการนวดประคบสมุนไพร ความถี่ในการนวดฝ่าเท้า ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย ทั้งนี้สอดคล้องกับ Morrison (1989 : 63) ที่ว่ากระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้น

ที่มากกระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้กลิ่น การได้ยิน การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ

3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

จากการวิเคราะห์พบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านโบราณสถานที่เก่าแก่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการการแพทย์แผนไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร นั่นคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโบราณสถานที่เก่าแก่ที่สวยงาม บริการการแพทย์แผนไทย วัฒนธรรมและการศึกษาภูมิปัญญาไทยที่น่าสนใจ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่มีบรรยากาศดีเยี่ยมส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอาจเนื่องมาจาก ผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีวางจำหน่ายในสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้าบางแห่ง ทำให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อไม่จำเป็นต้องเดินทางมาซื้อ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอาจจะซื้อเป็นของที่ระลึกหรือของฝาก

4. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพรมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ นั่นคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรในแง่ดี ก็จะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมจากแนวคิด ของ โชลิมอนที่กล่าวทัศนคติเกิดจากกระบวนการคิด โดยเริ่มจากการสร้างความเชื่อเกี่ยวกับสินค้าแล้วเกิดความรู้สึก ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อ

5. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

จากการวิเคราะห์พบว่ามูลค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้มาซื้อผลิตภัณฑ์โดยอาจจะมาเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ การบริการยวดต่างๆ ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์

6. แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

จากการวิเคราะห์พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี โดย แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินใช้จ่ายในการมาเที่ยว ความถี่ในการใช้บริการนวดตัว ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจ และความถี่ในการศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย นั่นคือ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler Philip ที่กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) เป็นความรู้สึกพอใจ หรือไม่ ถ้าพอใจหลังการซื้อ ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ จงรักภักดีต่อบริษัท หรือชื่อเสียงของบริษัท ถ้าไม่พอใจก็ไม่กลับมาใช้บริการอีก

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 40 - 49 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ดังนั้นจึงสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรและทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้อง

2. จากการผลวิจัยพบว่า การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นั่นคือถ้ารับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวโรงพยาบาลมากเท่าใดย่อมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น เมื่อพิจารณาถึงแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารของโรงพยาบาลว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวจะรับรู้ข่าวสารส่วนใหญ่จากบุคคลรอบตัว เช่น พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อน เป็นต้น เป็นลักษณะของการบอกต่อ ส่วนแหล่งข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้เพียงปานกลางคืออินเตอร์เน็ตกับโปรแกรม

3. จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้าน โบราณสถาน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ลวดลายและศิลปะในการสร้างดีกรวมทั้งประวัติความเป็นมาในระดับดี ดังนั้นทางผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรคงสภาพและรักษาโบราณสถานให้อยู่ในสภาพดีคู่กับโรงพยาบาล

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อการบริการแพทย์แผนไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ดีมากต่อการนวดตัว นวดคลายเครียด และนวดฝ่าเท้า อาจจะมีสาเหตุจากในปัจจุบันการนวดในแบบต่างๆกำลังได้รับการนิยม ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรเน้นทำการส่งเสริมการตลาดที่ทำให้บริการแพทย์แผนไทยนี้ให้เป็นจุดเด่นสำหรับโรงพยาบาลเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยอาจจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น และเพื่อสร้างความมั่นใจในการให้บริการ ผู้ให้บริการแพทย์แผนไทยควรได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับดี ดังนั้นจึงควรรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ดี อาจจะทำพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัย รวมทั้งกำหนดราคาในระดับที่เหมาะสมเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับดี ดังนั้นจึงควรดูแลรักษาบรรยากาศให้น่าท่องเที่ยว มีความร่มรื่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวอีก

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้านนี้โดยรวมในระดับดีไม่ว่าจะเป็นความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์การแพทย์ วิธีการดำเนินชีวิตด้านดารรักษาโรคในสมัยโบราณ และเครื่องมือเครื่องใช้ในสมัยโบราณ ดังนั้นจึงควรเก็บรักษาอุปกรณ์และภูมิปัญญาเหล่านี้เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาค้นคว้า ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบทัศนศึกษา ส่วนวิธีการรักษาโดยภูมิปัญญาชาวบ้านเมื่อเทียบการแพทย์แผนปัจจุบันซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลางคือไม่คิดว่าดีกว่าหรือด้อยกว่า ซึ่งเป็นความเชื่อส่วนบุคคล ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องอาจจะหาวิธีเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวโดยการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการรักษาด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบกับปัญหาในเรื่องการเก็บแบบสอบถาม เนื่องจากอาจจะมาจากแบบสอบถามที่ยาวเกินไป ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่อยากตอบ ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรจัดแบบสอบถามให้มีความกระชับแต่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์
2. ควรมีการศึกษาถึงความคาดหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรและสิ่งที่ได้จากการท่องเที่ยว เพื่อให้การวิจัยสมบูรณ์ขึ้น
3. ควรมีการศึกษาในเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเพิ่มมิติในการวิจัยให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพิ่มขึ้น
4. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2544). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2523). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ตุ้ม ชุมสาย และกฤษณ์พรหมโยธี. (2527) . *ปฐมนิเทศวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2524). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีระวิทย์ พรายแย้ม. (2545). *การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2537). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุมณี. (2535). *การท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : แพร์พิทยา.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). *วิธีการทางสถิติสำหรับนักวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประสพพร พุ่มพวง. (2545). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปาริชาติ รอยเรืองพานิช. (2543). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคใต้ของคนไทย (ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่)*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม. ถ่ายเอกสาร.
- พวงรัตน์ มณีรัตน์. (2538). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วราทิพย์ ธรรมสังคีติ. (2545). *ทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการเรือสำราญอันดามันปรีนเซส*. วิทยานิพนธ์. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย



ศรีนครินทร์วิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ศศิธร สามารณ. (2545). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่*. สารนิพนธ์

บธ.ม.(การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ศรีประภา ชัยวรวัฒน์. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาว*

*ไทยในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. วิทยานิพนธ์ สศ.ม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

อุษณีย์ ศรีภูมิ. (2544). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาในเขตฐานทัพเรือสัต*

*หีบ*. รายงานการวิจัยการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง. บธ.ม.. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง*

*ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทร์วิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

เอกสารมูลนิธิโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี.

Kotlor, P. (2000). *Marketing Management : The Millenium Edition*. New Jersey. MJ :

Prentic Hall. Upper Saddle River.

ภาคผนวก ก.  
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

## แบบสอบถาม

### เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยว

โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร  
จังหวัดปราจีนบุรี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในโรงพยาบาลศูนย์  
เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

#### ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

##### 1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

##### 2. อายุ

( ) ต่ำกว่า 20 ปี

( ) 20 - 29 ปี

( ) 30 - 39 ปี

( ) 40 - 49 ปี

( ) 50 ปีขึ้นไป

##### 3. ระดับการศึกษา

( ) มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า

( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย

( ) อนุปริญญา

( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

## 4. รายได้ต่อเดือน

 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท 15,001 บาทขึ้นไป

## 5. อาชีพ

 นักเรียน / นักศึกษา รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_**ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยว****โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องระดับการรับรู้จากแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อพฤติกรรมมา

ท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

1. การมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใดบ้าง

แหล่งข้อมูล	ระดับการรับรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยรับรู้
โทรทัศน์					
วิทยุ					
อินเทอร์เน็ต					
นิตยสารต่างๆ เช่น ชีวจิต เป็นต้น					
โปรแกรมทัวร์					
ป้ายโฆษณาต่างๆ					
หนังสือพิมพ์, วารสารต่างๆ					
บุคคลรอบตัว เช่น พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อน คนรู้จัก เป็นต้น					
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบในการมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยา  
อภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน \_\_\_\_\_ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

**โบราณสถานที่เก่าแก่**

1. ประวัติความเป็นมาของตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

น่าสนใจ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่น่าสนใจ  
5 4 3 2 1

2. ลวดลายและศิลปะต่างๆในการสร้างตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

สวยงาม \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ธรรมดา  
5 4 3 2 1

3. ความงดงามของตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

งดงาม \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ธรรมดา  
5 4 3 2 1

**บริการการแพทย์แผนไทย**

4. การฝังเข็ม

ได้ผล \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่ได้ผล  
5 4 3 2 1

5. การนวดตัว

หายปวดเมื่อย \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ปวดเมื่อย  
5 4 3 2 1

6. การนวดคลายเครียด

ผ่อนคลาย \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่ผ่อนคลาย  
5 4 3 2 1

7. การนวดประคบสมุนไพร

ได้ผล \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่ได้ผล  
5 4 3 2 1

8. นวดฝ่าเท้า

ผ่อนคลาย \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่ผ่อนคลาย  
5 4 3 2 1

### ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

#### 9. ยาสมุนไพร

ได้ผล \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่ได้ผล  
5 4 3 2 1

#### 10. เครื่องดื่มสมุนไพร

อร่อย \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่อร่อย  
5 4 3 2 1

#### 11. เครื่องสำอางสมุนไพร เช่น ยาสระผม ครีมนวด สบู่เหลว ครีมล้างหน้า เป็นต้น

คุณภาพดี \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ คุณภาพด้อย  
5 4 3 2 1

### สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

#### 12. สถานที่

สนใจให้มาซ้ำ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่สนใจให้มาซ้ำ  
5 4 3 2 1

#### 13. บรรยากาศ

เย็นสบาย \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ร้อนอบอ้าว  
5 4 3 2 1

#### 14. วิว ทิวทัศน์

ดึงดูดใจ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่ดึงดูดใจ  
5 4 3 2 1

### วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

#### 15. ความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์การแพทย์

มาก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ น้อย  
5 4 3 2 1

#### 16. วิธีการรักษาโดยภูมิปัญญาชาวบ้านเมื่อเทียบกับการแพทย์แผนปัจจุบัน

ดีกว่า \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ด้อยกว่า  
5 4 3 2 1

#### 17. วิธีการดำเนินชีวิตด้านการรักษาโรคในสมัยโบราณ

น่าศึกษา \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่น่าศึกษา  
5 4 3 2 1

18. เครื่องมือเครื่องใช้ในสมัยโบราณ เช่น ถ้วย ชาม เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

มีคุณค่า \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ต้อยคุณค่า  
5            4            3            2            1

#### ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเภทของสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	ระดับความคิดเห็น					ค่าใช้จ่ายในการซื้อ โปรดระบุ (บาท / ครั้ง)
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. กลุ่มยาสมุนไพร						
2. กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพร						
3. กลุ่มเครื่องดื่มสมุนไพร						

#### ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน

##### โรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ให้ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

- ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากที่สุด
 

<input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว	<input type="checkbox"/> รถไฟ
<input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง	<input type="checkbox"/> รถบริษัทนำเที่ยว
<input type="checkbox"/> บริการเช่ารถตู้	<input type="checkbox"/> สามล้อเครื่อง
- ท่านใช้ช่วงเวลาใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรมากที่สุด
 

<input type="checkbox"/> วันธรรมดา	<input type="checkbox"/> วันหยุดสุดสัปดาห์
<input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์	<input type="checkbox"/> วันหยุดพักผ่อนประจำปี
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____	
- การมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรส่วนใหญ่ท่านมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครมากที่สุด
 

<input type="checkbox"/> กลุ่มเพื่อน	<input type="checkbox"/> ครอบครัว
<input type="checkbox"/> บริษัททัวร์	<input type="checkbox"/> เพื่อนร่วมงาน
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____	
- บุคคลใดต่อไปนี้มีอำนาจในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด
 

<input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง	<input type="checkbox"/> สามี / ภรรยา
<input type="checkbox"/> พ่อแม่	<input type="checkbox"/> คณะทำงาน

5. จำนวนเงินที่ท่านต้องจ่ายในการท่องเที่ยวที่นี้ครั้งนี้ประมาณ \_\_\_\_\_ บาท
6. ความถี่ในการมาเยี่ยมชมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรที่นี้(รวมครั้งนี้)ประมาณ \_\_\_\_\_ ครั้ง/ ปี
7. ความถี่ในการใช้บริการการฝังเข็มที่นี้(รวมครั้งนี้)ประมาณ \_\_\_\_\_ ครั้ง/ ปี
8. ความถี่ในการใช้บริการนวดตัวที่นี้(รวมครั้งนี้)ประมาณ \_\_\_\_\_ ครั้ง/ ปี
9. ความถี่ในการใช้บริการนวดคลายเครียดที่นี้(รวมครั้งนี้)ประมาณ \_\_\_\_\_ ครั้ง/ ปี
10. ความถี่ในการใช้บริการนวดประคบสมุนไพรที่นี้(รวมครั้งนี้)ประมาณ \_\_\_\_\_ ครั้ง/ ปี
11. ความถี่ในการใช้บริการนวดฝ่าเท้าที่นี้(รวมครั้งนี้)ประมาณ \_\_\_\_\_ ครั้ง/ ปี
12. ความถี่ในการมาพักผ่อนหย่อนใจที่นี้(รวมครั้งนี้)ประมาณ \_\_\_\_\_ ครั้ง/ ปี
13. ความถี่ในการมาศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยที่นี้(รวมครั้งนี้)ประมาณ \_\_\_\_\_ ครั้ง/ ปี

#### ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. ท่านคิดว่าจะแนะนำเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดที่ท่านรู้จักให้มาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรหรือไม่

แนะนำ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่แนะนำ  
 5            4            3            2            1

2. ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวโรงพยาบาลศูนย์เจ้าพระยาอภัยภูเบศรอีกหรือไม่

จะกลับมาแน่นอน \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่กลับมาแน่นอน  
 5            4            3            2            1

ขอขอบพระคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย



ภาคผนวก ข.

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

### ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต  
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ สกุล

นางสาวอลิษา เจริญธรรม

วันเดือนปีเกิด

3 กรกฎาคม พ.ศ. 2525

สถานที่เกิด

จังหวัดปราจีนบุรี

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

59/213 หมู่บ้านเมืองทองธานีโครงการ 1

ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2543

มัธยมศึกษาตอนปลาย

โรงเรียนปราจิณราษฎรอำรุง

พ.ศ.2547

บริหารธุรกิจบัณฑิต

โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ (ธุรกิจระหว่างประเทศ)

สถาบันราชภัฏพระนคร

พ.ศ.2548

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการ)

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ