

การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดและคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

กฤป หะยะมิน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2553
© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

**A Study of Non-Group Thai Tourists' Attitudes toward the Marketing Mix
Factors and Identity of Sukhothai Historical Park**

GRIP HAYAMIN

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement
for the Degree of Master of Business Administration
Department of Business Administration
Graduate School
University of the Thai Chamber of Commerce**

2011

© Copyright by University of the Thai Chamber of Commerce

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอิสระ
ชาวไทยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
และคุณลักษณะสำคัญของอุทยาน
ประวัติศาสตร์สุโขทัย

ชื่อผู้ศึกษา

นายกฤต ณะยะมิน

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร. ศุภัสดี พลสารมัย

ปีการศึกษา

2553

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
- เพื่อศึกษาคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ
- เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย
- เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลจากอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีสถิติ t-test และ One-Way Anova และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายแต่มีสัดส่วนใกล้เคียงกับเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี เป็นนักเรียน นักศึกษา มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ และถ้านับเฉพาะผู้ที่พักในจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดที่มีพื้นที่ติดกับจังหวัดสุโขทัย พบว่ามีจำนวนคิดเป็นร้อยละ 34 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ด้านประสบการณ์ในการเดินทาง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยก่อนหน้านี้แล้ว ด้านการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน และเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ด้านการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยพบว่า ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัว ญาติ หรือ กลุ่มเพื่อน

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเมื่อแยกตามประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 15,000 บาท มีสถานที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ ด้านลักษณะการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน และเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยด้วยรถส่วนตัว ด้านการรับข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า ส่วนใหญ่รับข่าวสารจาก สมาชิกในครอบครัว ญาติ และกลุ่มเพื่อน

ด้านคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อความเก่าแก่ของตัวโบราณสถานมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านคุณลักษณะ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยทางการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษาต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มี ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มี อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดการต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยว รูปแบบต่างๆ ทั้งจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งมีความหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทางธรรมชาติหรือทางวัฒนธรรม และควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หลังจากที่ได้ทำการท่องเที่ยวเสร็จแล้ว เพื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและคาดหวัง ในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Copyright@by UTCC
All rights reserved

Thesis Title	A Study of Non-Group Thai Tourists' Attitudes toward the Marketing Mix Factors and Identity of Sukhothai Historical Park
Name	Mr.Grip Hayamin
Degree	Master of Business Administration
Major Field	Business Administration
Thesis Advisor	Dr.Pussadee Polsaram
Graduation Year	2010

ABSTRACT

The purposes of the thesis on "A Study of Non-Group Tourists' Attitudes toward the Marketing Mix Factors and Identify of Sukhothai Historical Park" were as follows:

1. To study individual characteristics of non-group Thai tourists who visited Sukhothai Historical Park.
2. To study the important characteristics of Sukhothai Historical Park that non-group Thai tourists deemed important.
3. To compare the difference between individual characteristics and the important characteristics of Sukhothai Historical Park judged by non-group Thai tourists.
4. To compare the difference between individual characteristics and the importance of Marketing Mix Factors of Sukhothai Historical Park judged by non-group Thai tourists.

Data compilation was conducted by questionnaires which had been constructed aiming to study the sample group of non-group Thai tourists totally 400 samples. Data analysis included descriptive statistics with frequency, percentage, standard deviation and hypothesis test by t-test and One-Way Anova as well as the multiple comparison test by Scheffe's method at 0.05 significance level.

It was found that most of the tourists were males but the ratio was almost the same with female, aged between 21-30. They were students at the bachelor degree level, single, with their average income was below 5,000 baht and lived in the area of northern region. Having considered those who lived in Sukhothai Province and neighboring provinces, it was appeared that 34% were out of the whole sample group. In terms of touring experience, it was discovered the majority had visited Sukhothai Historical Park before. In terms of travel, they came with friends by their own cars. In terms of perception on tourist information about Sukhothai Historical Park, most of them received information from their family members, relatives or group of friends.

When classified the individual characteristics of tourist by touring experiences in Sukhothai Historical Park, it was found that most of them were male, single and between 21-30 years of age. Their education was bachelor degree level. Their average income was 5,000-15,000 baht/month while their accommodation was in the northern region. As for traveling to Sukhothai Historical Park, they came by their own cars. Perception on tourist information about Sukhothai Historical Park, they mostly received information from their family members, relatives and friends.

In terms of important characteristics of Sukhothai Historical Park judged by non-group Thai tourists, it was found that they considered the most importance was the oldness of the historical buildings.

Results from the hypothesis testing on identity discovered that tourists of different gender, age, level of education, marital status, monthly average income and different touring experience placed importance on Sukhothai Historical Park with difference at 0.5 level of statistical significance.

Results from the hypothesis testing on marketing factors revealed that tourists of different gender, age and level of education placed importance on different product factors. Tourists of different gender, age, level of education, marital status, and monthly average income placed importance on different physical characteristics. Tourists of different age, level of education and marital status placed importance on different price factor. Tourists of different age, level of education and monthly average income placed importance on different sale channel factor. Tourists of different age, marital status and monthly average income placed importance on different marketing promotion factor. Tourists of different age, level of education and monthly average income and different touring experience placed importance on different personnel factor. Tourists of different

age, level of education, monthly average income and different touring experience placed importance on different management factor at 0.5 level of statistical significance.

Recommendations for the next study; it was recommended to study potentials of tourist attractions through various models in Sukhothai Province and neighboring provinces through a diversity of their natural and cultural attractions. Also, it was recommended to study tourists' satisfaction upon completion of their tour so as to compare what would be their expectation and what they think is the most importance for their visit to Sukhothai Historical Park.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Copyright@by UTCC
All rights reserved

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยใครขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ ดร.ผุสดี พลสารมย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีตลอดมา จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอขอบพระคุณ คุณสุภาภรณ์ โชติปกรณกุล เลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยทุกท่าน ที่กรุณาให้คำปรึกษาและช่วยเหลือในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณ คุณศุขมา ชาญธวัชชัย ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นที่ปรึกษาที่ดีในการปรับปรุงแก้ไขรูปเล่มวิทยานิพนธ์ จนเกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณสุวิทย์ ชัยมงคล ผู้อำนวยการอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย คุณภาคภูมิ อยู่พล นักโบราณคดีชำนาญการ คุณวรภรณ์ มีฤทธิ์ เจ้าหน้าที่จำหน่ายบัตรเข้าชม และเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ให้โอกาส ให้ความช่วยเหลือ ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจที่ดีแก่ผู้วิจัยเสมอมา ตลอดจนคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่อบรมสั่งสอน ให้ความรู้ในการศึกษาวิจัย การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อื่น ๆ ให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไปไม่มากนักน้อย

กฤต พะยะมิน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย)	ฉ
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ)	ฌ
กิตติกรรมประกาศ	ฎ
สารบัญ	ฐ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ช
บทที่	
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
คำถามในการวิจัย	3
สมมุติฐานในการวิจัย	4
ขอบเขตในการวิจัย	4
ตัวแปรในการวิจัย	4
นิยามศัพท์	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยว	7
แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว	10
สถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบันของประเทศไทย	19
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมรดกโลก	25
แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับมรดกโลก	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
3. วิธีดำเนินการวิจัย	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	53
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	54
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล	55
การวิเคราะห์ข้อมูล	56
กรอบแนวคิด	58
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	59
ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	60
เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญ กับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยว อิสระชาวไทย	70
เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญ กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	91
สรุปการทดสอบสมมติฐาน	216
การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนของคำถามปลายเปิด	232

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	233
สรุปผลการวิจัย	233
อภิปรายผล	246
ข้อเสนอแนะ	252
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	254
 บรรณานุกรม	 255
 ภาคผนวก	 263
 ประวัติผู้วิจัย	 270

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Copyright@by UTCC
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย	19
2. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ	20
3. คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย ปี 2552 ...	21
4. สถิตินักท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	23
5. สถิตินักท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	24
6. อันดับประเทศที่มีแหล่งมรดกโลกและจำนวนนักท่องเที่ยว มากที่สุด 1 ใน 10 ของโลก	33
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	60
8. แสดงค่าความถี่และร้อยละของการรับข่าวสารที่เกี่ยวข้อง กับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	65
9. แสดงค่าความถี่และร้อยละของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	66
10. แสดงค่าความถี่และร้อยละของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวยังอุทยาน ประวัติศาสตร์สุโขทัยจำแนกตามการรับข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์	69
11. แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญคุณลักษณะสำคัญ ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อิสระชาวไทย	70
12. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้าน ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ	71
13. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้าน ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	72
14. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ ของโบราณสถาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	73
15. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมี พระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ..	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่	74
17. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	74
18. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	75
19. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	76
20. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	77
21. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่	77
22. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามระดับการศึกษา	78
23. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา	79
24. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	79
25. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน จำแนกตามระดับการศึกษา	80
26. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถานจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	80
27. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามระดับการศึกษา	81
28. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมี	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
พระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่	81
29. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามระดับการศึกษา	82
30. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	82
31. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญ กับการที่สามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค จำแนกตามระดับการศึกษา	83
32. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้าน ต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามสถานภาพสมรส	84
33. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญ กับการที่สามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค จำแนกตามสถานภาพสมรส	85
34. ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการสามารถ แวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค จำแนกตามสถานภาพสมรส เป็นรายคู่	85
35. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะ ด้านต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	86
36. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ สะดวกสบายในการเดินทาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
37. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ ของโบราณสถาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
38. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญ กับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88
40. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	89
41. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้าน ต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามประสบการณ์ในอดีต ว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่	90
42. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม	91
43. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ	92
44. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	93
45. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	94
46. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ สวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ ด้านอายุเป็นรายคู่	94
47. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการจัด สภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	95
48. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความ สะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	95
49. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
50. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษา	96
51. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสวยงามของสถานที่ต่าง ๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	97
52. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่าง ๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	97
53. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามสถานภาพสมรส	98
54. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส	98
55. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
56. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสวยงามของสถานที่ต่าง ๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100
57. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100
58. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสะดวกภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101
59. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดลอม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101
60. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อ	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
	102
61.	103
62.	104
63.	105
64.	106
65.	106
66.	107
67.	107
68.	108
69.	108
70.	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
71. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พัก รอบ ๆ ที่มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	109
72. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ของที่พักรอบ ๆ บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง จำแนก ตามสถานภาพด้านอายุ	110
73. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบริการด้านลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา	111
74. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการ แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ จากโบราณสถานภายใน อุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	112
75. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความน่าสนใจ ของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม จำแนกตามระดับการศึกษา	112
76. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญ กับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึกในบริเวณอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา	113
77. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ หลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึกในบริเวณอุทยาน จำแนกตาม ระดับการศึกษาเป็นรายคู่	113
78. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาด และถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ ในบริเวณอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา	114
79. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญ กับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ ในบริเวณอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	114
80. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	115
81. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญ กับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม ระดับการศึกษาเป็นรายคู่	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
82. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	116
83. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา	116
84. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	117
85. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสถานภาพสมรส	118
86. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต จำแนกตามสถานภาพสมรส	119
87. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส ...	119
88. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	120
89. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พักรอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส	120
90. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พัก รอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	121
91. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรส	121
92. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	122
93. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	123

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
94.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการแสดงให้ เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	124
95.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความน่าสนใจ ของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	124
96.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความชัดเจน ของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	125
97.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับแผนที่แสดง ตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	125
98.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	126
99.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความ หลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	126
100.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ หลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	127
101.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความ สะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	128
102.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ สะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	128
103.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	129
104.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญ กับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	130
105.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	131
106.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการจัดวางที่ รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ...	132

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
107. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พัก รอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	133
108. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความ ปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	133
109. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ ปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	134
110. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทาง มายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่	135
111. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน การจัดการ ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม	136
112. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านการจัดการ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ	136
113. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านการจัดการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	137
114. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวก ในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	138
115. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ สะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามสถานภาพ ด้านอายุเป็นรายคู่	138
116. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีระบบ รักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	139
117. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการจัดการ จำแนกตามระดับการศึกษา	139

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
118. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา	140
119. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	140
120. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดการ จำแนกตามสถานภาพสมรส	141
121. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามสถานภาพสมรส	141
122. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	142
123. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	143
124. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	144
125. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	145
126. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	146
127. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดการ จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่	147

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
128. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม	148
129. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ	148
130. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	150
131. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	151
132. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาอาหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	151
133. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	152
134. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	153
135. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	153
136. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	154
137. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา	154
138. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	155
139. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพสมรส	156

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
140. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส	156
141. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	157
142. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส	157
143. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	158
144. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	159
145. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	159
146. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	160
147. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่	160
148. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม	161
149. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ	161
150. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	162

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
151. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความ สะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	163
152. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ สะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่	163
153. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการตั้งศูนย์ บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	164
154. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อระยะเวลาใน การเปิดบริการที่มีความเหมาะสม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	164
155. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย ช่องทางจัดจำหน่ายจำแนกตามระดับการศึกษา	165
156. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความ สะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา	166
157. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวก สบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	166
158. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความ สะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา	167
159. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวก สบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	167
160. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพสมรส	168
161. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการตั้งศูนย์ บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามสถานภาพสมรส	169
162. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	170

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
163. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	171
164. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	172
165. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ...	173
166. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	174
167. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	175
168. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	176
169. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่	177
170. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม	178
171. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ	178
172. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	179
173. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	180

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
174. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่	180
175. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	181
176. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	181
177. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่	182
178. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	182
179. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่	183
180. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	184
181. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพสมรส	185
182. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส	185
183. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	186
184. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส	186
185. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	187
186. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส	187

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
187.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส เป็นรายคู่	188
188.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการให้ส่วนลด เช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพสมรส	188
189.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลด เช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	189
190.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายบัตร แบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรส	189
191.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายบัตร แบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่	190
192.	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	191
193.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขาย แพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	192
194.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขาย แพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	193
195.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการ ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	194
196.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการ ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	195
197.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการได้รับ ข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	196
198.	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการให้ ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	196
199.	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลด เช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่	197

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
200. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	198
201. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่	199
202. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่	200
203. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม	201
204. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ตามสถานภาพด้านเพศ	202
205. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	203
206. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	204
207. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่	204
208. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา	205
209. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามระดับการศึกษา	205
210. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	206

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
211. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามสถานภาพสมรส	207
212. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	208
213. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	209
214. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่	210
215. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	211
216. แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่	212
217. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	213
218. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	213
219. แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้คนท้องถิ่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	214
220. แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่	215
221. แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	217

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
222. แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	221
223. แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	222
224. แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดการ	225
225. แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา	226
226. แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	227
227. แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	228
228. แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร	230

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. แผนภาพแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	23
2. แผนภาพแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา	24
3. ตำแหน่งของจังหวัดสุโขทัย	25
4. แผนที่จังหวัดสุโขทัย	26
5. แผนที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	28
6. แผนที่ประเทศไทย แบ่งภูมิภาคของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แยกกรุงเทพและปริมณฑล	63
7. แผนที่ประเทศไทย แสดงพื้นที่จังหวัดสุโขทัยและจังหวัดที่มีพื้นที่ ติดกับจังหวัดสุโขทัย	64

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม และมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอยู่มากมาย กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆของประเทศ แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเที่ยวชมความงามตามธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นเหล่านั้นเพิ่มขึ้นทุกปี ในปัจจุบันการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่จะมีบทบาทเฉพาะเศรษฐกิจในท้องถิ่นเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวได้เข้าไปมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจโดยรวมทั้งประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวจนเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญกับเศรษฐกิจของประเทศไม่ต่างจากอุตสาหกรรมอื่นๆ ของประเทศไทย

จากสถิตินักท่องเที่ยวที่ได้มีการรวบรวมไว้โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2553 มีจำนวน 15.8 ล้านคน สร้างรายได้ให้กับประเทศ 585,961.80 บาท (กรมการท่องเที่ยว, 2554) และนักท่องเที่ยวชาวไทย คาดการณ์ว่าจะมีจำนวน 87 ล้านคน/ครั้ง และก่อให้เกิดรายได้จากท่องเที่ยวในประเทศคิดเป็นมูลค่าประมาณ 395,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553) จะเห็นได้ว่า รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนน้อยกว่ารายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แต่นับว่ามีมูลค่าสูงมาก อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะมีความอ่อนไหว เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤตด้านต่างๆ เช่น วิกฤตทางเศรษฐกิจ ทางการเมือง โรคระบาด หรือภัยธรรมชาติ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงเป็นจำนวนมาก เช่น เมื่อดูจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในช่วงปี 2548 – 2553 พบว่า ในปี 2552 ที่ทั่วโลกเกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจ จะส่งผลถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2552 มีจำนวน 14.1 ล้านคน ลดลงจากปี 2551 ร้อยละ 2.98 (กรมการท่องเที่ยว, 2554) และส่งผลกระทบต่อธุรกิจด้านต่างๆที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้ง ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว และร้านอาหาร เป็นอย่างมาก แต่ก็ยังมีรายได้ส่วนที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเข้ามาช่วยทำให้ธุรกิจยังอยู่รอดได้

ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศนอกจะทำให้เกิดเงินหมุนเวียนในประเทศ ไม่ทำให้เงินตรารั่วไหลไปต่างประเทศ เกิดความมั่นคงในด้านแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการสร้างให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ยั่งยืน สำหรับประเทศไทยต่อไป

เมื่อพิจารณาจากสถิติของ World Tourism Organization พบว่า ประเทศที่มีสถานที่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกอยู่มาก มักจะติดอันดับประเทศจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว มีจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับต้น ๆ ของโลกทั้งสิ้น (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2551) ในประเทศไทยมีสถานที่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจำนวน 5 แห่ง อย่างไรก็ตาม สถานที่ที่มีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรงได้แก่ สถานที่ที่มีลักษณะเป็นโบราณสถาน ประกอบไปด้วย เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร และอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นกลุ่มโบราณสถานในพื้นที่ที่มีอาณาบริเวณกว้าง เหมาะกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีความสำคัญทั้งในด้านการท่องเที่ยว และทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ นอกจากนั้น สภาพภูมิศาสตร์ที่ตั้งและเส้นทางการเดินทางยังมีความเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากสถิตินักท่องเที่ยวของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีจำนวนน้อยมาก ซึ่งเห็นได้ชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกเช่นเดียวกัน โดยในปี 2551 อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 129,635 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 179,912 คน อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 385,986 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 791,669 คน จะเห็นได้ว่า อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่า อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ถึง 3 เท่าตัวโดยประมาณ

จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว ตลอดจนคุณลักษณะและปัจจัยทางการตลาดของสถานที่ ที่มีผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับภาคเอกชนในธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย
4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

คำถามในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางไปยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมีลักษณะส่วนบุคคลอย่างไร
2. นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญกับคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันอย่างไร
3. คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ มีความแตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวหรือไม่
4. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ มีความแตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคลหรือไม่

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกัน
2. ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตที่จะทำการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้

1. การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะ คุณลักษณะสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตนเองเท่านั้น
2. ขอบเขตพื้นที่ทำการศึกษา โดยการศึกษานี้จะกำหนดพื้นที่ในการศึกษา ณ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย
3. ช่วงเวลาในการเก็บแบบสอบถามครั้งนี้จะอยู่ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2552 – กุมภาพันธ์ 2553

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประกอบด้วย

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. รายได้
5. ระดับการศึกษา
6. สถานภาพสมรส
7. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม ได้แก่

1. คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์
 - 1.2 ความเก่าแก่ของโบราณสถาน
 - 1.3 มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่อยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์
 - 1.4 มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย
 - 1.5 มีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์
 - 1.6 สภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ มีความสงบ ร่มรื่น
 - 1.7 มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณที่ไม่ไกลกันมาก
 - 1.8 สถานที่ท่องเที่ยวประเภทอื่นๆในบริเวณใกล้เคียง

- 1.9 สามารถเดินทางต่อเนื่องไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก
 - 1.10 เป็นจุดแวะท่องเที่ยวได้ง่าย เนื่องจากเป็นจุดผ่านทางในการเดินทางข้ามระหว่างภาค
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย
 - 2.1 ผลิตภัณฑ์
 - 2.2 ราคา
 - 2.3 สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 2.4 การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด
 - 2.5 บุคลากร
 - 2.6 กระบวนการและการจัดการ
 - 2.7 ลักษณะทางกายภาพ

นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย หมายถึง คนไทยทั้งที่มีถิ่นพำนักถาวรอยู่ทั้งในและนอกราชอาณาจักรไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยด้วยตนเอง ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว

ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัวและสถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน

คุณลักษณะสำคัญ หมายถึง ลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่เป็นประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น ความเก่าแก่ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการสร้างแรงจูงใจ และสร้างความพึงพอใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเพิ่มมากขึ้น

หน่วยงานภาครัฐ หมายถึง หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ได้แก่ กรมศิลปากร องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรมในจังหวัดสุโขทัย

มรดกโลก หมายถึง สถานที่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การ UNESCO ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึงอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หมายถึง การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเพื่อหาความรู้ทางด้านวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นประโยชน์แก่หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลและผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย รวมทั้งมรดกโลกและโบราณสถานแห่งอื่นๆในประเทศไทย

2. เป็นประโยชน์แก่หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการใช้คุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ให้ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. เป็นประโยชน์แก่นักวิจัย นักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจทั่วไป ในการศึกษาค้นคว้าในเรื่องปัจจัยทางการตลาด คุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าถึงแนวความคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยว

ตอนที่ 1.2 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว

ตอนที่ 1.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบันของประเทศไทย

ตอนที่ 1.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมรดกโลก

ตอนที่ 1.5 แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับมรดกโลก

ส่วนที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยว

การตลาดการท่องเที่ยว เป็นการตลาดที่มีแนวคิดมุ่งเน้นในการวิเคราะห์และเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีการศึกษาองค์ประกอบด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดแนวทางในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550: 15-18) ได้อธิบายถึง ตลาดการท่องเที่ยวว่าเป็นตลาดบริการที่ลูกค้ามีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด ซึ่งองค์ประกอบของตลาดมีลักษณะเฉพาะ แบ่งเป็น 3 ด้านได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้ขายและสินค้า โดยมีรายละเอียดคือ

ผู้ซื้อ หมายถึง นักท่องเที่ยว นักทัศนาจร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวทั้งแบบเดินทางด้วยตนเองและเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว

ผู้ขาย หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Travel Suppliers) เช่น ที่พักในโรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม การขนส่ง การเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว และการแสดงต่างๆ และสินค้าและบริการอื่นๆ

สินค้า แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. สินค้าที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ

2. สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่ง 3 ชนิด คือ

2.1 สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ทางประวัติศาสตร์ วัด โบสถ์ สถานที่สำคัญทางศาสนา ศิลปะ สถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการคมนาคมขนส่ง

2.2 สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมและสังคม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาล ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม อาหาร การแต่งกาย

2.3 สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การขนส่ง ที่พักโรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม การจัดหาเที่ยว สินค้าของที่ระลึก กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ

ลักษณะเฉพาะของสินค้าการท่องเที่ยว

สินค้าด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปอย่างชัดเจนแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. สินค้ามีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสก่อนการตัดสินใจซื้อได้ เช่น การเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ลูกค้านำจะซื้อจากจินตนาการ อารมณ์ ความรู้สึกส่วนตัว และประสบการณ์ นักท่องเที่ยวอาจเลือกประเมินคุณภาพของสินค้าจากการฟังคำบอกเล่าของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวมาแล้วทั้งจากคนใกล้ชิด จากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับทางท่องเที่ยว หรือผู้มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจากรายการนำเที่ยวต่างๆ

2. กระบวนการซื้อขายสินค้าไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เช่น การซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ผู้ประกอบธุรกิจจัดนำเที่ยวต้องให้บริการตั้งแต่เริ่มออกเดินทางจนกลับมาถึงจุดเริ่มต้นของการเดินทาง กระบวนการซื้อขายจึงสิ้นสุดลง การเดินทางโดยเครื่องบิน และการเข้าพักในโรงแรมก็เช่นเดียวกัน ขั้นตอนการผลิตและบริการสินค้าจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน ไม่สามารถแบ่งแยกการบริการจากผู้ให้บริการ ผู้ซื้อจะได้รับการบริการตลอดเวลาการบริโภคสินค้านั้น

3. มีความแปรปรวนสูงเมื่อเทียบกับสินค้าทั่วไป เนื่องจากในการผลิตสินค้าทั่วไป เช่น สินค้าที่ผลิตจากโรงงานที่มีรูปแบบชัดเจน ผู้ผลิตสามารถควบคุมการผลิตสินค้าแต่ละชิ้นให้ออกมาได้มาตรฐาน มีคุณภาพเทียบเท่ากันทุกชิ้นได้ แต่ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวหรือ

บริการ ไม่สามารถควบคุมสินค้าให้คุณภาพเท่ากันทุกครั้งได้ เพราะมีลักษณะเป็นกระบวนการ มีปัจจัยด้านบุคคลมาเกี่ยวข้อง ความสามารถในการให้บริการหรือสภาวะทางอารมณ์ในขณะที่ให้บริการของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่แต่ละคนมีระดับแตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพในการให้บริการที่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าจะมีการควบคุมคุณภาพในการให้บริการอย่างเข้มข้นเพื่อให้อยู่ในระดับที่ได้มาตรฐานก็ตาม

4. สินค้ามีลักษณะเน่าเสียได้ หมายถึง ถ้าลูกค้าไม่มาบริโภคหรือใช้บริการในเวลาที่กำหนด เช่น การยกเลิกการเดินทางของกลุ่มทัวร์ สินค้าและบริการจะถูกทิ้งไปเฉยๆ เป็นลูกโซ่ ตั้งแต่การยกเลิกเที่ยวบิน โรงแรม ร้านอาหาร และการนำชมสถานที่ต่างๆ ถ้าไม่สามารถหาลูกค้าอื่นมาซื้อสินค้าและบริการทดแทนได้ทันที ก็จะทำให้เสียรายได้ของวันนั้นไปเลย

การแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว ออกเป็นหลายๆกลุ่มตามลักษณะความต้องการ ความสนใจ และตามลักษณะที่คล้ายคลึงกันของนักท่องเที่ยวออกเป็นส่วนย่อยเพื่อกำหนดเป็นตลาดเป้าหมายแล้ววางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และใช้วิธีการหรือกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์: 2542:48-49)

การแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะพิจารณาจากเกณฑ์ต่อไปนี้

1. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) คือ การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ ของโลก ทวีป ประเทศ รัฐ ในเมือง นอกเมือง ชนบท ลักษณะทางภูมิประเทศต่างๆ และลักษณะภูมิอากาศ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเดินทางและเลือกจุดหมายปลายทาง

2. การแบ่งส่วนการตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) คือการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะข้อมูลของนักท่องเที่ยวได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ศาสนา อาชีพ ขนาดของครอบครัว ชีวิตครอบครัว ระดับรายได้ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างกันทั้งพฤติกรรมการแสดงออกและพฤติกรรมการบริโภค

3. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) คือการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะที่แตกต่างกันทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความสนใจ ทศนคติ ค่านิยม ความชอบ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละกลุ่ม แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ความซับซ้อนในการตัดสินใจ วัฒนธรรม แบบแผนการดำรงชีวิต และระดับชั้นของสังคม ซึ่ง

ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถสำรวจดูลักษณะนิสัยของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบถึงความชอบ ความต้องการ และเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

4. การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Behavioral Segmentation) คือการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกตามลักษณะพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากลูกค้าโดยทั่วไปเพราะการซื้อสินค้าการท่องเที่ยวไม่เหมือนกับการซื้อสินค้าบริโภคอื่นๆ แต่เป็นการซื้อด้วยความรู้สึก ความต้องการและความสนใจ

ตอนที่ 1.2 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบหลาย ๆ อย่างที่ผู้วางแผนทางการตลาดท่องเที่ยวใช้เป็นเครื่องมือ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย มีองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการท่องเที่ยว (Tourism Product) ทุกอย่างที่เสนอสู่ตลาดเพื่อดึงดูดใจให้เกิดการอุปโภคหรือบริโภค ซึ่งต้องบรรลุตามความต้องการและความจำเป็นของลูกค้ารวมถึง สิ่งที่มีรูปร่าง การบริการ สถานที่ หน่วยงานและความคิดในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนำเสนอ “ชุดของผลิตภัณฑ์ (Package)” ให้กับลูกค้า โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็นออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หลัก สิ่งอำนวยความสะดวก ผลิตภัณฑ์เสริม และส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core product) หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ซึ่งไปตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น เมื่อเดินทางไปดำน้ำชมปะการัง สิ่งที่ได้รับคือความรู้สึกถึงธรรมชาติใต้ทะเลที่สวยงาม ใต้ปลดปล่อยความเครียดโดยการดำน้ำ และได้ประสบการณ์ของการผจญภัย เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating product) คือสินค้าหรือบริการที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการบริโภคผลิตภัณฑ์หลัก เช่น ในธุรกิจโรงแรมก็ต้องมีบริการลงทะเบียนเพื่อเข้าพัก ภัตตาคาร โทรศัพท์ พนักงานต้อนรับ ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกจะแตกต่างกันไปตามประเภทธุรกิจ

3. ผลิตภัณฑ์เสริม (Supporting product) หมายถึงสิ่งที่นำเสนอเป็นพิเศษ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์หลักและสร้างความแตกต่างกับคู่แข่ง เช่น มีบริการสปา หรือฟิตเนสในโรงแรม อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์เสริมกับสิ่งอำนวยความสะดวกไม่สามารถแบ่งแยกกันได้อย่างชัดเจน สิ่งอำนวยความสะดวกของกลุ่มลูกค้ากลุ่มหนึ่งอาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เสริมของลูกค้าอีกกลุ่มก็ได้ (Kotler, Bowen, and Maken, 2006: 306) เช่น กลุ่มลูกค้าที่เป็นครอบครัว

อาจจะไม่ได้ต้องการกินอาหารในภัตตาคารหรือมีพนักงานคอยบริการมากเกินไปนักในการพักในโรงแรมจะมองว่าสิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์เสริม แต่กลุ่มลูกค้าที่เดินทางมาทำธุรกิจอาจให้ความสำคัญและมองว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่โรงแรมจะต้องมี จึงมองว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก

4. ส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์ (Augmented product) หมายถึง ประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ผู้บริโภคจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หลักและลักษณะของผลิตภัณฑ์ (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2549: 160) ซึ่งจะมอบให้กับลูกค้าไปควบคู่กับผลิตภัณฑ์หลัก

การตั้งราคา (Pricing)

ราคา คือจำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับคุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ดังนั้น ราคาจึงเป็นตัวแทนที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั่นเองและเมื่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะ ราคาซึ่งเป็นตัวแทนของคุณค่าผลิตภัณฑ์ก็ย่อมมีลักษณะเฉพาะตามไปด้วย (นุชนารถ รัตนสูงศ์ชัย, 2546: 45) ซึ่งมีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

1. ค่าใช้จ่ายคงที่ (fixed cost) ในการผลิตมีค่าสูง จึงทำให้ต้นทุนทั้งหมด (total costs) สูง และมีผลทำให้ราคาขายสูงตามไปด้วย ตัวอย่างเช่น บริษัทสายการบินต้องลงทุนซื้อเครื่องบิน จ้างพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน รวมทั้งพนักงานขาย และต้องจ่ายค่าประกันภัยต่อปีในราคาที่สูงมาก ซึ่งทั้งหมดล้วนแต่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่และเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต “การบริการ” ที่ไม่สามารถเก็บเข้าคลังได้ ไม่ว่าเที่ยวบินแต่ละเที่ยวจะมีจำนวนผู้โดยสารเท่าไรก็ตาม บริษัทจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เท่ากัน ดังนั้นราคาขายจึงจำเป็นต้องสูงเพื่อสามารถจะได้รายได้รวมที่เท่ากันหรือมากกว่าต้นทุนการผลิต

2. ราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล กล่าวคือราคาจะสูงมากในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (peak season) และราคาจะลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) ทั้งนี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามอุปสงค์และพฤติกรรมกรซื้อของลูกค้า ซึ่งเป็นตัวแปรภายนอก

3. การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลอย่างมากจากตัวแปรภายนอก เช่น ปัจจัยการเมือง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ อุปสงค์ และค่านิยมของลูกค้า เป็นต้น ราคาจึงเป็นตัวแปรภายในตัวแปรหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องให้ความสำคัญ เพราะจะต้องปรับและเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะผลิตภัณฑ์ และตัวแปรภายนอก การตั้งราคาสูงจะเป็นตัวแทนแสดงว่าประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งทำให้ลูกค้าจะประเมินผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับที่สูง และลูกค้าก็也将มีความคาดหวังที่สูงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ราคาผลิตภัณฑ์ที่สูงเกินไปอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มไม่กล้าที่จะซื้อผลิตภัณฑ์

นั้นได้ ในทางตรงข้าม การตั้งราคาต่ำอาจทำให้ปริมาณการขายสูง แต่ทำให้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ต่ำ อีกทั้งกำไรรวมที่ได้รับนั้นอาจไม่สามารถชดเชยต้นทุนการผลิตที่สูงได้ ดังนั้นจึงต้องค้นหากลยุทธ์และวิธีการที่จะปรับเปลี่ยนราคาให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถแข่งขันได้ในสถานการณ์ต่างๆ

ช่องทางจัดจำหน่าย (Distribution channel)

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550: 95-96) ได้อธิบายถึง ช่องทางจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยวว่า หมายถึงวิธีการที่จะนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสมที่นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว วิธีการเหล่านี้ได้แก่

1. การรวบรวมสินค้า (storage) หมายถึง การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในปริมาณที่มากพอสมควรในนามของบริษัทและนำมารวบรวมไว้เพื่อแบ่งขายหรือรวมกันเป็นชุด (package) ให้แก่นักท่องเที่ยว หรือให้แก่ตัวแทนจำหน่ายที่พยายามจัดหาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลายประเภทเพื่อเสนอขายแก่ลูกค้า เช่น บัตรโดยสารเครื่องบิน และพาหนะในการเดินทางอย่างอื่น ๆ โรงแรม ร้านอาหาร การเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ ฯลฯ วิธีนี้ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการที่แตกต่างกันและเหมาะสมกับงบประมาณของตน

2. การแปรรูปสินค้า (transformation) หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลายประเภทที่รวบรวมไว้มาจัดรวมอย่างเหมาะสมและขายเป็นชุด (package) ในราคาเหมาจ่าย บริษัทจัดนำเที่ยวที่นำผลิตภัณฑ์มาจัดจะต้องทราบความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถจัดและตัดแปลงรายการนำเที่ยวได้อย่างเหมาะสมตามวันและเวลา และความสามารถในการซื้อของลูกค้า ดังนั้นการติดต่อสำรองหรือจัดซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาจัดจึงเป็นการซื้ออย่างเลือกสรร และต้องมีความร่วมมือทางธุรกิจเป็นอย่างดี

3. การกระจายสินค้า (dispersion) หมายถึง วิธีการกระจายการจำหน่ายสินค้าที่รวบรวมไว้แล้วไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้

- 3.1 การขายตรง หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจจัดแผนขายเองหน้าร้านของบริษัทโดยมีพนักงานประจำเรียกว่า counter sale หรือ collective sale หรือส่งพนักงานขายออกไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น บริษัทต่างๆ หรือสมาคมที่ต้องการให้รางวัลการท่องเที่ยวแก่พนักงานของตน (incentive tour) ที่ทำงานเกินเป้าหมายที่กำหนด หรือ การขายผ่านระบบคอมพิวเตอร์ การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้ใบสั่งสินค้าทางจดหมาย

- 3.2 การขายโดยผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจควรพิจารณาเลือกสรรตัวแทนจำหน่ายที่เหมาะสมที่สุด เริ่มตั้งแต่ทำเลที่ตั้งหรือสถานที่จำหน่ายที่ใกล้

ลูกค้าเป้าหมายและมีความสะดวกทางด้านการคมนาคมมากที่สุด ความสามารถและความร่วมมือในการจำหน่ายสินค้า การให้บริการ การหาตลาดเพิ่มเติมและความสามารถในการครอบคลุมตลาด การสร้างแรงจูงใจในการซื้อ ความพร้อมและความสามารถในการให้ข้อมูล แก่พนักงานที่เกี่ยวข้อง การเปิดสาขาใหม่ ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่าย เป็นการเพิ่มต้นทุนมากขึ้น

การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด (Promotion and Communication)

การตลาดในปัจจุบันเป็นมากกว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา และขายสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ประกอบการต้องมีการสื่อสารข้อความถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทุกๆบริษัทจึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงที่จะต้องประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของตนเองไปได้ และเพื่อสารที่ส่งถึงลูกค้ามีประสิทธิภาพมากที่สุด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกที่จะจ้างบริษัทที่รับออกแบบสื่อในการพัฒนาสื่อโฆษณาของตน ซึ่งมีจุดประสงค์ได้ทั้งการสร้างภาพลักษณ์และนำเสนอ การส่งเสริมการขาย โดยรวมแล้วแผนการสื่อสารทางการตลาดโดยรวมของบริษัทจะถูกเรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotional Mix) (Kotler, Bowen, and Maken, 2006: 542) ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การโฆษณา (advertising) เป็นรูปแบบการเสนอขาย ความคิด สินค้าหรือบริการ โดยไม่ใช้พนักงานขาย และต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ การโฆษณาจึงมีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นการเสนอขายสินค้า บริการ หรือความคิดโดยการใช้สื่อ และต้องการจ่ายเงินค่าสื่อโดยผู้อุปถัมภ์รายการ (สุขุม อังกูรพิพัฒน์ และคณะ: ย่อหน้าที่ 4)

การส่งเสริมการตลาดเป็นหนทางหนึ่งของการสื่อสารและส่งเสริมสัมพันธ์ภาพทางธุรกิจระหว่างผู้ผลิต ผู้ขาย และลูกค้า ซึ่งจะสื่อสารให้เห็นลักษณะ องค์ประกอบ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การส่งเสริมการตลาดการทอที่เกี่ยวข้องจึงต้องปรับเปลี่ยนไปตามทั้งตัวแปรภายในและตัวแปรภายนอก ดังนี้

- 1.1 กิจกรรมส่งเสริมการตลาดการทอที่เกี่ยวข้องมีหลายรูปแบบ เพราะสามารถปรับไปตาม ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และตัวแปรภายนอก เช่น จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อการพัฒนาระบบเทคโนโลยีข่าวสาร และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับค่านิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

- 1.2 กิจกรรมส่งเสริมการตลาดการทอที่เกี่ยวข้องมุ่งเน้นที่จะพัฒนาการตลาดเพื่อสังคมและความยั่งยืน (social and sustainable marketing) ทั้งนี้เพราะองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทอที่เกี่ยวข้องบางส่วนเป็นทรัพยากรที่มีค่าของชุมชนและสังคม เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภูมิอากาศที่ดี ภูมิประเทศที่สวยงามและวัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยมของคนท้องถิ่น ฯลฯ หากมีการกระตุ้นให้เกิดการใช้ทรัพยากรเหล่านี้มากเกินไปหรือใช้ในทิศทางที่

ไม่ถูกต้อง ก็จะเป็นการทำลายทรัพย์สินที่มีค่าเหล่านี้ ซึ่งเท่ากับลดคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จะประเด็นข้อที่ 2 ที่กล่าวมา จึงทำให้การสื่อสารที่สร้างความเข้าใจและสัมพันธภาพที่ดี (การประชาสัมพันธ์) มีบทบาทอย่างมากในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตลาดของธุรกิจโรงแรม การตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศ

การส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่หน่วยงานต่าง ๆ ได้ใช้ สำหรับปรับการตลาดของหน่วยงานในทุกสถานการณ์ แต่การปรับการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และตัวแปรภายนอก เป็นสิ่งที่ต้องใช้ความละเอียด ความช่างสังเกต และความสามารถในการวิเคราะห์และการคาดการณ์ผลที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องและนักการตลาดจึงจำเป็นต้องเข้าใจลักษณะจุดเด่นจุดด้อย บทบาทของแต่ละองค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาดรวมทั้งหลักการและเทคนิคในการเลือกใช้องค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาดได้อย่างเหมาะสม

2. การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) กิจกรรมระยะสั้นที่ใช้ส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละระดับ หรืออาจหมายถึง กิจกรรมระยะสั้นซึ่งใช้ช่วยและเสริมการขายโดยใช้พนักงานและการโฆษณา การส่งเสริมการขายอาจใช้ร่วมกับการโฆษณา หรือการขายโดยพนักงานขาย

การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว นิยมดำเนินการใน 2 ลักษณะดังนี้

2.1 การส่งเสริมการขายต่อสินค้า (Trade Sale Promotion) รูปแบบที่นิยมคือ

2.1.1 การจัดส่งเสริมการขายให้แก่ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว โดยผู้ผลิตสินค้าและบริการการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ความร่วมมือให้ตัวแทนเหล่านี้ เดินทางมาเที่ยวชมฟรี หรือลดราคาเป็นพิเศษ เพื่อสร้างความประทับใจในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้แลกเปลี่ยนความเห็น ได้เจรจาติดต่อธุรกิจ และจัดพานักท่องเที่ยวมาในภายหลัง

2.1.2 การร่วมโฆษณากับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ร่วมโฆษณากับผู้ประกอบการธุรกิจจัดนำเที่ยวในต่างประเทศที่จัดรายการนำเที่ยวมาประเทศไทยโดยร่วมออกค่าใช้จ่ายในการโฆษณานั้นๆ

2.1.3 การโฆษณา ณ จุดขาย โดยการจัดนิทรรศการ การจัดเอกสารการโฆษณา เพื่อตกแต่งหน้าสำนักงานของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ การฉายภาพยนตร์ สไลด์ วีดีโอ การสาธิตกิจกรรมต่างๆ เพื่อเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ทางการท่องเที่ยวของไทย และเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ ณ จุดที่ขาย ซึ่งบริษัทอาจดำเนินงานโดยลำพัง หรือร่วมมือกับบริษัทเอกชนทั้งในและต่างประเทศ

2.1.4 การเข้าร่วมงานเสนอซื้อขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ซึ่งร่วมจัดโดยองค์กรสมาคมท่องเที่ยวทั้งของรัฐและเอกชน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

2.2 การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค (Consumer Sale Promotion) รูปแบบที่นิยมคือ

2.2.1 การเข้าร่วมงานเสนอซื้อขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนที่สนใจการเดินทางท่องเที่ยวเข้าชมงานได้

2.2.2 การเข้าร่วมการส่งเสริมการขายกับหน่วยงานอื่น เช่น โรงแรม ศูนย์การค้า ที่จัดนิทรรศการ แนะนำสินค้าการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น อาหารไทย ของที่ระลึก สินค้าหัตถกรรมต่างๆ ให้ประชาชนได้ชม

2.2.3 จัดชิงโชค ชิงรางวัล หรือการแจกรางวัลให้แก่ผู้ชนะเลิศในการแข่งขันต่างๆ เช่น รายการเกมส์โชว์ การตอบปัญหา การจัดประกวดถ่ายภาพ ได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวในที่ต่างๆ โดยความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยว สายการบิน และบริษัทที่ขายสินค้าอื่นๆ

3. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) คือกระบวนการที่สร้างขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านบวกให้กับบริษัท ซึ่งการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจท่องเที่ยว มีหลายวิธีได้แก่

3.1 การเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Publicity) คือการตีพิมพ์บทความต่างๆ ของธุรกิจท่องเที่ยวลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในตลาดท่องเที่ยว อาจไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงในการลงบทความ เหมือนการโฆษณา แต่จะเสียค่าใช้จ่ายให้ผู้จัดทำไปหาข้อมูล โดยกิจกรรมการเผยแพร่ต่อสาธารณชนของการท่องเที่ยว ที่นิยมทำกันอยู่โดยทั่วไป ได้แก่

3.1.1 การจัดทัศนศึกษา คือ การเชิญผู้แทนสื่อมวลชนและบริษัทนำเที่ยวมาทัศนศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำเสนอในหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อต่างๆ ซึ่งได้รับความเชื่อถือจากนักท่องเที่ยว

3.1.2 การทำจดหมายแจ้งข่าว สำนักงานการท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และความเคลื่อนไหวทางการท่องเที่ยว เช่น การเปิดโรงแรม บริษัทนำเที่ยวใหม่ๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังได้รับการพัฒนา

3.1.3 การแจ้งข่าวเป็นครั้งคราว เป็นการแจ้งข่าวหรือแถลงการณ์เมื่อมีเหตุการณ์ใหม่ๆ เกิดขึ้น ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและองค์กร

3.1.4 การสัมภาษณ์บุคคล เป็นการเผยแพร่ข่าวการสัมภาษณ์พร้อมรูปถ่ายของบุคคลในองค์กรหรือในวงการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

3.1.5 จัดแสดงข่าวสื่อมวลชน เป็นการแถลงข่าวให้กับสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

3.2 การเข้าร่วมกิจกรรมชุมชนต่างๆ (Community Relation) เช่น ร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญ หรือของประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเคยจัดรถบุปผชาติเข้าร่วมในงาน Rose Parade ของเมืองลองแอนเจลีส์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

3.3 การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ (Special Event) เป็นการจัดกิจกรรมเป็นครั้งคราวในโอกาสหรือวาระพิเศษ เช่น งานกีฬา งานประกวดแข่งขันต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

4. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

ความสำเร็จในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและโรงแรมในท้ายที่สุดขึ้นอยู่กับความสามารถในการขาย และจำเป็นต้องขายได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย และนอกจากผู้ที่ทำหน้าที่ขายตัวสินค้าโดยตรงซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถพิเศษในการขายแล้ว ส่วนที่ทำงานอยู่เบื้องหลังการขาย เช่น พนักงานที่ตรวจสอบบัตรเครดิตของลูกค้า ผู้ที่ดูแลระบบสารสนเทศที่นำเสนอต่อลูกค้า พนักงานเลขานุการ และผู้ดูแลรักษาอาคารหรือจุดขาย ก็เป็นส่วนหนึ่งของทีมงานขายเช่นกัน (Kotler, Bowen, and Maken, 2006: 631) การดำเนินงานในกระบวนการขายอาจเกิดปัญหาและเกิดการผิดพลาดได้ง่ายถ้าทุก ๆ ส่วนที่เกี่ยวข้องมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อกัน หรือคิดว่างานด้านการขายไม่ใช่หน้าที่ของตน

ตัวแทนขาย (Sale representative) เป็นส่วนที่ต้องมีในธุรกิจเกือบทุกรูปแบบ สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ตัวแทนขายมีหน้าที่ดังนี้

4.1 เป็นผู้นำส่งสินค้า (Deliverer) ซึ่งเป็นหน้าที่หลักของตัวแทนขายในการนำส่งสินค้าสู่ลูกค้า

4.2 เป็นผู้รับคำสั่งซื้อ (Order taker)

4.3 เป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า (Missionary) หน้าที่ตัวแทนขายอาจไม่จำเป็นต้องเป็นผู้รับคำสั่งซื้อโดยตรงก็ได้ แต่ที่สำคัญจะต้องเป็นผู้ที่สร้างทัศนคติที่ดี และเป็นผู้ให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 เป็นผู้มีความชำนาญเฉพาะทาง (Technician) คือสามารถให้ข้อมูลที่เป็นลักษณะพิเศษหรือเป็นจุดเด่นของตัวผลิตภัณฑ์ได้

4.5 เป็นผู้สร้างอุปสงค์ (Demand creator)

บุคลากร (People)

ในธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการ บุคลากรในองค์กรมีความสำคัญในการสร้างมูลค่าให้กับตัวกิจการ ทั้งบุคลากรที่อยู่ในส่วนหน้าที่ต้องพบปะกับผู้ใช้บริการ และบุคลากรที่อยู่เบื้องหลังโดยทั่วไป ลูกค้ำจะให้ความสำคัญกับบุคลากรที่อยู่ส่วนหน้า เนื่องจากมีการติดต่อกันโดยตรง และส่งผลถึงความพึงพอใจ และภาพลักษณ์ และมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของการให้บริการ

1. บทบาทของพนักงานส่วนหน้า

พนักงานส่วนหน้ามีบทบาทที่สำคัญในการนำเสนอบริการ เนื่องจากจะต้องแสดงบทบาทในการเป็นผู้มีบทบาทในการเชื่อมโยงองค์การเข้ากับสิ่งแวดล้อมภายนอก (ธีรกีตินวรัตน์ ณ อยุธยา, 2552: 125) ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการคือ

- 1.1 เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างองค์กรกับสิ่งแวดล้อมภายนอก
- 1.2 เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนขององค์การในการมีสัมพันธ์กับลูกค้ำ

2. การตลาดภายใน (Internal marketing) หมายถึง การทำการตลาดโดยผู้ให้บริการเพื่อการฝึกอบรมอย่างได้ผลและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้ำ และผู้ที่อยู่เบื้องหลังการให้บริการทั้งหมด สามารถทำงานร่วมกันเพื่อให้ลูกค้ำเกิดความพึงพอใจ โดยในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและโรงแรมมองว่าพนักงานเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ การตลาดภายในมองพนักงานเป็นลูกค้ำภายในองค์กร และความพึงพอใจของพนักงานกับความพึงพอใจของลูกค้ำมีความสัมพันธ์กัน

กระบวนการของการตลาดภายในประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

2.1 การสร้างวัฒนธรรมในการให้บริการ หมายถึงการสร้างวัฒนธรรมขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้ำ ประกอบไปด้วยนโยบายในการให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ ระบบการให้สิ่งตอบแทน กิริยาและการแสดงออกของพนักงาน โดยวัฒนธรรมองค์กรคือ การที่สมาชิกในองค์กรมีความเชื่อและให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆ เป็นแบบแผนและอยู่ในทิศทางเดียวกัน โดยเกิดจากการตั้งกฎเกณฑ์เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการภายในองค์กร

2.2 พัฒนาแนวทางการตลาดสู่การจัดการด้านบุคลากร ประกอบไปด้วยการสร้างสิ่งดึงดูดใจและผลตอบแทนให้แก่พนักงาน การสนับสนุนด้านข้อมูลความรู้แก่พนักงาน มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง การรักษาทัศนคติและอารมณ์ในด้านบวกของพนักงาน รวมไปถึงการออกแบบเครื่องแบบซึ่งจะมีผลต่อทัศนคติของพนักงานอีกด้วย

กระบวนการการ (Process) เป็นส่วนผสมการตลาดบริการประการหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความอยู่รอดและความสำเร็จของกิจการโดยทั่วไป เนื่องจากการผลิตและการนำเสนอบริการจะต้องอาศัยการบวนการในการให้บริการเสมอ ดังนั้นลูกค้าจึงมักจะรับรู้หรือเข้าใจว่ากระบวนการในการให้บริการคือส่วนหนึ่งของตัวบริการนั่นเอง (ธีรกีตินวรัตน์ ณ อยุธยา, 2552: 144) นอกจากนี้กระบวนการในการให้บริการที่อยู่เบื้องหลังก็มีความสำคัญ และส่งผลถึงประสิทธิภาพของการให้บริการ เช่นเดียวกัน

ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึงสิ่งที่เป็นรูปธรรมต่างๆที่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้ และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพของการบริการ ประกอบไปด้วยสิ่งแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ สถานบริการหรือสถานที่ในการให้บริการซึ่งกิจการและลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน สิ่งต่างๆ ที่จับต้องได้ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกหรือช่วยสื่อสารกับการบริการ ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการ ประกอบไปด้วย

1.1 สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การออกแบบและรูปลักษณะภายนอกของตัวอาคาร บ้ายบอกทางเข้าสถานบริการ บ้ายชื่อของกิจการ และที่จอดรถ เป็นต้น

1.2 สภาพแวดล้อมภายใน เช่น การออกแบบและตกแต่งภายในอาคาร อุปกรณ์ในการให้บริการ บ้ายบอกทางภายในอาคาร คุณภาพของอากาศในสถานที่ให้บริการ เป็นต้น

2. บรรยากาศของสถานที่ (Atmosphere) หรือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญและละเอียดอ่อนในธุรกิจบริการ โดยเป็นการรับรู้ถึงบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะรอบตัวจากประสาทสัมผัสต่างๆ ได้แก่

2.1 สิ่งที่มองเห็น (Visual) คือ สี ความสว่าง ขนาด รูปทรง

2.2 สิ่งที่ได้ยิน (Aural) คือ ระดับความดังของเสียง

2.3 สิ่งที่เกี่ยวข้องกับประสาทรับกลิ่น (Olfactory) คือ การได้กลิ่น และความสดชื่น

3. สิ่งที่จับต้องได้ประเภทอื่นๆ หมายถึงสิ่งที่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรม ที่ช่วยในการสื่อสารกับลูกค้า เช่น นามบัตร เครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงาน เอกสารแผ่นพับต่างๆ เป็นต้น

ตอนที่ 1.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบันของประเทศไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศไทย ทั้งรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางประเทศ ส่งผลถึงเงินหมุนเวียนจำนวนมหาศาลในระบบเศรษฐกิจของไทย และทำให้เกิดการจ้างงานในธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากตารางที่ 1 และตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2541 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 7.76 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 51.68 ล้านคน จนถึงปี 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเป็น 14.46 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 83.23 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้กับธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 547,782 ล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวไทย 380,417 ล้านบาท หรือรวมรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 928,199 ล้านบาท ในปี 2550

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย พ.ศ. 2541 - 2550

ปี	นักท่องเที่ยวต่างชาติ						
	จำนวนนักท่องเที่ยว		ระยะเวลา อยู่ใน ประเทศ ไทยโดย เฉลี่ย(วัน)	การใช้จ่ายโดยเฉลี่ย		รายได้	
	จำนวน (ล้าน คน)	เปลี่ยนแปลง (%)		ต่อคน/ ต่อวัน (บาท)	เปลี่ยนแปลง (%)	(ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (%)
2541	7.76	7.53	8.40	3,712.93	1.12	242,177	9.70
2542	8.58	10.50	7.96	3,704.54	-0.23	253,018	4.48
2543	9.51	10.82	7.77	3,861.19	4.23	285,272	12.75
2544	10.06	5.82	7.93	3,748.00	-2.93	299,047	4.83
2545	10.80	7.33	7.98	3,753.74	0.15	323,484	8.17
2546	10.00	-7.36	8.19	3,774.50	0.55	309,269	-4.39
2547	11.65	16.46	8.13	4,057.85	7.51	384,360	24.28
2548	11.52	-1.51	8.20	3,890.13	-4.13	367,380	-4.42
2549	13.82	20.01	8.62	4,048.22	4.06	482,319	31.29
2550	14.46	4.65	9.19	4,120.95	1.80	547,782	13.57

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552

ตารางที่ 2. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

พ.ศ. 2541 -2550

ปี	นักท่องเที่ยวชาวไทย						
	จำนวนนักท่องเที่ยว		ระยะเวลา อยู่ใน ประเทศ ไทยโดย เฉลี่ย(วัน)	การใช้จ่ายโดยเฉลี่ย		รายได้	
	จำนวน (ล้าน คน)	เปลี่ยนแปลง (%)		ต่อคน/ต่อ วัน (บาท)	เปลี่ยนแปลง (%)	(ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (%)
2541	51.68	-0.72	2.37	1,512.70	3.19	187,897	4.16
2542	53.62	3.02	2.43	1,523.55	2.29	203,179	7.42
2543	54.74	2.08	2.48	1,717.77	12.75	210,516	3.61
2544	58.62	7.09	2.51	1,702.70	-0.88	223,732	6.28
2545	61.82	5.45	2.55	1,689.52	-0.77	235,337	5.19
2546	69.36	12.20	2.61	1,824.38	7.98	289,987	23.22
2547	74.80	7.84	2.60	1,852.33	1.53	317,225	9.39
2548	79.53	6.33	2.73	1,768.87	-4.51	334,717	5.51
2549	81.49	2.46	2.65	1,795.09	1.48	322,534	8.41
2550	83.23	2.14	2.63	1,767.35	-1.55	380,417	4.15

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552

แต่ในปัจจุบันเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อประเทศต่างๆทั่วโลก ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนลดลง จากข้อมูลของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจำนวน 14.081 ล้านคน ลดลง 3.83 แสนคน หรือลดลงร้อยละ 2.65 เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวปี 2550 นอกจากนี้ มีการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยในปี 2552 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทย 12.798 ล้านคน หรือมีจำนวนลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550 และ 2551 ร้อยละ 11.52 และร้อยละ 9.11 ตามลำดับ ดังแสดงใน ตารางที่ 3

ตารางที่ 3 คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย ปี 2552

	2550 (ล้านคน)	2551 (ล้านคน)	% 51/50 (ร้อยละ)	2552 (ล้านคน)	% 52/51 (ร้อยละ)	% 52/50 (ร้อยละ)
ไตรมาส 1	3.831	4.326	12.95	3.028	-30	-21
ไตรมาส 2	3.123	3.543	13.43	3.011	-15	-3.6
ไตรมาส 3	3.451	3.353	-2.82	3.106	-7.37	-10
ไตรมาส 4	4.059	2.859	-29.56	3.653	22.77	-10
รวมทั้งสิ้น	14.464	14.081	-2.65	12.798	-9.11	-11.52

ที่มา : 1. ปี 2550 และ 3 ไตรมาสแรกของปี 2551 จากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. ไตรมาส 4 ของปี 2551 และปี 2552 เป็นการประมาณการโดย สทท.

1. ปริมาณนักท่องเที่ยวต่างประเทศตลอดปี 2551 จะมีจำนวนประมาณ 14.1 ล้านคน ลดลง 0.383 ล้านคน หรือคิดเป็นลดลงร้อยละ 2.65 จาก 15.5 ล้านคนในปี 2550 หากพิจารณาด้านรายได้คาดว่าจะรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศในปี 2551 จะมีมูลค่า 519,600 ล้านบาท ลดลง 27,400 ล้านบาท จาก 547,000 ล้านบาท ในปี 2550 หรือคิดเป็นลดลงร้อยละ 5

2. คาดว่าปริมาณนักท่องเที่ยวต่างประเทศตลอดปี 2552 จะมีจำนวนลดลงโดยเฉพาะในไตรมาสที่ 1 (ม.ค. – มี.ค.) คาดว่าจะลดลงจากปี 2551 ร้อยละ 30 และไตรมาสที่ 2 (เม.ย.- มิ.ย.) คาดว่าจะลดลง จากปี 2551 ร้อยละ 15 ทำให้คาดว่าตลอดระยะเวลาครึ่งแรกของปี 2552 จะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงจากปี 2551 ร้อยละ 23 หรือคิดเป็นประมาณ 1.83 ล้านคน

3. คาดว่าปริมาณนักท่องเที่ยวต่างประเทศในไตรมาส 4 ของปี 2551 และไตรมาส 1 และ 2 ของปี 2552 ลดลง 3.03 ล้านคน จากแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเข้ามาในช่วงเวลาดังกล่าว หรือ คิดเป็นมูลค่าที่เสียหาย 109,000 ล้านบาท

4. ด้านภาวะการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คาดว่าจะได้รับผลกระทบในช่วงปลายปี 2551 ต่อเนื่องจนถึงไตรมาสที่ 2 ของปี 2552 โดยภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะทยอยลดการจ้างแรงงานเข้าทดแทน และลดการจ้างแรงงานเสริมทุกประเภท รวมถึง การลดผลตอบแทนของพนักงานในทุกรูปแบบต่างๆ อาทิ การเพิ่มจำนวนวันหยุด การลดค่าตอบแทนสวัสดิการ และการลดเงินเดือนในท้ายที่สุด ซึ่งคาดว่าผลรวมต่อภาวะการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะมีผลลดลงประมาณร้อยละ 10 ของการจ้างแรงงานทางตรงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีอยู่ประมาณ 1.1 ล้านคน หรือคิดเป็นลดการจ้างงาน

ประมาณ 100,000 คน ทั้งนี้ยังไม่ นับรวมผลกระทบต่อการจ้างงานทางอ้อมที่มี อยู่อีกจำนวนกว่า 2 ล้านคน

จากการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง และผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับเศรษฐกิจของไทยทำให้หน่วยงานของรัฐหันมากระตุ้นให้คนไทยเที่ยวภายในประเทศ เพื่อให้เกิดเงินหมุนเวียนยังแหล่งท่องเที่ยวทั้งการจัดงาน “มหัศจรรย์...เที่ยวไทย 2551” เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจท่องเที่ยว และให้คนไทยเที่ยวในประเทศไทยแทนการเดินทางไปเที่ยวยังต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ต่างๆ ส่งผลให้ในช่วงปลายปี 2551 ถึงต้นปี 2552 จำนวนนักท่องเที่ยวสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ เช่นจังหวัดเชียงใหม่ มีอัตราการจองห้องพักร้อยละ 90 รายได้เฉลี่ยกว่า 200 ล้านบาทต่อวัน จากเดิม 35 ล้านบาทโดยประมาณ

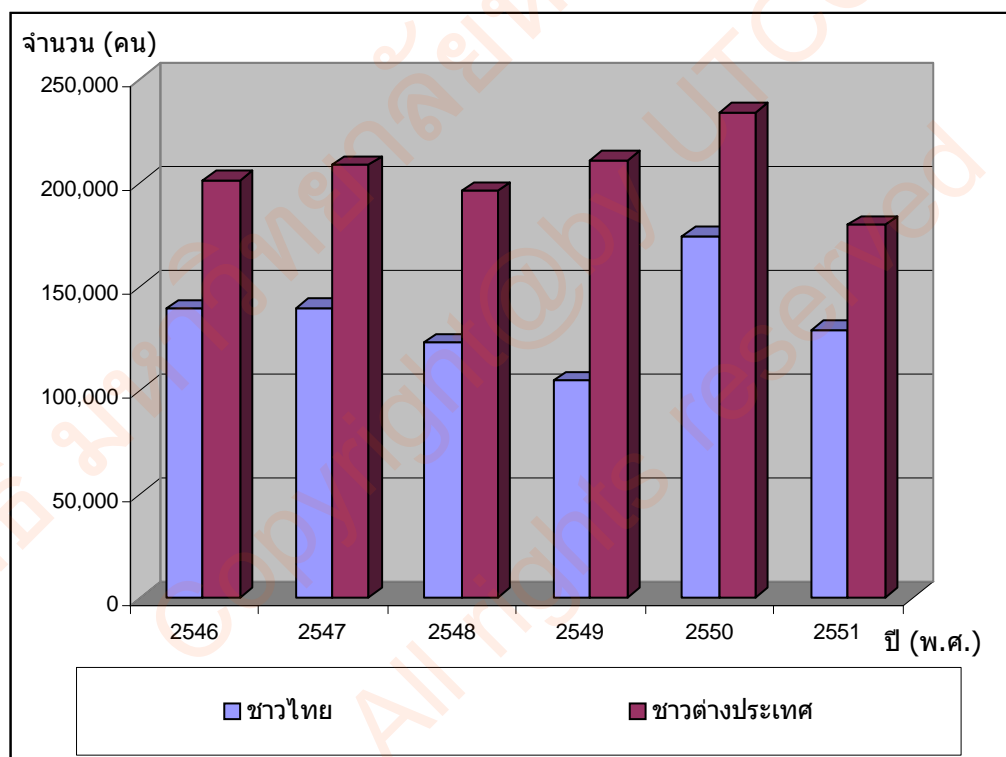
จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่ซื้อบัตรเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ โดยมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเกือบเท่าตัว ดังแสดงในตารางที่ 4 และในรูปที่ 2 และเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกเช่นเดียวกัน ดังตารางที่ 5 และรูปที่ 3 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมีจำนวนน้อยกว่ามากเช่นในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย 309,547 คน แต่มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาถึง 1,177,655 คน ดังนั้นในสถานการณ์ปัจจุบันที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มลดลง การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์มากขึ้น จึงมีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย

ตารางที่ 4 สถิตินักท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ปี พ.ศ.	2546	2547	2548	2549	2550	2551
ชาวไทย	139,347	140,020	123,167	104,847	174,843	129,635
ชาวต่างประเทศ	201,724	208,909	196,369	211,272	234,510	179,912
รวม	341,071	348,929	319,536	316,119	409,353	309,547

ที่มา: สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย, 2552

รูปที่ 1. แผนภาพแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย



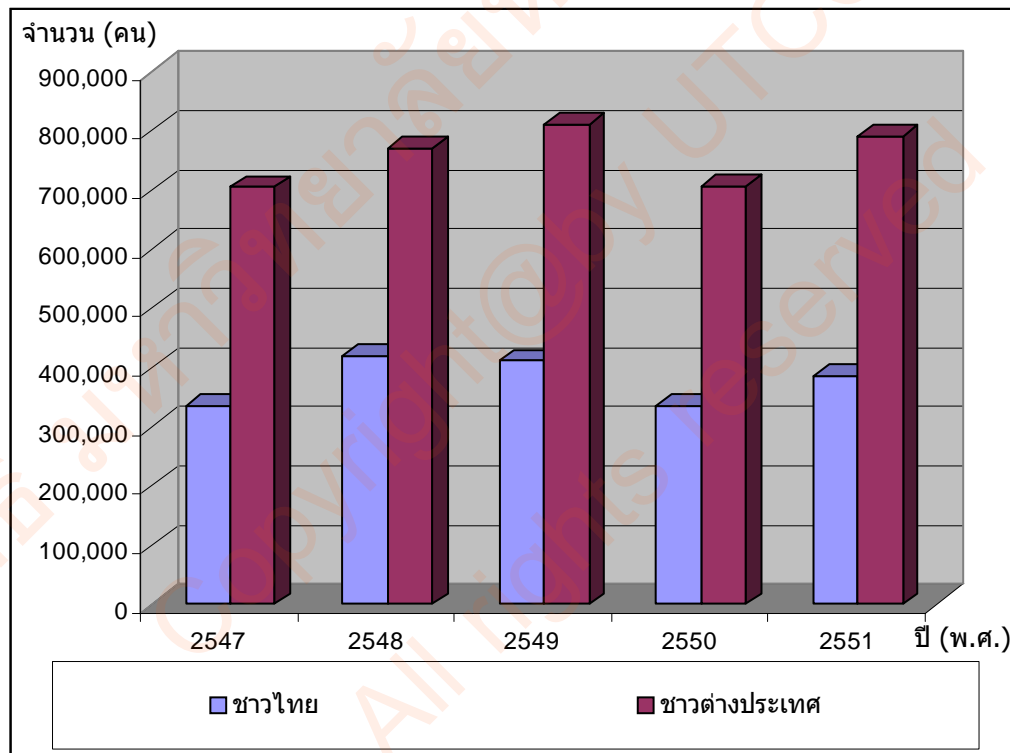
ที่มา: http://province.mots.go.th/sukhothai/tour01_1.html

ตารางที่ 5. สถิตินักท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ปี พ.ศ.	2547	2548	2549	2550	2551
ชาวไทย	334,313	420,185	411,550	335,766	385,986
ชาวต่างประเทศ	704,253	769,902	810,856	706,872	791,669
รวม	1,038,566	1,190,087	1,222,406	1,042,638	1,177,655

ที่มา: สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา, 2552

รูปที่ 2. แผนภาพแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
ของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

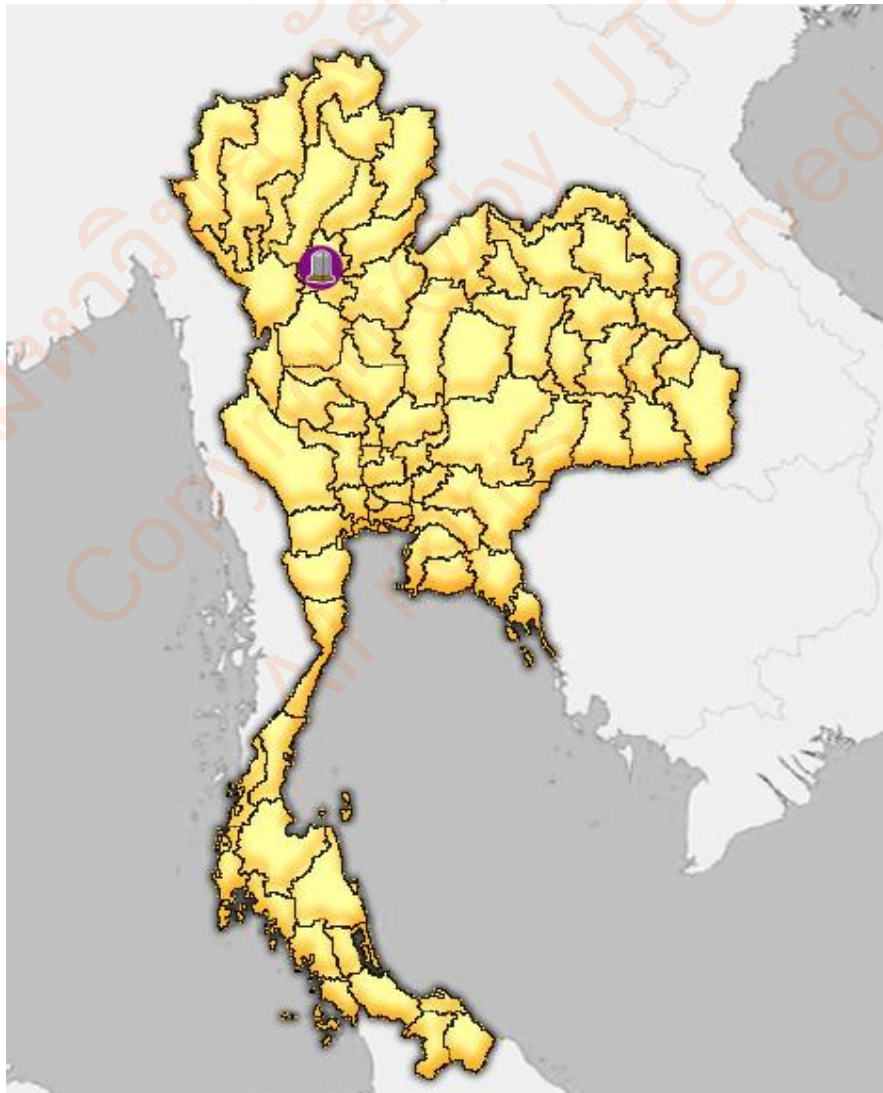


ที่มา: สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา, 2552

ตอนที่ 1.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

สุโขทัย คือแคว้นโบราณที่ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำ 3 แห่ง คือ ปิง ยม และน่านตอนล่าง ในปัจจุบันยังไม่มีหลักฐานที่สามารถสรุปได้ชัดเจนว่ามีการก่อตั้งเมื่อใด แต่ข้อมูลจาก ศิลาจารึกหลักที่สองพบว่า กษัตริย์องค์ที่เก่าแก่ที่สุดเท่าที่มีหลักฐานในขณะนี้ของอาณาจักรสุโขทัย มีพระนามว่า “พ่อขุนศรีนาวนำถม” ซึ่งครองราชย์ในปี พ.ศ. 1726 ปัจจุบันเป็นจังหวัดหนึ่งในเขตภาคเหนือตอนล่าง อาณาเขต ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดแพร่ ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดกำแพงเพชร ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดอุตรดิตถ์ ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดตาก และจังหวัดลำปาง (วิไลรัตน์ ยั่งรอด และ ธวัชชัย องค์กรุณีเวทย์, 2551: 4-11)

รูปที่ 3. ตำแหน่งของจังหวัดสุโขทัย



ที่มา: <http://www4.sac.or.th>

คำว่า สุขุทัย มาจากคำสองคำคือ สุข รวมกับคำว่า อุทัย หมายความว่า รุ่งอรุณแห่งความสุข แต่มีผู้อธิบายว่า คำว่า “ทัย” นั้นไม่ได้เป็นคำดั้งเดิมแต่เป็นการดัดแปลงคำขึ้นใหม่ตามภาษาสันสกฤต จนทำให้มีการแปลความหมายผิดเพี้ยนไป หากยึดตามคำที่ปรากฏในจารึกแล้ว จะต้องเขียนว่า “สุขุโขไท” หรือ “สุขุโขไท” ซึ่งเกิดจากการผสมระหว่าง “สุข” (ความสุข) และ “ไท” (หมายถึง “คน” หรือ “อิสรชน”) รวมแปลได้ว่า “คนที่มีความสุข” (วิลเลิร์ตน์ ยังรอด และ ธวัชชัย องค์กร์วุฒิเวทย์, 2551: 31)

อุทยานประวัติศาสตร์สุขุทัย

เมืองเก่าสุขุทัยอยู่ห่างจากตัวจังหวัดสุโขทัยไปทางทิศตะวันตกประมาณ 12 กิโลเมตร ถนนจรดวิถีถ่อง ทางหลวงหมายเลข 12 สายสุโขทัย - ตาก ภายในอุทยานฯ มีสถานที่สำคัญที่เป็นพระราชวัง ศาสนสถาน โบราณสถาน โดยมีคูเมือง กำแพงเมือง และประตูเมืองโบราณล้อมรอบอยู่ในรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส ประกอบไปด้วยโบราณสถานทั้งภายในและภายนอกกำแพงเมือง ดังแสดงในแผนที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (รูปที่ 5) ลักษณะการเที่ยวชมภายในอุทยาน นักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างชาติจะมีลักษณะการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยชาวต่างชาตินิยมเดินเที่ยวหรือขี่จักรยานชมหรือรอบอุทยาน โดยใช้เวลานานในการเที่ยวชมโดยรอบอุทยาน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย จะสามารถแยกได้เป็นสามกลุ่มได้แก่

1. กลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่มาทัศนศึกษา โดยกลุ่มนี้นิยมการท่องเที่ยวชมโดยการขี่จักรยาน หรือนั่งรถรางเที่ยวชมรอบอุทยานชั้นใน
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยด้วยตนเอง โดยกลุ่มนี้จะมีจำนวนไม่มากนัก
3. กลุ่มที่แวะเนื่องจากเป็นเส้นทางผ่านในการเดินทาง โดยกลุ่มนี้จะใช้เวลาในการเที่ยวชมไม่มากนัก จะใช้การขับรถยนต์เที่ยวชมตัวอุทยานแล้วแวะเข้าชมตัวโบราณสถานเพียงแห่งเดียว แล้วเดินทางต่อไปยังจุดหมายปลายทางเลย

รูปที่ 5. แผนที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย



ที่มา: สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

สถานที่สำคัญภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

พระบรมราชานุสาวรีย์พ่อขุนรามคำแหงมหาราช ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของวัดมหาธาตุ ลักษณะพระบรมรูปพ่อขุนรามคำแหงมหาราชประทับนั่งอยู่บนแท่นสูงหล่อด้วยโลหะทองเหลืองผสมทองแดงรมดำ ด้านข้างมีภาพแผ่นจำหลักจารึกเหตุการณ์เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจของพระองค์ตามที่มีการอ้างถึงในศิลาจารึกสุโขทัย

วัดมหาธาตุ เป็นวัดที่มีความเก่าแก่และตั้งอยู่กึ่งกลางเมืองสุโขทัย โดยคาดกันว่าวัดแห่งนี้สร้างขึ้นพร้อมกับการสร้างเมืองในยุคแรกๆ จึงถือว่าเป็นวัดที่มีความสำคัญที่สุดของเมือง ได้รับการบูรณะและมีการต่อเติมอย่างต่อเนื่องในหลายยุคสมัย (วิไลรัตน์ ยंत्रรอด และ รัชชชัย องค์กรุณีเวชย์, 2551: 36) เจดีย์ประธานเป็นเจดีย์ทรงดอกบัวตูม หรือทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของศิลปะแบบสุโขทัย ด้านหน้าเจดีย์ประธานมีวิหารขนาดใหญ่ เชื่อว่าเคยเป็นที่ประดิษฐานพระศรีศากยมุนี ซึ่งเป็นพระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันได้รับการเคลื่อนย้ายไปอยู่ที่วัดสุทัศนฯ กรุงเทพมหานคร

วัดสระศรี ตั้งอยู่บริเวณเกาะกลางสระน้ำขนาดใหญ่กลางเมือง ที่เรียกกันว่า สระพังตระกวน ประกอบด้วยเจดีย์ประธานทรงลังกา ด้านหน้าเจดีย์มีวิหารขนาดใหญ่ประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นปางมารวิชัย มีเจดีย์ขนาดเล็ก ศิลปศรีวิชัยผสมลังกาตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ (อภิวันท์ อดุลยพิเชฐฐ์, 2550: 49) ถือว่าเป็นวัดที่มีทัศนียภาพที่สวยงามมากแห่งหนึ่งในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

วัดศรีสวาย เป็นวัดที่มีจุดเด่นคือมีพระปรารักษ์สร้างเรียงกัน 3 องค์ และมีงานปูนปั้นที่ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะลพบุรี โดยเชื่อว่าวัดถูกประสงค์เมื่อแรกเริ่มสร้างนั้น เพื่อเป็นเทวสถานในศาสนาฮินดู และได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นวัดในพุทธศาสนามีการสร้างวิหารขึ้นด้านหน้าเมื่อเปลี่ยนเป็นพุทธสถานแล้ว

ศาลดาผาแดง มีลักษณะเป็นโบราณสถานตามแบบศิลปะเขมร ก่อสร้างด้วยศิลาแลงขนาดใหญ่ ส่วนยอดหักพังลงมาหมดแล้ว คาดว่าสร้างขึ้นในช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 18 จึงมีการสันนิษฐานว่าเป็นโบราณสถานร่วมสมัยกับนครวัด และเป็นโบราณสถานที่มีความเก่าแก่ที่สุดในเมืองสุโขทัย

วัดพระพายหลวง เป็นโบราณสถานขนาดใหญ่ตั้งอยู่บริเวณด้านนอกของกำแพงเมืองไปทางทิศเหนือ เชื่อกันว่าเป็นที่ตั้งของเมืองและชุมชนในยุคแรกของสุโขทัย มีพระปรารักษ์ซึ่งเป็นสิ่งก่อสร้างที่มีความเก่าแก่ที่สุดในวัดเป็นศิลปะขอมแบบบาเยน คาดว่าในยุคแรกมีการสร้างเพื่อเป็นเทวสถาน และต่อมาได้เปลี่ยนเป็นพุทธสถานนิกายมหายาน และนิกายเถรวาทตามลำดับ พร้อมกับมีการสร้างอาคารเพิ่มเติมขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องในแต่ละยุค เช่น เจดีย์ก่อนอิฐและพระสี่อริยาบททางด้านทิศตะวันตกของพระปรารักษ์

วัดศรีชุม ตั้งอยู่บริเวณใกล้วัดพระพายหลวงออกไปทางทิศตะวันตก เป็นวัดที่ประดิษฐาน พระอจนะ เป็นพระพุทธรูปปูนปั้นปางมารวิชัยขนาดใหญ่ ภายในมณฑปสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ที่เชื่อว่าการสร้างขึ้นมาในภายหลังจากผู้ที่มีความเลื่อมใสศรัทธา ผันทางด้านซ้ายมีช่องเป็นบันไดแคบๆ มีแผ่นหินสลักภาพจากชาดกเรียงต่อกัน 64 แผ่น สามารถเดินไปถึงด้านหลังองค์พระและหลังคาได้ (ในปัจจุบันไม่อนุญาตให้เดินเข้าชมในส่วนนี้) สันนิษฐานว่ามีการสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 19 – 20 (วิไลรัตน์ ยังรอด และ ธวัชชัย องค์กรุฒิเวทย์, 2551: 50-55)

วัดสะพานหิน ตั้งอยู่บนเนินเขาสูงประมาณ 200 เมตร บริเวณด้านนอกของกำแพงเมืองไปทางทิศตะวันตก บริเวณทางเดินขึ้นโบราณสถานมีทางเดินปูลาดด้วยหินชนวนจากดินเขาขึ้นไปเป็นระยะทาง 300 เมตร สิ่งสำคัญภายในวัด ได้แก่ พระประธานซึ่งเป็นพระพุทธรูปยืนขนาดใหญ่ปางประทานอภัย สูง 12.50 เมตร หันพระพักตร์ไปทางทิศตะวันออก เรียกว่า พระอัฐารศ (ศิริศักดิ์ คุ่มรักษา, อนุรักษ์ วัฒนาวงศ์สว่าง และอัมพวัน สองสมุทร, ม.ป.ป.: 82)

การเดินทาง

การเดินทางจากตัวเมืองสุโขทัยไปตามทางหลวงหมายเลข 101 (ถ.จรดวิถีถ่อง) เส้นทางประมาณ 12 กิโลเมตร หรือขึ้นรถสองแถวสายราชธานี – เมืองเก่า คิโดอยู่ที่ธนาคาร กสิกรไทยใต้สะพานพระร่วง หรือขึ้นรถประจำทางสาย สุโขทัย – ตาก ต้นสายอยู่ที่สถานีขนส่ง สุโขทัย

อัตราค่าเข้าชม

นักท่องเที่ยว ชาวไทย 20 บาท ชาวต่างชาติ 100 บาท หรือสามารถซื้อตั๋วรวมได้ ชาวไทย 70 บาท ชาวต่างชาติ 350 บาท (ในปัจจุบันไม่มีการขายตั๋วเข้าชมแบบรวม เนื่องจากมีการปรับปรุงตัวโบราณสถานหลายแห่ง) เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่เวลา 06.30-18.00 น. (ปิดจำหน่ายบัตรเวลา 18.00 น. แต่สามารถเที่ยวชมภายในอุทยานต่อได้) โดยในวันเสาร์แรกของทุกเดือนจะมีการแสดงแสง สี เสียง บริเวณหน้าวัดสระศรีในเวลากลางคืน

ในกรณีที่นำยานพาหนะเข้าเขตโบราณสถานจะต้องเสียค่าธรรมเนียม และที่บริเวณลานจอดรถของอุทยานฯ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีบริการ รถราง นำชมรอบ ๆ บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ อัตราค่าบริการ นักท่องเที่ยว ชาวไทย 20 บาท ชาวต่างชาติ 40 บาท นอกจากนี้ที่บริเวณด้านหน้าอุทยานฯ มีบริการ รถจักรยาน ให้เช่าในราคาคันละ 20 บาท

ตอนที่ 1.5 แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับมรดกโลก

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพิจารณาว่าเป็นมรดกโลก อาจเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีความโดดเด่นระดับโลก ระบบนิเวศ ภูมิประเทศและปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม มีลักษณะเฉพาะตัวและมีเอกลักษณ์ที่หายากเป็นพิเศษ บางแห่งมีสิ่งปลูกสร้าง ซากปรักหักพังที่กระจายอยู่ทั่วทุกมุมโลก และมีรูปแบบพิเศษทางสถาปัตยกรรมหรือมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และสะท้อนให้เห็นแนวความคิดหรือความเชื่อที่แสดงถึงอารยธรรมอันยาวนานของมนุษยชาติ สิ่งเหล่านี้นับว่าเป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษ ซึ่งมีทั้งสิ่งที่เกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างสรรค์ และบางสิ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ล้วนแล้วแต่มีคุณค่าต่อคนรุ่นหลัง องค์การยูเนสโกจึงตระหนักถึงความสำคัญของมรดก และได้คัดเลือกสถานที่ต่าง ๆ เพื่อขึ้นบัญชีเป็น “มรดกโลก” ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายหนึ่งของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่จะเข้าไปเยี่ยมชมความงามของสถานที่นั้นๆ ดังนั้นคำๆ นี้ จึงเปรียบเสมือนเครื่องหมายการค้าที่ดีตราให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของมนุษย์ และกระตุ้นให้ตระหนักถึงคุณค่าในสิ่งที่บรรพบุรุษของเราหรือธรรมชาติได้สร้างไว้ เป็นเกิดความสำนึกว่าเป็นมรดกชิ้นหนึ่งที่ต้องรักษาไว้ให้ลูกหลานต่อไปในอนาคต

ประเภทของมรดกโลก

มรดกโลกสามารถจำแนกได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. มรดกโลกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) หมายถึง โบราณสถานหรือกลุ่มสถานที่ก่อสร้างหรือสถานที่สำคัญที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศิลปะของมนุษย์ แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมเด่นๆ ที่สำคัญของโลก เช่น หอคอยลอนดอนของประเทศอังกฤษ พีระมิดของประเทศอียิปต์ กำแพงเมืองจีนและพระราชวังของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ถ้ำอะซันดาและโบราณสถานคาราจุโฮของประเทศอินเดีย ปราสาทนครวัดของประเทศกัมพูชา เป็นต้น

2. มรดกทางธรรมชาติ (Natural Heritage) หมายถึง ลักษณะอันทรงคุณค่าทางภูมิศาสตร์กายภาพ ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่พิสดาร ทิวทัศน์ ภูมิประเทศ หรือลักษณะทางธรณีวิทยาที่มีความงามทางธรรมชาติอย่างเด่นชัดในระดับสากล และทรงคุณค่าต่อการอนุรักษ์ แหล่งมรดกทางธรรมชาติเด่นๆ ที่สำคัญของโลก เช่น เกรตแบร์ริเออร์ รีฟ (แนวหินปะการัง) ของประเทศออสเตรเลีย อ่าวฮาลองในประเทศเวียดนาม เป็นต้น

ประเทศที่ปรากฏแหล่งมรดกโลกอยู่มากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ อิตาลี สเปน สาธารณรัฐประชาชนจีน ฝรั่งเศส เยอรมนี เม็กซิโก สหราชอาณาจักร อินเดีย (อันดับเท่ากับสหราชอาณาจักร) รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ

มรดกโลกเพื่อการท่องเที่ยว

จุดมุ่งหมายหลักของการประกาศยกย่องแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติให้เป็นมรดกโลกนั้น เพื่อประโยชน์ที่จะได้รับนั้นคือการปกป้องดูแล อนุรักษ์ และฟื้นฟูสถานที่ที่เป็นมรดกเหล่านั้น โดยได้รับเงินอุดหนุนในการบำรุงรักษาจากกองทุนมรดกโลก (World Heritage Fund) และเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัวเพื่อให้ชาวโลกรู้ตัวว่า มีสถานที่ที่สำคัญยิ่งอยู่ในประเทศนั้น ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศของตนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพราะการที่สถานที่แต่ละแห่งได้รับการยกย่องว่าเป็นมรดกโลกนั้น เท่ากับเป็นการยืนยันและแสดงให้เห็นให้ชาวโลกรู้ว่าสถานที่นั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่งดงาม และมีคุณค่าทางด้านสุนทรียศาสตร์ มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นในระดับโลก หรืออาจแสดงลักษณะเฉพาะของชนบทรรมนิยมประเพณีของตน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวของมนุษย์ทั้งสิ้น เมื่อได้รับการยืนยันว่าเป็นมรดกโลกแล้ว จะทำให้มียอดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างรายได้ให้กับประเทศเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง

พื้นที่มรดกโลกทั้งทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเหล่านี้ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมอย่างมหาศาล เพราะนอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอันนำรายได้มาสู่ประชากรในท้องถิ่นและประเทศชาติดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ยังเป็นสถานที่ทัศนศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจ เป็นแหล่งศึกษาข้อมูลด้านวิชาการต่าง ๆ มรดกทางธรรมชาติที่เป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์ก็เป็นแหล่งรวมของพืชและสัตว์ต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดความสมดุลทางธรรมชาติ และเป็นต้นกำเนิดของดิน น้ำ อากาศที่อุดมสมบูรณ์ ส่วนมรดกทางด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์นั้น เป็นร่องรอยแห่งอารยธรรมและความเจริญรุ่งเรืองของมนุษย์ เพื่อให้คนรุ่นปัจจุบันได้ศึกษาความเป็นมาของบรรพบุรุษในอดีต

เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังแต่ละประเทศที่มีสถานที่ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จะสังเกตได้ว่า ประเทศที่มีแหล่งมรดกโลกอยู่เป็นจำนวนมากจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับต้น ๆ ของโลกทั้งสิ้น เช่น ประเทศอิตาลีมีแหล่งมรดกโลกมากที่สุดถึง 41 แห่ง มีจำนวนนักท่องเที่ยว 37.1 ล้านคนต่อปี ประเทศสเปนมีมรดกโลก 40 แห่ง มีจำนวนนักท่องเที่ยว 52.4 ล้านคนต่อปี เป็นต้น ขณะที่ประเทศไทยมีมรดกโลก 5 แห่ง มีจำนวนนักท่องเที่ยว 11.7 ล้านคนต่อปี ดังตารางที่ 2.5 และจากข้อมูลทางสถิติพบว่ารายได้การท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกโลกจะเพิ่มขึ้นประมาณ 4 เท่า (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์: ย่อหน้าที่ 2-7)

ตารางที่ 6. อันดับประเทศที่มีแหล่งมรดกโลกและจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด 1 ใน 10 ของโลก

ประเทศ	แหล่งมรดกโลก		นักท่องเที่ยว		ประเทศ	แหล่งมรดกโลก		นักท่องเที่ยว	
	อันดับ	แห่ง	อันดับ	ล้านคน		อันดับ	แห่ง	อันดับ	ล้านคน
อิตาลี	1	41	5	37.1	อินเดีย	7	27	n.a.	3.5
สเปน	2	40	2	52.4	เม็กซิโก	8	27	7	18.7
จีน	3	35	4	41.8	รัสเซีย	9	23	10	19.9
เยอรมัน	4	32	9	20.1	สหรัฐอเมริกา	10	20	3	46.1
ฝรั่งเศส	5	31	1	75.1	ตุรกี	n.a.	n.a.	8	16.8
สหราชอาณาจักร	6	27	6	24.7	ไทย	n.a.	5	19	11.7

หมายเหตุ : ตุรกีเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 8 ของโลก แต่จำนวนแหล่งมรดกโลกไม่ติด 1 ใน 10 ของโลก

ที่มา: www.kriengsak.com, 2551

มรดกโลกในประเทศไทย

มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของไทย ที่ได้รับการขึ้นบัญชีเป็นมรดกโลกครั้งแรกใน พ.ศ. 2534 เกิดขึ้นจากการประชุมคณะกรรมการมรดกโลก ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย มีจำนวนทั้งสิ้น 3 แห่งด้วยกัน ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร ในปีต่อมา (พ.ศ.2535) แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ก็ได้รับการประกาศให้เป็นมรดกโลกลำดับที่ 4 ของไทย ณ การประชุมที่เมืองซานตาเฟ รัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ใน พ.ศ. 2548 อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ – ดงพญาเย็นก็ได้รับการจดทะเบียนเป็นมรดกโลกลำดับล่าสุดของไทย อันเป็นผลมาจากการประชุมที่เมืองเดอร์บัน ประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้

มรดกโลกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย

1. อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ตั้งอยู่ที่ตำบลเมืองเก่า ห่างจากฝั่งแม่น้ำยมและตัวเมืองสุโขทัยไปทางทิศตะวันออก 12 กิโลเมตร เป็นศูนย์กลางการปกครองทางด้านศาสนา สังคม และวัฒนธรรม เจริญรุ่งเรืองถึงขีดสุดราวช่วงพุทธศตวรรษที่ 17-18 ภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยประกอบด้วยพระราชวัง ศาสนสถานและวัดวาอารามต่างๆ มรดกทาง

วัฒนธรรมที่เด่นของสุโขทัย คือ ประติมากรรมโดยเฉพาะพระพุทธรูป เช่น พระอจนะภายในมณฑปวัดศรีชุมซึ่งนับว่ามีความงดงามมาก นอกจากนี้ยังประกอบไปด้วยเครื่องปั้นดินเผาที่สวยงาม ภาพปูนปั้นและเครื่องสังคโลก

ส่วนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร จัดว่าเป็นเมืองบริวารของสุโขทัยและได้รับการจดทะเบียนขึ้นเป็นมรดกโลกไปพร้อมกัน อุทยานประวัติศาสตร์ทั้งสามแห่งนี้ผ่านการพิจารณาหลักเกณฑ์การขึ้นเป็นมรดกโลก เพราะมีซากโบราณวัตถุที่แสดงถึงความ เป็นเอกลักษณ์ มีความเป็นเลิศในด้านสถาปัตยกรรม แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาในการสร้างสรรค์ของคนไทย และเป็นประจักษ์พยานถึงความรุ่งเรืองของอารยธรรมในอดีต

2. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

อยุธยา เป็นราชธานีเก่าของไทยนานถึง 417 ปี สถาปนาขึ้นตั้งแต่ พ.ศ.1893 ภายในอุทยานประวัติศาสตร์แห่งนี้มีโบราณสถานที่มีคุณค่าอย่างยิ่งทางด้านศิลปกรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดีอันแสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของอารยธรรมไทยในอดีต สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในอุทยานประวัติศาสตร์แห่งนี้ เช่น วัดพระศรีสรรเพชญ์ พระราชวังโบราณหรือพระราชวังหลวง โบราณสถานและวัดวาอารามต่างๆ ทั้งที่อยู่ในเกาะและนอกเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา

3. แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

บ้านเชียง เป็นแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมมนุษย์ในยุคหินใหม่ ซึ่งเริ่มพัฒนาสังคมเกษตรกรรมจนถึงยุคเหล็ก บริเวณดังกล่าวมีการขุดพบโครงกระดูกมนุษย์และภาชนะดินเผาอายุตั้งแต่ 5,000-7,000 ปีมาแล้ว นอกจากนี้ยังพบกำไลหิน กำไลโลหะ ลูกปัดแก้ว และลูกปัดหินอีกมากมาย

มรดกโลกทางธรรมชาติของประเทศไทย

1. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง เป็น 1 ใน 3 มรดกโลกของไทยที่ได้รับการจดทะเบียนเป็นครั้งแรกใน พ.ศ. 2534 ครอบคลุมพื้นที่ของ 6 อำเภอ 3 จังหวัด ได้แก่ อำเภอบ้านไร่ อำเภอลานสัก อำเภอห้วยคต จังหวัดอุทัยธานี อำเภอสังขละบุรี อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี และอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก จัดว่าเป็นป่าอนุรักษ์ที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ดังนั้นผืนป่าแห่งนี้จึงรวมความหลากหลายทางชีวภาพของพืชและสัตว์นานาชนิด เป็นศูนย์รวมของพืชพรรณธรรมชาติหลายรูปแบบ ทั้งป่าดงดิบ ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง และทุ่งหญ้าที่กระจายอยู่ทั่วไป ป่าไม้เหล่านี้ไม่ถูกรบกวนจากมนุษย์มานานหลาย

พันปี จนกลายเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าหลากหลายชนิดซึ่งนับว่ามีคุณค่าทางด้านวิทยาศาสตร์เป็นอย่างมาก และมีความงดงามที่หาได้ยากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

2. ป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

ป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ มรดกโลกแหล่งที่ 5 ของไทย เป็นป่าผืนใหญ่ตั้งอยู่ทางตะวันตกของเทือกเขาพนมดงรัก และพื้นที่ส่วนใหญ่ของเทือกเขาดงพญาเย็น-สันทำแพง มีลักษณะเป็นพื้นที่สูงโดดเด่นขึ้นมาจากที่ราบภาคกลาง และค่อยๆ ก่อตัวเป็นแนวเขตของที่ราบสูงโคราช อาณาบริเวณพื้นที่ของป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ประกอบด้วยอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน อุทยานแห่งชาติปางสีดา อุทยานแห่งชาติตาพระยา และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ บริเวณดังกล่าวเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำที่สำคัญหลายสาย ทั้งยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้และสัตว์ป่านานาชนิด เช่น ช้างป่า กวางป่า เก้ง กระต๊อง เสือ ฯลฯ ตลอดจนมีลักษณะทางธรรมชาติที่สวยงาม ด้วยความหลากหลายทางกายภาพ ความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรพืชและสัตว์ป่าอันล้ำค่าจึงทำให้คณะกรรมการมรดกโลกพิจารณาขึ้นทะเบียนป่าแห่งนี้เป็นมรดกโลกเมื่อ พ.ศ. 2548

นอกจากแหล่งมรดกโลกทั้ง 5 แห่งนี้แล้ว ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวอีกหลายแห่งที่มีศักยภาพ ที่อาจจะนำชื่อขึ้นบัญชีมรดกโลกอีกต่อไป เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท จังหวัดอุดรธานี อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และปราสาทหินเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัดนครราชสีมา เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง อุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี อุทยานแห่งชาติตะรุเตา จังหวัดสตูล อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น โดยแหล่งท่องเที่ยวของไทยเหล่านี้อาจได้รับการจดทะเบียนขึ้นเป็นมรดกโลกในอนาคต

ส่วนที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วันทนา สุรชีวิน (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย” เพื่อศึกษา ลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กับการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย โดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจาก กลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมาจากกลุ่มประเทศยุโรปเป็นเพศหญิงและชายในสัดส่วนใกล้เคียงกัน และส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรด้านภูมิฐานะ ระดับการศึกษา จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปีแตกต่างกัน เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรอื่นๆ เกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลคือ เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงานและเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์คือ วารสารการท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่นๆอยู่ในระดับที่ต่ำมาก นักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย สูงกว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย ส่วนตัวแปรการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติของประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สามารถร่วมกันอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 ได้ร้อยละ 23.19 โดยความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย สามารถอธิบายการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ดีที่สุด รองลงมาได้แก่ ทัศนคติต่อประเทศไทย และการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามลำดับ

สิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต” เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือและภาคใต้ของไทย ที่มีอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติตลอดในช่วงที่ได้ทำการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต มีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันทั้งภูมิฐานะ ทักษะคติ รสนิยมและความต้องการท่องเที่ยวทางด้านของปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจพบว่า ปัจจัยบวกเหมือนกันทั้งสองจังหวัดคือ สภาพ

ภูมิทัศน์ของท้องถิ่นนั้นและสาธารณูปโภคที่เพียบพร้อม ส่วนปัจจัยลบมีความแตกต่างกันในแต่ละจังหวัด พบว่าในจังหวัดเชียงใหม่มีปัญหาที่เป็นอุปสรรคมากที่สุดคือ ปัญหาการจราจรติดขัด ส่วนจังหวัดภูเก็ตเป็นปัญหาค่าครองชีพสูงและการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทั้งทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับภูมิลำเนา และพบว่าปัจจัยในแต่ละท้องถิ่นมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติแตกต่างกัน

อนันต์ สุรพัฒน์ (2541) ได้ทำการศึกษา “การเปรียบเทียบเชิงพื้นที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดกโลกทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา” เพื่อศึกษา การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในเขตเทศบาลเมืองพระนครศรีอยุธยา ที่มีต่อการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดกทางวัฒนธรรม โดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบในเชิงพื้นที่ เพื่อพิสูจน์ว่าระดับของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระต่างๆที่อยู่ในชุมชนและรวมทั้งตัวแปรอิสระในด้านความแตกต่างในเชิงพื้นที่เป็นไปในลักษณะใดบ้าง ผลการศึกษาพบว่า ระดับของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุของประชากรในชุมชนท้องถิ่น แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆต่อไปนี้คือ เพศ อาชีพ ระยะเวลาในการอาศัยอยู่ในชุมชน และระดับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ ระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางพื้นที่ ในส่วนของความแตกต่างในเรื่องระยะทาง ในด้านอุปสรรค พบว่า กระบวนการในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังมีไม่มากพอ และยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร อีกทั้งประชาชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีเวลาในการเข้ามามีส่วนร่วมมากนัก เนื่องจากต้องประกอบอาชีพในการทำมาหากินตลอดทั้งวัน ทำให้ประชากรที่มีช่วงอายุระหว่าง 56 - 65 ปี เป็นกลุ่มที่เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มากที่สุด

ขจรจบ กุสุมาวลี (2542) ได้ทำการศึกษา “การจัดการ “พื้นที่ประวัติศาสตร์” จากกรณีศึกษาบริเวณวิหารพระมงคลบพิตร จ.พระนครศรีอยุธยา” เพื่อศึกษา กระบวนการสร้าง “พื้นที่ประวัติศาสตร์” จากกรณีเกาะเมืองอยุธยา ภายใต้โครงการนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยพิจารณาความคิด และกระบวนการที่รัฐ นักวิชาการ และนักอนุรักษ์ได้ใช้เพื่อสร้างเกาะเมืองอยุธยาให้กลายเป็น “พื้นที่ประวัติศาสตร์” และศึกษาเกี่ยวกับวิถีชีวิตและท่าทีของชาวบ้านที่อยู่ในพื้นที่การอนุรักษ์ ซึ่งได้รับผลกระทบเนื่องจากการจัดการพื้นที่ตามโครงการอนุรักษ์ของทางการ โดยเน้นบริเวณวิหารมงคลบพิตรเป็นหลัก โดยพิจารณาปฏิบัติการ แนวทางการขัดขืน และการต่อสู้ทางความหมายของชาวบ้าน พบว่า การจัดการที่

เกิดขึ้นไม่ได้เป็นเพียงการอนุรักษ์ร่องรอยโบราณสถาน โบราณวัตถุเท่านั้น แต่เป็นการสร้าง “พื้นที่ประวัติศาสตร์” โดยอาศัยเทคนิควิทยาการต่างๆ เพื่อก่อความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์ให้กับพื้นที่ ทำให้เกิด “ความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่” “การชำระความบริสุทธิ์” การรื้อฟื้นความเป็นเมืองประวัติศาสตร์ของพื้นที่และพื้นที่ประวัติศาสตร์ที่ก่อตัวขึ้นเป็นพื้นที่ตามมโนภาพของทางการ ซึ่งมีความแตกต่างกับความหมายพื้นที่ของชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณนี้ โดยจากการศึกษาจากชาวบ้านบริเวณวิหารมงคลบพิตร ซึ่งได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงภายใต้โครงการนครประวัติศาสตร์โดยตรง เนื่องจากชาวบ้านได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานในบริเวณนี้เป็นเวลานานแล้ว เมื่อสถานที่แห่งนี้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เอื้อประโยชน์ต่อการค้าขายของชาวบ้าน ส่งผลให้ชาวบ้านปรับตัวสอดคล้องกับการท่องเที่ยวมากขึ้น แต่ในอีกทางหนึ่ง การใช้ชีวิตของชาวบ้านก็ถูกควบคุมการใช้ประโยชน์มากขึ้น จนมาถึงกรมศิลปากรเข้ามาดูแลจัดระเบียบความเรียบร้อยในบริเวณนี้ ทำให้พื้นที่ที่มีความจำกัดส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการค้าสูงขึ้น ส่งผลให้ความสัมพันธ์ชุมชนชาวบ้านไม่มีความผูกพันเหนียวแน่นมากนัก เมื่อทางการได้เตรียมโยกย้ายบ้านเรือน ร้านค้าของชาวบ้าน แม้ว่าชาวบ้านไม่เห็นด้วยกับทางการ แต่ก็ไม่ทำการต่อต้านอย่างเผชิญหน้า เนื่องจากเงื่อนไขไม่เอื้ออำนวย แต่การตอบโต้ของชาวบ้านมีหลายแบบ ในกรณีนี้ชาวบ้านใช้วิธีการเล่าเรื่องจากมุมมองของตัวเอง หยิบยกเอาทรัพยากรทางสัญลักษณ์ที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้ เพื่อสร้างความหมายที่แตกต่างไปจากความหมายของทางการที่มีต่อพื้นที่ เพื่อตอบโต้กับความหมายที่ทางการสร้างขึ้น และเพื่อแสดงให้เห็นถึงความผูกพันของชาวบ้านกับการดำรงอยู่ในที่แห่งนี้

วิภา รัตนพงศ์ชาติ (2542) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี” เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อมบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผน การจัดการธุรกิจ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยเดินทางมากับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปได้แก่ หาดชะอำ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เขาวิ้ง หาดเจ้าสำราญ และนิยมค้างคืนตามโรงแรม บ้านเพื่อน ญาติ บังกะโล รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะพิจารณาให้ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่ตั้งและระยะทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี และพิจารณาปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มี

อิทธิพลปานกลางต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดพบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ และภูมิฐานะ มีความสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

บุญณินดา โสตา (2544) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย” เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์คือ กลุ่มอาชีพผู้จัดการ-บริหาร, ผู้เชี่ยวชาญ-เทคนิค, ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ, ทหาร กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชนคือ พนักงาน-ลูกจ้าง กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มครอบครัว กลุ่มสตรี กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปและโอเชียเนีย และกลุ่มเกษียณอายุ กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปและโอเชียเนีย กลุ่มเยาวชน และกลุ่มครอบครัว กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งเที่ยวนันทนาการ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพียงลำพัง และเดินทางมากับเพื่อน กลุ่มฮันนีมูน กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก กลุ่ม Business และกลุ่ม MICC (Meeting Intensive Conference Exhibition)

ประกาศิต ทองเจือเพชร (2544) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา” เพื่อศึกษาถึง ลักษณะทั่วไปของตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย ลักษณะกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากทางฝั่งตะวันตกของประเทศ เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นผู้บริหาร ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่าเป็นการเดินทางมาเพื่อพักผ่อน และเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน ก่อนเดินทางจะหาข้อมูลจากหนังสือนำเที่ยว และจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ประทับใจความเป็นมิตรของคนไทยมากที่สุดและคาดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวอีก ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยทางด้านราคามีผลมากที่สุด ส่วนการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ระดับความสำคัญของสินค้า การท่องเที่ยวสัมพันธ์กับเพศ ระดับความสำคัญของราคามีความสัมพันธ์กับเพศ การศึกษา และรายได้ และประเภทของระดับราคามีความสัมพันธ์กับอายุและการศึกษา ประเภทของการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับอายุ

ฤทัยวัลค์ มโนสา (2544) ได้ทำการศึกษา “แนวความคิดในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ จังหวัดกาญจนบุรี” เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาของพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และสภาพการจัดการในปัจจุบันของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ เพื่อเสนอแนวคิดในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ ผลการศึกษาพบว่า เมื่อศึกษาถึงลักษณะสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและศิลปวัฒนธรรม และในด้านการดำเนินการของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์พบว่า อุทยานมีความพร้อมในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งในด้านพื้นที่และทรัพยากร โดยในด้านทรัพยากรพบว่า มีความหลากหลายทั้งด้านพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ ซึ่งสามารถจัดเป็นกิจกรรมธรรมชาติด้านชนิดและประมาณต้นไม้ กิจกรรมดูนก กิจกรรมศึกษาชีวิตสัตว์ ตลอดจนการศึกษาทางด้านโบราณคดี และหลุมขุดค้นโครงกระดูกหรือแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สามารถดำเนินการได้คือ การเดินทางไกล การถีบจักรยานรอบพื้นที่ โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการศึกษาด้านโบราณคดีและด้านธรรมชาติได้ นอกจากนี้ยังสามารถทำการศึกษาหรือทำกิจกรรมด้านดาราศาสตร์ (การดูดาว) ได้เช่นกัน นอกจากนี้ การศึกษาพบว่า ข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ตลอดทั้งปี ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ เนื่องจากในช่วงฤดูฝน พื้นที่บางส่วนของอุทยานจะเกิดน้ำท่วมขัง ซึ่งไม่เหมาะกับการกางเต็นท์หรือการเดินทางไกล

ณัฐชามณูญ์ สุวิทย์พันธุ์ (2545) ได้ทำการศึกษา “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ในระดับค่อนข้างต่ำ มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ และมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน ผู้ที่มีอาชีพต่างกัน เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน แต่เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน เพศ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ต่างกัน เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะ

กิจกรรมสัมพันธในเชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อเฉพาะกิจกรรมสัมพันธในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจกรรมสัมพันธในเชิงบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจกรรมสัมพันธในเชิงบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ และ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

เปรมวดี ณ นครพนม (2545) ได้ทำการศึกษา “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง: กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์” เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เพื่อศึกษาอิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มตามลักษณะอาชีพคือ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และแม่บ้าน กลุ่มที่มีแนวโน้มมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือกลุ่มนักเรียน นักศึกษา อยู่ที่ร้อยละ 45 รองลงมาคือพนักงานบริษัท ร้อยละ 31 เมื่อพิจารณาตามการจัดการท่องเที่ยวพบว่าร้อยละ 69 มากับแพ็คเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ แรงจูงใจที่ทำให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ สถานที่ท่องเที่ยวของไทย รองลงมาคือ ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายถูก และครอบครัวหรือญาติชักชวน สำหรับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวนั้นเน้นเรื่องการชมบ้านเมืองอย่างฉาบฉวย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในทุกกลุ่มต้องการเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาคือ พักผ่อนหย่อนใจ และ ชอปปิ้ง ในการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มไม่นิยมการเที่ยวอย่างหรูหรา ส่วนใหญ่เลือกที่พักราคาประหยัด ใช้รถบริการสาธารณะ รับประทานอาหารตามรถเข็นแผงลอย สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว และวัดที่มีชื่อเสียงต่างๆ อย่างไรก็ดี มีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น เห็นได้จากสถานที่ท่องเที่ยวประเภท ตลาดบางลำภู ตลาดประตูน้ำ ได้รับ

ความนิยมมากเช่นกัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงคาดหวังที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งโดยมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง

บุษกร แก้วมีเงิน (2546) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะของคนกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของอิทธิพลของปัจจัยสื่อสารกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็น 2 กลุ่มคือ เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและเจ้าหน้าที่บริษัทท่องเที่ยว และอีกกลุ่มตัวอย่างคือ คนกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ในส่วนของเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทท่องเที่ยว สื่อที่มีอิทธิพลสูงสุดคือสื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือสื่อบุคคล และพฤติกรรมการรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะ ส่วนคนกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะไม่แตกต่างกัน คนกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการรับสื่อพบว่า คนกรุงเทพมหานครที่มีเพศและสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีพฤติกรรมการรับสื่อไม่แตกต่างกัน ส่วนคนกรุงเทพมหานครที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการรับสื่อเกี่ยวกับชายทะเลและหมู่เกาะต่างกัน

มธุวรรณ พลวัน (2546) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสงคราม” เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำท่าคา เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้อย่างไร และอะไรเป็นเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว รวมถึงเพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการจัดการด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำให้แก่มือที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักตลาดน้ำท่าคาจากแหล่งข้อมูลประเภทสื่อบุคคล (เพื่อน/บุคคลในครอบครัว) ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 1-2 ชั่วโมง นอกจากนี้เมื่อถามถึงเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า เพราะตลาดน้ำท่าคาเป็นตลาดน้ำที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกับในอดีต กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำในขณะที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำมากที่สุด คือ การเดินเที่ยวชมตลาดน้ำและชมชนรมน้ำ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาตลาดน้ำด้วยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนผลการศึกษาระดับความ

พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวพบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านคุณลักษณะทางกายภาพ 2 เรื่องคือ สภาพแวดล้อมทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตลาดน้ำ และในด้านการบริการการท่องเที่ยวคือ อรรถาธิบายของคนในชุมชนท้องถิ่น ส่วนการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ในด้านการบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ ความพอเพียงและความสะดวกในการให้บริการด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ถึงขยะและสุขาสาธารณะ ซึ่งเป็นส่วนที่ควรได้รับการปรับปรุง

รัตนา จันทโย (2546) ได้ทำการศึกษา “การศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติแม่วงก์ และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร” เพื่อศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน โดยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางไปยังอุทยานแห่งชาติแม่วงก์ได้แก่ การสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรได้แก่ความต้องการเรียนรู้ศึกษาศิลปะ/วัฒนธรรม และการพักผ่อนร่วมกับเพื่อน และครอบครัว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับความพึงพอใจจากการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทั้งสอง จากการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ด้านนันทนาการ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว การรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น การรับรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อค่าธรรมเนียม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุดในอุทยานแห่งชาติแม่วงก์คือ การรับรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ในส่วนของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรคือ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

วิณา ผู้มีศีล (2546) ได้ทำการศึกษา “พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยและความต้องการต่างๆในการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ในเรื่องการท่องเที่ยวของชาวไทย การเปิดรับสื่อก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่นิยมเดินทางโดยรถส่วนตัว ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังภาคเหนือมากที่สุด ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวคือ 1 – 2 วัน ส่วนใหญ่เดินทางไปกับครอบครัว และมีค่าใช้จ่ายครั้งละ 10,000 – 15,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาทางเศรษฐกิจ สังคม และประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน จะมีวัตถุประสงค์ พฤติกรรม ความต้องการและรสนิยมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เมื่อแยกตามลักษณะกลุ่มและแบบแผนของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมในการท่องเที่ยวแบบสมัยใหม่ จะเที่ยวเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง ซึ่งมักใช้บริการโรงแรมและภัตตาคารที่ค่อนข้างมีมาตรฐาน ในขณะที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไปท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์แบบเดิมคือ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อปฏิบัติกิจทางศาสนา ที่ยังคงเน้นการพักผ่อนและรับประทานอาหารตามบ้านญาติและเพื่อนเป็นหลัก ในด้านการสื่อสารที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพัฒนาขึ้นมาเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของการท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น พบว่า การเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากกว่าสิ่งพิมพ์ และสรุปได้ว่า สื่อที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พัฒนาขึ้นมาั้นบรรลุผลในแง่ของการกระตุ้นและสร้างการรับรู้ เรื่องการท่องเที่ยวภายในประเทศได้พอสมควร สิ่งที่ต้องพิจารณาต่อไปคือ การกระตุ้นหรือพยายามจัดหาโอกาสให้คนไทยอีกจำนวนมากที่ยังไม่มีโอกาสท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้มีโอกาสเข้าถึงการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น

Theresia A. Prawitra และ Kay C. Tan (2546) ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในประเทศสิงคโปร์โดยศึกษาเฉพาะกรณีทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย” เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง ให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงส่วนสำคัญที่ประเทศสิงคโปร์จำเป็นต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ส่วนของไชน่าทาวน์ และการพัฒนาหมู่บ้าน Haw Par ให้เป็นสวนสนุก ส่วนสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับอยู่แล้ว ได้แก่ การแบ่งเขตสถานที่บันเทิง โรงภาพยนตร์ การท่องเที่ยวตามพิพิธภัณฑ์และโบราณสถาน และสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน และห้างสรรพสินค้า

เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี” เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว ปัญหาและ

อุปสรรคในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดเคยเดินทางท่องเที่ยวอีสานใต้ จำนวนวันที่เดินทางโดยเฉลี่ย 1 วัน ใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อครั้งต่อคน วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนให้รางวัลตนเอง เดินทางในช่วงสุดสัปดาห์ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร โอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้โดยรวมและรายจังหวัดค่อนข้างสูง และอนาคตพื้นที่อีสานใต้มีโอกาสด้านการตลาดดีขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่จะได้รับความนิยมและสนใจในการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวมากคือ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่ควรเป็นจุดเด่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนา ควรใช้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาตลาดและปรับปรุงการคมนาคมและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวก ปลอดภัย และพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคโดยรวมในระดับปานกลางคือ การขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลและแนะนำนักท่องเที่ยว ขาดมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เฉพาะทาง และขาดการสนับสนุนจากองค์กรของรัฐ จึงควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันสนับสนุนการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ดีขึ้น

วีระศักดิ์ คณะบุรณ์ (2547) ได้ทำการศึกษา “ความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสขนาลัย จังหวัดสุโขทัย” เพื่อศึกษาภูมิหลังของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปพักผ่อนในอุทยานแห่งชาติศรีสขนาลัย จังหวัดสุโขทัย เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก และความสัมพันธ์ระหว่างภูมิหลังของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย รายได้อยู่ในช่วง 7,501 – 15,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคเหนือ มาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มน้อยกว่า 5 คน ใช้รถยนต์ส่วนตัว และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาเที่ยวหน้าตก ชมถ้ำ พักผ่อนปิกนิก กางเต็นท์พักผ่อน ศึกษาธรรมชาติ เดินป่า ถ่ายรูปบันทึกภาพและดูนก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนเรื่องความแตกต่างระหว่างภูมิหลังของนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างของภูมิลำเนา มีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันของรายได้ มีความต้องการต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน

ศราวุฒิ สุทธิพิทักษ์ (2547) ได้ทำการศึกษา “ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี 2546” เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย ภายใต้สภาวะแวดล้อมภายนอก เช่น สภาวะสงครามและโรคระบาด และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ นิยมไปเที่ยวทางภาคเหนือมากที่สุด และนิยมไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภททะเล มีวัตถุประสงค์ต้องการชมทิวทัศน์ นั่งเล่น โดยนิยมเดินทางช่วงประเพณีสงกรานต์ และช่วงปิดเทอมของนักเรียน นักศึกษามากที่สุด ใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง มีเหตุผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวคือมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากมายในการท่องเที่ยว นิยมพักแรมที่โรงแรม รีสอร์ทมากที่สุด ส่วนกิจกรรมที่ทำขณะท่องเที่ยวคือการถ่ายรูป ชมวิว ครอบครัวยังเป็นผู้ที่ร่วมเดินทาง และมีส่วนในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งโฆษณา รายการโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าบริโภคเป็นของฝาก และซื้อของฝากต่อครั้งต่ำกว่า 1,500 บาท ปัญหาที่พบมากที่สุดคือเรื่องเส้นทาง สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาวะสงคราม โรคระบาด กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ามีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยภาวะสงครามมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศด้านช่วงเทศกาลหรือประเพณีที่นิยมเดินทาง เหตุผลในการตัดสินใจ กิจกรรมที่กระทำขณะท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ส่วนปัจจัยภาวะโรคระบาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศด้านปัญหาที่ประสบจากการท่องเที่ยว สำหรับปัจจัยด้านนโยบายด้านอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านบริหารข้อมูลข่าวสารการคมนาคม ตลอดจนเข้าร่วมทุนกับเอกชน ด้านการพัฒนาส่งเสริมบุคลากรและผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศ ด้านการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยว และสร้างค่านิยมให้เที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

อารีวรรณ เสริมวิลาสกุล (2547) ได้ทำการศึกษา “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา” เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์และแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว และเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย จังหวัด

นครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 28 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน เหตุจูงใจในการเดินทางมาจากเพื่อนหรือญาติ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวใหม่โดยมีเหตุจูงใจในการเดินทางกลับมาเนื่องจากความสวยงามของสถานที่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบรรยากาศโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศโดยรวม การตลาดแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาแตกต่างกัน

ปฐมพงษ์ ก้อนสตาร์ (2548) ได้ทำการศึกษา “ความต้องการ ความพึงพอใจและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด” เพื่อศึกษาความต้องการ ความพึงพอใจ และปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด ในด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี เป็นนักเรียน นักศึกษา มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ต้องการสถานที่ที่มีความสวยงาม ส่วนด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมากในทุกประเด็น และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าร่วมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เจ็ทสกี การดำน้ำดูปะการังน้ำตื้น พายเรือแคนู ขี่จักรยานเสือภูเขา และกิจกรรมเดินชมธรรมชาติ ส่วนกิจกรรมอยู่ในระดับน้อยคือ วินเซิร์ฟ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรม ในทุกๆประเด็น ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยได้แก่ จำนวน และความสะอาดของห้องน้ำ จำนวนที่รองรับขยะ ราคาค่าบริการและส่วนลด ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบว่ามีปัญหาระดับมาก ได้แก่ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริหารจัดการทุกๆประเด็น และด้านสถานที่ ได้แก่ ความสกปรกและขาดความปลอดภัย ส่วนด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยวพบว่าเป็นปัญหาน้อย นักท่องเที่ยวที่มี เพศ และอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการ ความพึงพอใจ และปัญหา ไม่

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นความพึงพอใจและปัญหา ด้านกิจกรรม เพศต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ดารุณี สมศรี (2549) ได้ทำการศึกษา “การสร้างภาพลักษณ์ความงามของเชียงใหม่ พ.ศ.2464 - 2500” เพื่อศึกษาเหตุปัจจัยและกระบวนการที่ก่อให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ความงามของเชียงใหม่ใน 3 ประเด็น คือ ความงามทางธรรมชาติ ความงามทางวัฒนธรรม และความงามของผู้หญิง พบว่า ภาพลักษณ์ความงามของเชียงใหม่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสยามกับเชียงใหม่ตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นต้นมา อันเป็นผลจากนโยบายของกรุงเทพฯ ที่ต้องการสร้างเอกภาพภายในประเทศ หลังจากนั้นสังคมเชียงใหม่ได้รับอิทธิพลจากกรุงเทพฯ อย่างสูง โดยเฉพาะหมู่ชนชั้นสูงและชนชั้นกลาง หลังจากนั้น ในสมัยรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้นำนโยบายชาตินิยมซึ่งเน้นความเป็นไทย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และการเมืองที่มีแนวคิด “รวมเผ่าไทย” เพื่อสร้างความยิ่งใหญ่ให้กับประเทศ ด้วยเหตุนี้ภาคเหนือและเชียงใหม่จึงได้รับการส่งเสริมให้เป็น “ถิ่นไทยงาม” ซึ่งหมายถึงดินแดนที่อุดมไปด้วยวัฒนธรรม บ้านเมืองอุดมสมบูรณ์ ผู้คนจิตใจดี นอกจากนี้ เชียงใหม่ยังได้รับการส่งเสริมจากกรมรถไฟให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความงามของเชียงใหม่โดยกลุ่มคนต่างๆ ทั้งในส่วนกลาง ผ่านการแสดงละคร เพลงและการแสดงรูปแบบอื่นๆ ซึ่งเต็มไปด้วยเนื้อหาที่ว่าด้วย “ความงาม” ของเชียงใหม่ นอกจากนี้ กลุ่มนักธุรกิจและชนชั้นกลางของเชียงใหม่ก็ตอบสนองนโยบายการท่องเที่ยวและการเป็นเมืองวัฒนธรรมของรัฐเช่นกัน จึงทำให้ภาพความงามของเชียงใหม่ถูกผลิตซ้ำอย่างสม่ำเสมอ จนมีอิทธิพลให้เชียงใหม่เกิดภาพลักษณ์ความงามทั้ง 3 ประการ ได้แก่ ความงามทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และความงามของผู้หญิงเชียงใหม่

ทศพล ชื่นอุปการนันท์ (2549) ได้ทำการศึกษา “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเก่าลพบุรีอย่างยิ่งย่น” เพื่อเสนอแนวทางการจัดการที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเก่าลพบุรีอย่างยิ่งย่น เนื่องจากเมืองลพบุรีเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่ได้รับอิทธิพลมาจากเขมรราวศตวรรษที่ 10 – 13 ซึ่งเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในระดับสูงเป็นกลุ่มที่มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมมากกว่า โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมรู้จักกันดีอยู่แล้ว เช่น พระปรางค์สามยอด พระนารายณ์ราชนิเวศน์ ศาลพระกาฬ ในด้านปัญหาที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ด้านการบริการการท่องเที่ยวและเกิดผลกระทบสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในด้านการบริหารจัดการหน่วยงานท้องถิ่น ได้แก่ การขาดการบริหารจัดการที่ดี การแบ่ง

หน้าที่ความรับผิดชอบไม่ชัดเจน ปัญหาด้านงบประมาณ การขาดการประสานงานและปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนั้น แนวทางการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเก่าลพบุรีอย่างยั่งยืน สามารถแบ่งออกเป็น 4 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางการจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการบูรณะปรับปรุง เพื่อคงรักษาสภาพไว้ให้ดีที่สุด 2) แนวทางการส่งเสริมทางการตลาดและบริการ โดยการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3) แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาทั้งในภาครัฐและเอกชน 4) แนวทางการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและบริการท่องเที่ยว จัดระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการแก่นักท่องเที่ยว พร้อมระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ จากแนวทางการพัฒนาดังกล่าวจะก่อให้เกิดการอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยว เอกลักษณ์ และคุณค่าของเมืองเก่าลพบุรีไว้ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่เกิดความตระหนัก ห่วงแหน ต่อทรัพยากรที่ตนมีอยู่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สุเมธ ไชยชนะ (2549) ได้ทำการศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางเดินป่าและพฤติกรรมการเดินป่าของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่” เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางเดินป่าและพฤติกรรมการเดินป่าของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเดินป่าในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ส่วนใหญ่เคยเดินป่ามาก่อนหน้านี้แล้ว มีวัตถุประสงค์หลักที่เลือกกิจกรรมเดินป่าคือ เพื่อที่จะได้สัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิดหรืออยู่ท่ามกลางธรรมชาติ การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางเดินป่าส่วนใหญ่ได้รับจากเพื่อน ญาติ ครอบครัว โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินป่ากับกลุ่มเพื่อนฝูงและไม่ใช้บริการเจ้าหน้าที่ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นผู้นำเดินป่าและบรรยาย เริ่มการเดินป่าในช่วงเวลา 9.00-10.00 น. มากที่สุด กิจกรรมที่กระทำขณะเดินป่าของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือการชมวิทิวทัศน์ น้ำตกต่างๆ โดยปัญหาและสิ่งๆ ที่ควรมีการปรับปรุงในการเดินป่า คือ เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทางมีน้อยเกินไป ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางเดินป่าของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางเดินป่าของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความปลอดภัยของเส้นทาง ความยาวของเส้นทางที่เหมาะสมต่อสภาพร่างกาย ด้านความต้องการศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศธรรมชาติของเส้นทาง ด้านความชื่นชอบวิทิวทัศน์/น้ำตกและทัศนียภาพของเส้นทาง ด้านความต้องการที่จะพบเห็นสัตว์/นกชนิดต่างๆในเส้นทาง ด้านระยะทางจากที่พักถึงเส้นทางเดินป่า ด้านอิทธิพลของสื่อ/สิ่งพิมพ์ต่างๆที่กล่าวถึงเส้นทาง

Nguyen Cong Tien (2551) ได้ทำการศึกษา “คุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวเมืองดานัง ประเทศเวียดนามที่มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ” เพื่อศึกษาคุณลักษณะสำคัญของเมืองดานัง ว่ามีความสำคัญอย่างไรต่อการเลือกเมืองดานังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว 10 คุณลักษณะ พบว่ามี 9 คุณลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และจากการวิเคราะห์แบบ Factor analysis โดยทำการแบ่งกลุ่มของ 8 คุณลักษณะออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ เพื่อความบันเทิง ความปลอดภัย และทิวทัศน์ จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจในคุณลักษณะสำคัญของเมืองดานัง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ ได้ศึกษาจุดแข็งและจุดอ่อนของแต่ละคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองดานังทั้งหมด 10 คุณลักษณะ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ปาริฉัตร คอนชา (2551) ได้ทำการศึกษา “พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา” เพื่อศึกษา ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตามตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นเพศชาย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอื่นๆ และไม่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งอื่นๆ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวทุกด้านอยู่ในระดับมาก และพบว่าเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา นักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ที่แตกต่างกัน

ยานุมาศ สร้อยเสื่อ (2551) ได้ทำการศึกษา “ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา” เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ของชุมชนอัมพวา และลักษณะการท่องเที่ยวในพื้นที่อัมพวา รวมถึงการใช้และการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา ตลอดจนเสนอแนะการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนอัมพวามีดังนี้ 1. ทุนบุคคล ได้แก่ พระ ครู ผู้มีความเชี่ยวชาญในการประดิษฐ์สิ่งต่างๆ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนโดยการถ่ายทอดความรู้ให้กับเยาวชนและผู้สนใจโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย 2. ทุนรูปลักษณ์ ได้แก่ สถานที่ สิ่งก่อสร้าง ที่คนในชุมชนใช้ประโยชน์ รวมถึงผลงานอันเป็นที่ภาคภูมิใจของคนในชุมชน 3. ทุนสถาบัน ได้แก่ บุคคล สถานที่ ประวัติความเป็นมาเกี่ยวข้องกับราชวงศ์ ประเพณี รวมถึงประเพณียัตตรา รวงวัลต่างๆ ระดับชาติและต่างชาติดังที่ชุมชนอัมพวาได้รับ ผลการพัฒนาชุมชนอัมพวาโดยนำการท่องเที่ยวมาใช้เป็นเครื่องมือ เป็นการนำทุนบุคคล ทุนรูปลักษณ์ และทุนสถาบัน มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มีรูปแบบการใช้และการจัดการทุนทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและแบบประยุกต์ ชุมชนอัมพวาเน้นการใช้และการจัดการทุนทางวัฒนธรรมแบบประยุกต์ แบ่งได้เป็นการประยุกต์ในเชิงโครงสร้าง การประยุกต์ในเชิงหน้าที่ และการประยุกต์ในเชิงรูปแบบ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ในการใช้และการจัดการทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนอัมพวา ชาวชุมชนมีการรวมกลุ่มและการกำหนดกฎ ระเบียบ ข้อบังคับขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันมีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้เยาวชนและคนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในชุมชน ก่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์และพัฒนา เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการพัฒนาชุมชนอัมพวาอย่างยั่งยืน

สุวรรณา ฐระพันธ์ (2551) ได้ทำการศึกษา “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานมรดกโลก (ประเทศไทย)” เพื่อบ่งชี้ระดับความสำคัญของคุณลักษณะต่างๆ ของอุทยานมรดกโลก ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อบ่งชี้ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่ออุทยานมรดกโลก เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของพฤติกรรมการเดินทาง และคุณลักษณะต่างๆ ของอุทยานมรดกโลก และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะของพฤติกรรมการเดินทาง และคุณลักษณะต่างๆ ของอุทยานมรดกโลก ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะสำคัญของอุทยานมรดกโลกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การเข้าถึงสถานที่ ซากปรักหักพัง มรดกทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และสภาพบรรยากาศที่น่าสนใจของสถานที่ ในส่วนของความพึง

พอใจ คุณลักษณะที่สำคัญที่สุดคือ วัฒนธรรม มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของพฤติกรรมการเดินทาง และคุณลักษณะของสถานที่ พบว่ามี 4 คุณลักษณะที่มีความสัมพันธ์ คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง สมาชิกภาพของกลุ่ม ระยะเวลาการพำนัก และความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมรดกโลก ในส่วนความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะพฤติกรรมการเดินทาง คุณลักษณะของสถานที่ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ แหล่งข้อมูล วัตถุประสงค์ของการเดินทาง การวางแผนก่อนการเดินทาง ระยะเวลาการพำนัก และความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมรดกโลกมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Copyright@by UTCC
All rights reserved

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากหลักการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (อ้างถึงในธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549: 47) ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรดังนี้

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

เมื่อ	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

โดยขนาดของประชากร (N) หาได้จากค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยตั้งแต่ปี 2546 ถึง 2551 ดังนี้

$$N = \frac{139,347 + 140,020 + 123,167 + 104,847 + 174,843 + 129,635}{6}$$

$$= 135,310 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน $\pm 5\%$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{135,310}{1 + 135,310(0.05)^2}$$

$$= 398.82 \text{ คน}$$

จากการคำนวณดังกล่าว ผลลัพธ์ที่ได้คือ 398.82 ตัวอย่าง แต่เพื่อความเหมาะสม ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปให้นักท่องเที่ยวตอบและรอรับกลับในช่วงก่อนเดินทางเข้าชมอุทยาน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ที่พักปัจจุบัน ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ โดยกำหนดการเลือกไว้ 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับความสำคัญมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และมีน้ำหนักการให้คะแนนตามระดับความสำคัญดังนี้

มากที่สุด	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 5
มาก	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 1

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ โดยกำหนดการเลือกไว้ 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับความสำคัญมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และมีน้ำหนักการให้คะแนนตามระดับความสำคัญดังนี้

มากที่สุด	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 5
มาก	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 1

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาโดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ขั้นที่ 1 จัดทำแบบสอบถามโดยอาศัยเอกสารและข้อมูลต่างๆที่มีอยู่

ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยทดลองแจกจำนวน 30 ชุด โดยถือเป็นตัวอย่างขั้นต้นในการออกแบบเพื่อปรับปรุงแบบสอบถามก่อนออกภาคสนามต่อไป

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่ได้มาทดสอบเพื่อหาจุดบกพร่องและปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามมากกว่า 0.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2552 – กุมภาพันธ์ 2553

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาถึงทฤษฎีต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับงานวิจัย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งนำไปสู่การตั้งสมมติฐานในการทดสอบและสามารถตอบปัญหาวิจัยได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูลโดยใช้ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดยการนำแบบสอบถามที่มีคำตอบครบสมบูรณ์ทุกข้อไปลงรหัสข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในแต่ละส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพ รายได้ ที่พักปัจจุบัน ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว) วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำมาคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2: ความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย วิเคราะห์ ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเปรียบเทียบหาความแตกต่างด้วยวิธี One-Way Anova (t-Test) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ส่วนที่ 3: ความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด วิเคราะห์ ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเปรียบเทียบหาความแตกต่างด้วยวิธี One-Way Anova (t-test) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การตั้งสมมุติฐานในการวิจัยเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย 2 สมมุติฐาน ได้แก่

H1: ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกัน

H2: ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

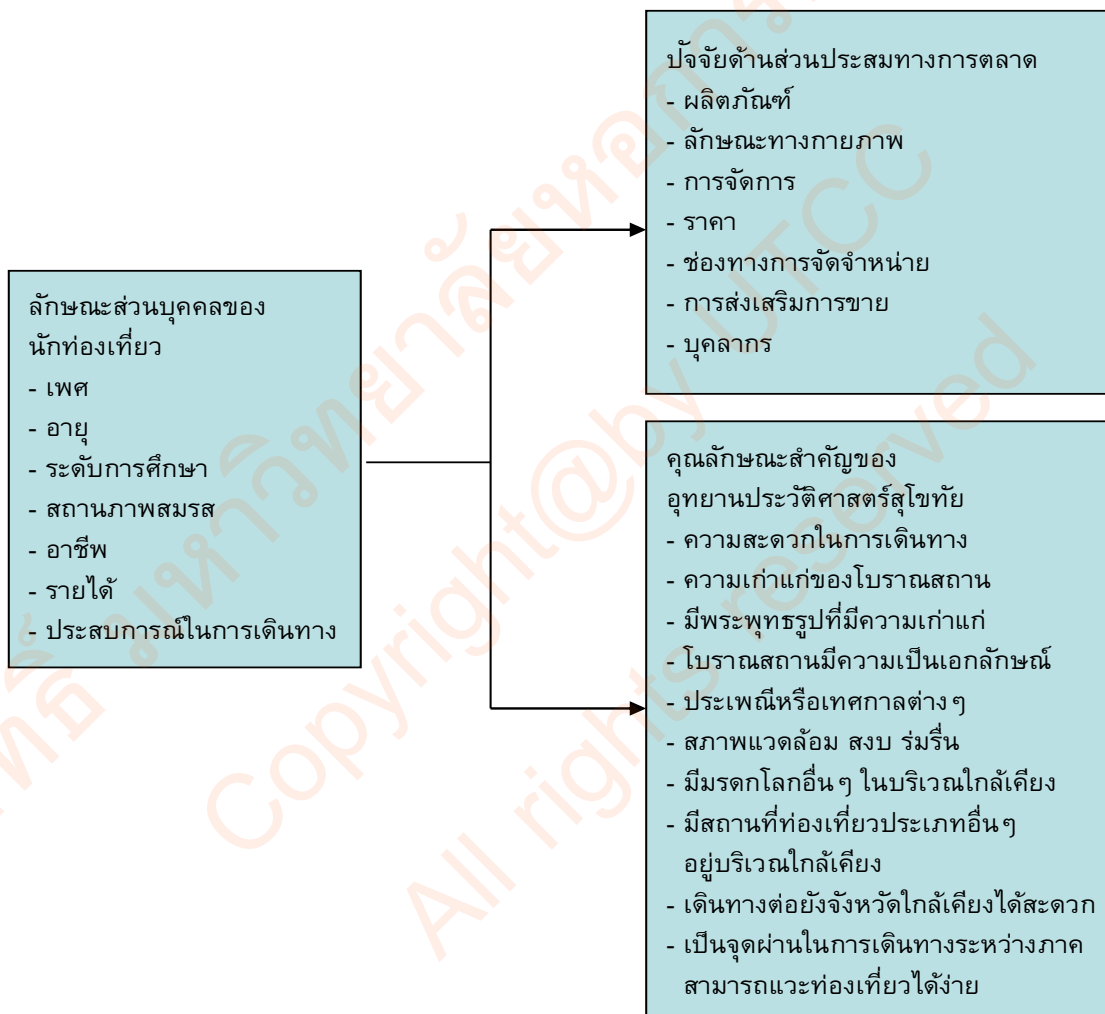
เกณฑ์การให้ คะแนนความสำคัญ ซึ่งสามารถแปลความหมายระดับคะแนนของคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว และ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งระดับความสำคัญได้ดังนี้

คะแนนตั้งแต่	4.21-5.00	กำหนดเป็นระดับความสำคัญมากที่สุด
คะแนนตั้งแต่	3.41-4.20	กำหนดเป็นระดับความสำคัญมาก
คะแนนตั้งแต่	2.61-3.40	กำหนดเป็นระดับปานกลาง
คะแนนตั้งแต่	1.81-2.60	กำหนดเป็นระดับความสำคัญน้อย
คะแนนตั้งแต่	1.00-1.80	กำหนดเป็นระดับความสำคัญน้อยที่สุด

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งครอบคลุมข้อมูลเพื่อผลการวิเคราะห์ใน 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นำเสนอไว้ในตารางที่ 7 ถึงตารางที่ 10

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย นำเสนอไว้ในตารางที่ 11 ถึงตารางที่ 41

ส่วนที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นำเสนอไว้ในตารางที่ 42 ถึงตารางที่ 220

ส่วนที่ 4 สรุปการทดสอบสมมติฐาน นำเสนอไว้ในตารางที่ 221 ถึงตารางที่ 228

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนของคำถามปลายเปิดของแบบสอบถาม นำเสนอสรุปในแบบพรรณนา

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	215	53.75
หญิง	185	46.25
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	108	27.00
21 – 30 ปี	161	40.25
31 – 40 ปี	71	17.75
41 – 50 ปี	40	10.00
51 – 60 ปี	18	4.50
มากกว่า 60 ปี	2	0.50
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	167	41.75
ปริญญาตรี	188	47.00
สูงกว่าปริญญาตรี	45	11.25
สถานภาพสมรส		
โสด	264	66.00
สมรส	131	32.75
อื่นๆ	5	1.25
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	179	44.75
พนักงานบริษัทเอกชน	61	15.25
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	98	24.50
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	58	14.50
ไม่ได้ทำงาน	2	0.50
เกษียณอายุ	1	0.25
พระ	1	0.25

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	147	36.75
5,000 – 15,000 บาท	145	36.25
15,001 – 25,000 บาท	71	17.75
25,001 – 35,000 บาท	20	5.00
35,001 – 45,000 บาท	9	2.25
45,000 บาทขึ้นไป	8	2.00
เคยเดินทางมา		
เคย	272	68.00
ไม่เคย	128	32.00
ลักษณะการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย		
เดินทางคนเดียว	28	7.00
กลุ่มคนในครอบครัว	140	35.00
กลุ่มเพื่อน	173	43.25
กลุ่มผสมผสานระหว่างเพื่อนและครอบครัว	59	14.75
พาหนะที่ใช้เดินทางมายังจังหวัดสุโขทัย (เฉพาะนอกสุโขทัย)		
รถส่วนตัว	186	50.41
รถรับจ้างเหมา (เช่น การเหมารถตู้รับจ้าง)	121	32.79
รถโดยสารประจำทาง	59	15.99
จักรยานยนต์	2	0.54
รถไฟ	1	0.27
พาหนะที่ใช้เดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย		
รถส่วนตัว	208	52.00
รถรับจ้างเหมา (เช่น การเหมารถตู้รับจ้าง)	124	31.00
รถโดยสารประจำทาง	62	15.50
จักรยานยนต์	6	1.50

ตารางที่ 7 (ต่อ)

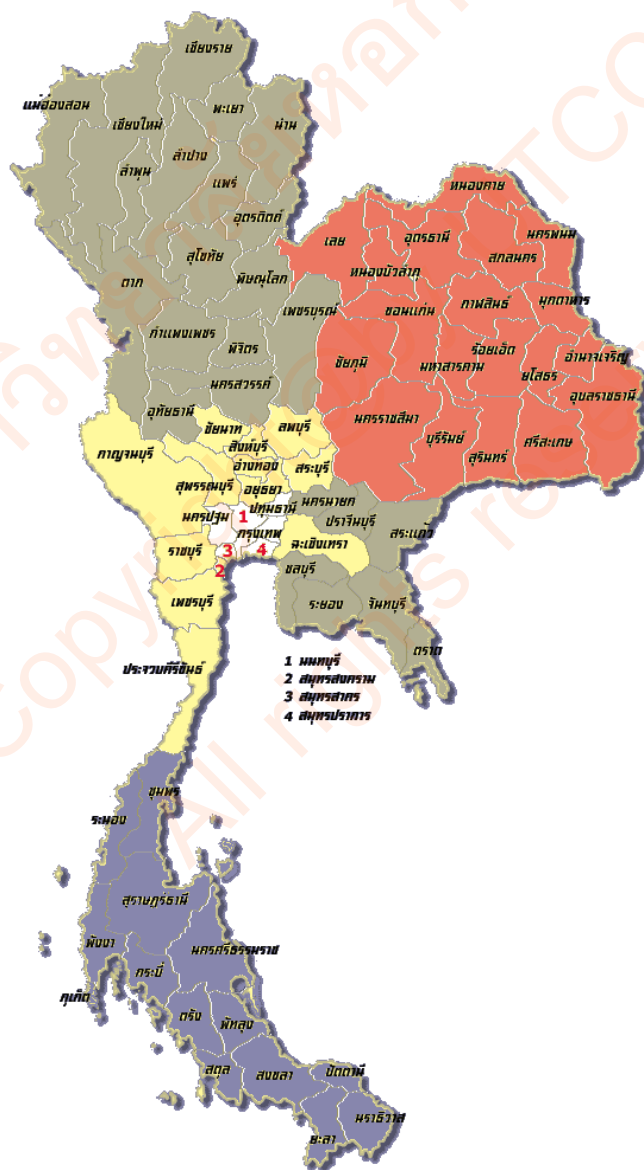
ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน (แยกตามภาค)		
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	64	16.00
ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑล)	25	6.25
ภาคเหนือ	252	63.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	29	7.25
ภาคใต้	9	2.25
ภาคตะวันออก	21	5.25
สถานที่พักอยู่ในจังหวัดสุโขทัยหรือจังหวัดใกล้เคียงหรือไม่		
ใช่	136	34.00
ไม่ใช่	264	66.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.75 และ เพศหญิง ร้อยละ 46.25 ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 21- 30 ปี ร้อยละ 40.25 รองลงมาคือมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 27 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47 รองลงมาได้แก่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.75 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 66 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 32.75 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 44.75 รองลงมาได้แก่ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 24.50 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 36.75 รองลงมาซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือช่วง 5,000 – 15,000 บาท ร้อยละ 36.25 ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ร้อยละ 68 ส่วนผู้ที่เพิ่งเคยเดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 32

ลักษณะการเดินทางของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จะเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 43.25 รองลงมาได้แก่ เดินทางมากับกลุ่มคนในครอบครัว ร้อยละ 35.0 พาหนะที่ใช้เดินทางมายังจังหวัดสุโขทัย (เฉพาะผู้ที่มีที่พักอาศัยนอกจังหวัดสุโขทัย มีจำนวน 369 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน) ส่วนใหญ่ ได้แก่ รถส่วนตัว ร้อยละ 50.41 รองลงมาได้แก่ รถรับจ้างเหมา ร้อยละ 32.79 และพาหนะที่ใช้เดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยส่วนใหญ่ ได้แก่ รถส่วนตัว ร้อยละ 52 รองลงมาได้แก่ รถรับจ้างเหมา ร้อยละ 31

เมื่อแยกตามสถานที่พักอาศัย โดยแยกตามภาค (รูปที่ 6.) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ ร้อยละ 63 รองลงมาได้แก่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 16 ถ้าแยกตามการมีที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสุโขทัยหรือจังหวัดใกล้เคียงหรือไม่ (รูปที่ 7.) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสุโขทัยหรือจังหวัดใกล้เคียง ร้อยละ 34 และอยู่นอกจังหวัดสุโขทัยหรือจังหวัดใกล้เคียง ร้อยละ 66

รูปที่ 6. แผนที่ประเทศไทย แบ่งภูมิภาคของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
แยกกรุงเทพและปริมณฑล



ที่มา: <http://www.muslimthai.com>

ตารางที่ 8 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของการรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

การรับข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	ความถี่	ร้อยละ	ร้อยละ จากผู้ตอบทั้งหมด
สมาชิกในครอบครัว / ญาติ / กลุ่มเพื่อน	258	28.32	64.50
นิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	196	21.51	49.00
การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	144	15.81	36.00
งานส่งเสริมการท่องเที่ยว	104	11.42	26.00
รายการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางโทรทัศน์	122	13.39	30.50
บริษัทท่องเที่ยว	55	6.04	13.75
ไม่เคยรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสุโขทัย	2	0.22	0.50
อินเทอร์เน็ต	13	1.43	3.25
สถานศึกษา	16	1.76	4.00
วิทยุ	1	0.11	0.25
รวม	911	100.00	227.75

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจาก สมาชิกในครอบครัว / ญาติ / กลุ่มเพื่อน สูงที่สุด จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 28.32 และจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จะคิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาได้แก่การได้รับข่าวสารจากนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 21.51 และจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จะคิดเป็นร้อยละ 49

ตารางที่ 9 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	ประสบการณ์ในการเดินทาง			
	เคยมา		ไม่เคยมา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ				
ชาย	156	57.35	59	46.09
หญิง	116	42.65	69	53.91
อายุ				
ต่ำกว่า 20 ปี	70	25.74	38	29.69
21 – 30 ปี	105	38.60	56	43.75
31 – 40 ปี	53	19.49	18	14.06
41 – 50 ปี	29	10.66	11	8.59
51 – 60 ปี	14	5.15	4	3.13
มากกว่า 60 ปี	1	0.37	1	0.78
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	107	39.34	60	46.88
ปริญญาตรี	131	48.16	57	44.53
สูงกว่าปริญญาตรี	34	12.50	11	8.59
สถานภาพสมรส				
โสด	172	63.24	92	71.88
สมรส	99	36.40	32	25.00
อื่นๆ	1	0.37	4	3.13
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	118	43.38	61	47.66
พนักงานบริษัทเอกชน	36	13.24	25	19.53
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	72	26.47	26	20.31
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	44	16.18	14	10.94
ไม่ได้ทำงาน	1	0.37	1	0.78
เกษียณอายุ	1	0.37	0	0.00
พระ	0	0.00	1	0.78

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	ประสบการณ์ในการเดินทาง			
	เคยมา		ไม่เคยมา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
ต่ำกว่า 5,000 บาท	97	35.66	50	39.06
5,000 – 15,000 บาท	109	40.07	36	28.13
15,001 – 25,000 บาท	43	15.81	28	21.88
25,001 – 35,000 บาท	13	4.78	7	5.47
35,001 – 45,000 บาท	6	2.21	3	2.34
45,000 บาทขึ้นไป	4	1.47	4	3.13
ลักษณะการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย				
เดินทางคนเดียว	21	7.72	7	5.47
กลุ่มคนในครอบครัว	100	36.76	40	31.25
กลุ่มเพื่อน	110	40.44	63	49.22
กลุ่มผสมผสานระหว่างเพื่อนและครอบครัว	41	15.07	18	14.06
พาหนะที่ใช้เดินทางมายังจังหวัดสุโขทัย				
รถส่วนตัว	135	55.79	51	40.16
รถรับจ้างเหมา	65	26.86	56	44.09
รถโดยสารประจำทาง	40	16.53	19	14.96
จักรยานยนต์	1	0.41	1	0.79
รถไฟ	1	0.41	0	0.00
พาหนะที่ใช้เดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย				
รถส่วนตัว	156	57.35	52	40.63
รถรับจ้างเหมา	67	24.63	57	44.53
รถโดยสารประจำทาง	44	16.18	18	14.06
จักรยานยนต์	5	1.84	1	0.78

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	ประสบการณ์ในการเดินทาง			
	เคยมา		ไม่เคยมา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน (แยกตามภาค)				
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	36	13.24	28	21.88
ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑล)	19	6.99	6	4.69
ภาคเหนือ	186	68.38	66	51.56
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18	6.62	11	8.59
ภาคใต้	8	2.94	1	0.78
ภาคตะวันออก	5	1.84	16	12.50

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมาก่อนหน้านี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.35 มีอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.60 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.16 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 63.24 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 43.38 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 68.38 ลักษณะการเดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 40.44 เดินทางมายังจังหวัดสุโขทัยด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 55.79 เดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 57.35

ผู้ที่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมาก่อนหน้านี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.91 มีอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.75 มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.88 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 71.88 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 47.66 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.06 ส่วนใหญ่มีสถานที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 51.56 เดินทางกับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 49.22 เดินทางมายังจังหวัดสุโขทัยด้วยรถรับจ้างเหมา คิดเป็นร้อยละ 44.09 เดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยด้วยรถรับจ้างเหมา คิดเป็นร้อยละ 44.53

ตารางที่ 10 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจำแนกตามการรับข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

การรับข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	เคยมา		ไม่เคยมา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกในครอบครัว / ญาติ / กลุ่มเพื่อน	194	30.22	64	23.79
นิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	137	21.34	59	21.93
การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	98	15.26	46	17.10
งานส่งเสริมการท่องเที่ยว	72	11.21	32	11.90
รายการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางโทรทัศน์	81	12.62	41	15.24
บริษัทท่องเที่ยว	43	6.70	12	4.46
ไม่เคยรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสุโขทัย	1	0.16	1	0.37
อินเทอร์เน็ต	8	1.25	5	1.86
สถานศึกษา	7	1.09	9	3.35
วิทยุ	1	0.16	0	0.00
รวม	642	100.00	269	100.00

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 10 พบว่า การรับข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเมื่อจำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ปรากฏผลดังนี้

ผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ส่วนใหญ่รับข่าวสารจากสมาชิกในครอบครัว / ญาติ / กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.22 รองลงมาได้แก่ นิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.34

ผู้ที่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ส่วนใหญ่รับข่าวสารจากสมาชิกในครอบครัว / ญาติ / กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 23.79 รองลงมาได้แก่ นิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.93

ส่วนที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย

เกณฑ์การให้ คะแนนความสำคัญ ซึ่งสามารถแปลความหมายระดับคะแนนของคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว และ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งระดับความสำคัญได้ดังนี้

คะแนนตั้งแต่	4.21-5.00	กำหนดเป็นระดับความสำคัญมากที่สุด
คะแนนตั้งแต่	3.41-4.20	กำหนดเป็นระดับความสำคัญมาก
คะแนนตั้งแต่	2.61-3.40	กำหนดเป็นระดับปานกลาง
คะแนนตั้งแต่	1.81-2.60	กำหนดเป็นระดับความสำคัญน้อย
คะแนนตั้งแต่	1.00-1.80	กำหนดเป็นระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย

คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
ความสะดวกสบายในการเดินทาง	4.02	0.76	มาก
ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	4.42	0.71	มากที่สุด
มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	4.4	0.74	มากที่สุด
มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย	4.39	0.71	มากที่สุด
มีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์	4.19	0.85	มาก
สภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น	4.36	0.70	มากที่สุด
มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง	4.21	0.76	มากที่สุด
มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	4.06	0.81	มาก
เดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก	4.21	0.82	มากที่สุด
แวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค	4.15	0.81	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณลักษณะในข้อต่างๆอยู่ในระดับสูงในทุกหัวข้อของแบบสอบถาม คืออยู่ในช่วงมากถึงมากที่สุด โดยคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุดได้แก่ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน ($\bar{x} = 4.42$) รองลงมาได้แก่ มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ ($\bar{x} = 4.40$) และคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุดสองอันดับได้แก่ มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง ($\bar{x} = 4.06$) และความสะดวกสบายในการเดินทาง (4.02)

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	3.98	0.76	4.07	0.77	-1.16	0.25
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	4.33	0.73	4.53	0.68	-2.81	0.01*
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	4.26	0.78	4.56	0.64	-4.23	0.00*
4. มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย	4.30	0.77	4.48	0.63	-2.55	0.01*
5. มีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์	4.17	0.83	4.22	0.87	-0.57	0.57
6. สภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น	4.29	0.68	4.43	0.71	-1.92	0.05*
7. มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง	4.12	0.79	4.32	0.72	-2.74	0.01*
8. มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	3.99	0.81	4.14	0.80	-1.85	0.06
9. เดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก	4.18	0.81	4.25	0.84	-0.81	0.42
10. ความสะดวกสบายระหว่างการเดินทางระหว่างภาค	4.13	0.83	4.17	0.80	-0.47	0.64

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามสถานะภาพด้านเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน มีพระพุทธรูปที่เก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียงและสภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	4.11	0.80	3.92	0.75	3.97	0.70	4.18	0.75	4.22	0.88	4.50	0.71	0.14
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	4.53	0.65	4.30	0.75	4.32	0.73	4.65	0.62	4.72	0.67	5.00	0.00	0.00
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	4.50	0.68	4.35	0.77	4.14	0.80	4.60	0.59	4.78	0.43	4.00	0.00	0.00
4. มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย	4.49	0.68	4.24	0.75	4.35	0.70	4.60	0.59	4.72	0.57	4.50	0.71	0.00
5. มีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์	4.33	0.70	4.08	0.87	4.20	0.86	4.33	0.86	4.00	1.28	4.00	0.00	0.17
6. สภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น	4.46	0.69	4.20	0.73	4.41	0.67	4.53	0.60	4.50	0.62	4.00	0.00	0.01
7. มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง	4.31	0.72	4.08	0.76	4.17	0.83	4.43	0.75	4.50	0.71	4.00	0.00	0.02
8. มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	4.31	0.68	3.94	0.78	3.89	0.82	4.03	0.95	4.22	1.00	4.50	0.71	0.00
9. เดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก	4.38	0.69	4.11	0.80	4.18	0.83	4.25	1.08	4.22	1.06	4.00	0.00	0.19
10. แวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค	4.34	0.70	4.05	0.74	4.15	0.82	4.05	1.15	4.11	1.02	4.50	0.71	0.09

จากตารางที่ 13 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่ม (Sig.) ในข้อ 2, 3, 4, 6, 7, 8 จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 14 - 21

ตารางที่ 14 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	ระหว่างกลุ่ม	5	8.731	1.746	3.53	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	194.87	0.49		
	รวม	399	203.60			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 13 และ 14 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 15 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	ระหว่างกลุ่ม	5	10.77	2.15	4.14	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	204.82	0.52		
	รวม	399	215.59			

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.50	4.35	4.14	4.60	4.78	4.00
ต่ำกว่า 20 ปี	4.50	-	0.15	0.36	0.10	0.28	0.50
21 – 30 ปี	4.35		-	0.21	0.25	0.43	0.35
31 – 40 ปี	4.14			-	0.46	0.64*	0.14
41 – 50 ปี	4.60				-	0.18	0.60
51 – 60 ปี	4.78					-	0.78
60 ปี ขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 16 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 51 – 60 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 31 – 40 ปี

ตารางที่ 17 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย	ระหว่างกลุ่ม	5	8.731	1.746	3.53	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	194.87	0.49		
	รวม	399	203.60			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 13 และ 17 พบว่ากลุ่มอายุต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับความการมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญกับการมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
6. สภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น	ระหว่างกลุ่ม	5	6.87	1.37	2.90	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	186.72	0.47		
	รวม	399	193.59			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 13 และ 18 พบว่ากลุ่มอายุต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 19 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
7. มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง	ระหว่างกลุ่ม	5	7.44	1.49	2.60	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	225.49	0.57		
	รวม	399	232.94			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 13 และ 19 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญกับการมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญกับการมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 20 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
8. มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	ระหว่างกลุ่ม	5	12.43	2.49	3.98	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	246.36	0.63		
	รวม	399	258.79			

จากตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มอายุต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.31	3.94	3.89	4.03	4.22	4.50
ต่ำกว่า 20 ปี	4.31	-	0.38*	0.43*	0.29	0.09	0.19
21 – 30 ปี	3.94		-	0.05	0.09	0.28	0.56
31 – 40 ปี	3.89			-	0.14	0.33	0.61
41 – 50 ปี	4.03				-	0.20	0.48
51 – 60 ปี	4.22					-	0.28
60 ปี ขึ้นไป	4.50						-

จากตารางที่ 21 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่ให้ค่าสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี และกลุ่มอายุ 31 - 40 ปี

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	4.12	0.68	3.91	0.82	4.11	0.75	0.03*
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	4.55	0.62	4.29	0.78	4.49	0.66	0.00*
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	4.53	0.66	4.27	0.79	4.44	0.69	0.00*
4. มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย	4.45	0.67	4.32	0.74	4.42	0.72	0.21
5. มีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์	4.29	0.78	4.14	0.82	4.04	1.13	0.12
6. สภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น	4.36	0.69	4.34	0.70	4.40	0.72	0.87
7. มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง	4.28	0.73	4.12	0.77	4.36	0.80	0.07
8. มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	4.19	0.73	3.92	0.86	4.13	0.73	0.01*
9. เดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก	4.26	0.82	4.14	0.84	4.33	0.77	0.21
10. แวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค	4.20	0.80	4.06	0.83	4.38	0.72	0.04*

จากตารางที่ 22 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ข้อ 1, 2, 3, 8, 10 จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ต่อไป ด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 23 - 31

ตารางที่ 23 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	2	4.11	2.05	3.57	0.03
	ภายในกลุ่ม	397	228.69	0.58		
	รวม	399	232.80			

จากตารางที่ 23 พบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.12	3.91	4.11
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.12	-	0.20*	0.01
ปริญญาตรี	3.91		-	0.20
สูงกว่าปริญญาตรี	4.11			-

จากตารางที่ 24 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 25 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	ระหว่างกลุ่ม	2	6.13	3.06	6.16	0.00
	ภายในกลุ่ม	397	197.47	0.50		
	รวม	399	203.60			

จากตารางที่ 25 พบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถานจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.55	4.29	4.49
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.55	-	0.26*	0.06
ปริญญาตรี	4.29		-	0.20
สูงกว่าปริญญาตรี	4.49			-

จากตารางที่ 26 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 27 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	ระหว่างกลุ่ม	2	6.15	3.07	5.83	0.00
	ภายในกลุ่ม	397	209.44	0.53		
	รวม	399	215.59			

จากตารางที่ 27 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.53	4.27	4.44
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.53	-	0.26*	0.08
ปริญญาตรี	4.27		-	0.18
สูงกว่าปริญญาตรี	4.44			-

จากตารางที่ 28 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 29 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
8. มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	ระหว่างกลุ่ม	2	6.54	3.27	5.15	0.01
	ภายในกลุ่ม	397	252.25	0.64		
	รวม	399	258.79			

จากตารางที่ 29 พบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.19	3.92	4.13
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.19	-	0.27*	0.05
ปริญญาตรี	3.92		-	0.21
สูงกว่าปริญญาตรี	4.13			-

จากตารางที่ 30 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 31 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการที่สามารถ
แวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
10. แวะท่องเที่ยวได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	4.28	2.14	3.28	0.04
	ภายในกลุ่ม	397	259.41	0.65		
	รวม	399	263.70			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการที่สามารถ
แวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค จำแนกตามระดับการศึกษา
จากตารางที่ 31 พบว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการที่สามารถ
แวะท่องเที่ยวได้ง่ายระหว่างการเดินทางระหว่างภาค แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่
ใดที่ให้ความสำคัญกับการที่สามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามสถานภาพสมรส

คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	โสด		สมรส		อื่นๆ		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	4.00	0.78	4.06	0.72	4.20	0.84	0.66
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	4.43	0.68	4.40	0.77	4.60	0.89	0.77
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	4.44	0.73	4.31	0.74	4.40	0.89	0.23
4. มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย	4.37	0.73	4.40	0.69	4.60	0.55	0.72
5. มีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์	4.23	0.80	4.11	0.94	4.40	0.89	0.36
6. สภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น	4.36	0.69	4.34	0.71	4.60	0.55	0.70
7. มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง	4.22	0.73	4.19	0.82	4.40	0.89	0.81
8. มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	4.09	0.79	3.98	0.82	4.20	1.30	0.46
9. เดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก	4.27	0.74	4.11	0.96	4.00	1.22	0.20
10. แวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค	4.23	0.71	3.99	0.97	4.40	0.55	0.02

จากตารางที่ 32 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ สามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่ายระหว่างการเดินทางระหว่างภาค จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 33 - 34

ตารางที่ 33 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการที่สามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
10. แวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค	ระหว่างกลุ่ม	2	5.14	2.57	3.95	0.02
	ภายในกลุ่ม	397	258.56	0.65		
	รวม	399	263.70			

จากตารางที่ 33 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการสามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
		4.23	3.99	4.40
โสด	4.23	-	0.23*	0.17
สมรส	3.99		-	0.41
อื่นๆ	4.40			-

จากตารางที่ 34 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการสามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับการสามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค มากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 15,000 บาท		15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,000 บาท ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	4.09	0.77	3.90	0.78	4.03	0.68	4.40	0.75	4.22	1.09	3.88	0.35	0.05
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	4.54	0.62	4.28	0.76	4.35	0.76	4.60	0.75	4.56	0.73	4.75	0.46	0.02
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	4.52	0.67	4.31	0.80	4.24	0.75	4.35	0.67	4.67	0.50	4.88	0.35	0.02
4. มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย	4.48	0.63	4.27	0.78	4.34	0.72	4.60	0.60	4.44	0.88	4.63	0.52	0.10
5. มีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์	4.31	0.73	4.06	0.84	4.15	0.94	4.20	1.24	4.44	1.01	4.50	0.76	0.13
6. สภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น	4.37	0.70	4.32	0.67	4.30	0.68	4.50	0.83	4.67	0.71	4.63	0.74	0.44
7. มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง	4.25	0.72	4.17	0.75	4.20	0.77	4.20	0.95	4.00	1.32	4.63	0.52	0.57
8. มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	4.27	0.74	3.91	0.79	4.03	0.72	3.70	1.13	3.89	1.27	4.00	0.76	0.00
9. เดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก	4.31	0.75	4.12	0.85	4.25	0.81	4.20	1.06	4.11	1.17	4.00	0.76	0.46
10. ความสะดวกสบายได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค	4.24	0.72	4.13	0.84	4.03	0.84	4.05	1.15	4.33	0.71	4.13	0.83	0.53

จากตารางที่ 35 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่ม (Sig.) ในข้อ 1, 2, 3, 8 จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 36 - 40

ตารางที่ 36 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	6.32	1.26	2.20	0.05
	ภายในกลุ่ม	394	226.47	0.57		
	รวม	399	232.80			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 36 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 37 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	ระหว่างกลุ่ม	5	7.01	1.40	2.81	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	196.59	0.50		
	รวม	399	203.60			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 37 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 38 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	ระหว่างกลุ่ม	5	7.49	1.50	2.84	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	208.10	0.53		
	รวม	399	215.59			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 38 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 39 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
8. การมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	ระหว่างกลุ่ม	5	12.81	2.56	4.10	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	245.98	0.62		
	รวม	399	258.79			

จากตารางที่ 39 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 40

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.27	3.91	4.03	3.70	3.89	4.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.27	-	0.36*	0.24	0.57	0.38	0.27
5,000 – 15,000 บาท	3.91		-	0.12	0.21	0.02	0.09
15,001 – 25,000 บาท	4.03			-	0.33	0.14	0.03
25,001 – 35,000 บาท	3.70				-	0.19	0.30
35,001 – 45,000 บาท	3.89					-	0.11
45,000 บาทขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 40 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่

คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	เคย		ไม่เคย		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	4.03	0.75	4.00	0.79	0.40	0.69
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถาน	4.38	0.74	4.52	0.65	-2.03	0.04*
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ	4.35	0.74	4.48	0.72	-1.67	0.10
4. มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย	4.34	0.70	4.48	0.73	-1.92	0.06
5. มีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์	4.17	0.83	4.24	0.89	-0.84	0.40
6. สภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น	4.36	0.70	4.34	0.69	0.22	0.82
7. มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียง	4.19	0.78	4.25	0.73	-0.67	0.50
8. มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง	4.07	0.79	4.03	0.84	0.40	0.69
9. เดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก	4.24	0.83	4.16	0.81	0.81	0.42
10. ความสะดวกสบาย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค	4.11	0.87	4.23	0.67	-1.38	0.17

จากตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้ที่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมากกว่าผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

เกณฑ์การให้ คะแนนความสำคัญ ซึ่งสามารถแปลความหมายระดับคะแนนของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งระดับความสำคัญได้ดังนี้

คะแนนตั้งแต่	4.21-5.00	กำหนดเป็นระดับความสำคัญมากที่สุด
คะแนนตั้งแต่	3.41-4.20	กำหนดเป็นระดับความสำคัญมาก
คะแนนตั้งแต่	2.61-3.40	กำหนดเป็นระดับปานกลาง
คะแนนตั้งแต่	1.81-2.60	กำหนดเป็นระดับความสำคัญน้อย
คะแนนตั้งแต่	1.00-1.80	กำหนดเป็นระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.26	0.66	มากที่สุด
การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.20	0.69	มาก
ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.21	0.71	มากที่สุด
การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดลอม	4.26	0.72	มากที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ และ การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดลอม มากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$) แต่ค่าเฉลี่ยของหัวข้อความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยกว่า และให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ อยู่ในลำดับต่ำสุด ($\bar{x} = 4.20$)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.19	0.69	4.34	0.63	-2.25	0.03*
การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.11	0.71	4.30	0.65	-2.72	0.01*
ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.12	0.69	4.31	0.72	-2.71	0.01*
การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	4.20	0.73	4.32	0.71	-1.65	0.10

จากตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ จำแนกตามสถานะภาพด้านเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งนักท่องเที่ยวเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.41	0.63	4.14	0.68	4.11	0.67	4.43	0.59	4.50	0.62	5.00	0.00	0.00*
2. การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.34	0.67	4.11	0.65	4.07	0.76	4.35	0.66	4.22	0.65	4.50	0.71	0.03*
3. ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.34	0.66	4.08	0.69	4.10	0.80	4.43	0.68	4.33	0.69	5.00	0.00	0.00*
4. การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	4.40	0.70	4.14	0.71	4.15	0.79	4.55	0.60	4.22	0.73	4.50	0.71	0.01*

จากตารางที่ 44 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ และการรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 45 - 49

ตารางที่ 45 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	9.55	1.91	4.52	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	166.44	0.42		
	รวม	399	175.99			

จากตารางที่ 45 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 46

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.41	4.14	4.11	4.43	4.50	5.00
ต่ำกว่า 20 ปี	4.41	-	0.27*	0.29	0.02	0.09	0.59
21 – 30 ปี	4.14		-	0.02	0.29	0.36	0.86
31 – 40 ปี	4.11			-	0.31	0.39	0.89
41 – 50 ปี	4.43				-	0.08	0.58
51 – 60 ปี	4.50					-	0.50
60 ปี ขึ้นไป	5.00						-

จากตารางที่ 46 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับการความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี

ตารางที่ 47 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตการจั
สภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	5.73	1.15	2.48	0.03
	ภายในกลุ่ม	394	181.67	0.46		
	รวม	399	187.40			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 47 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้
ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 48 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตการจั
สะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	8.83	1.77	3.62	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	192.36	0.49		
	รวม	399	201.19			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 48 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้
ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 49 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	5	8.56	1.71	3.37	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	200.40	0.51		
	รวม	399	208.96			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 49 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.37	0.64	4.16	0.67	4.20	0.69	0.01*
2. การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.27	0.68	4.16	0.65	4.07	0.81	0.14
3. ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.29	0.67	4.13	0.74	4.20	0.69	0.09
4. การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	4.36	0.68	4.18	0.75	4.22	0.74	0.06

จากตารางที่ 50 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 51 - 52

ตารางที่ 51 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	2	3.92	1.96	4.52	0.01
	ภายในกลุ่ม	397	172.07	0.43		
	รวม	399	175.99			

จากตารางที่ 51 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 52

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.37	-	0.21*	0.17
ปริญญาตรี	4.16		-	0.04
สูงกว่าปริญญาตรี	4.20			-

จากตารางที่ 52 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่าระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	โสด		สมรส		อื่นๆ		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.27	0.68	4.20	0.64	4.80	0.45	0.11
2. การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.22	0.67	4.12	0.70	4.80	0.45	0.05*
3. ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.21	0.71	4.18	0.72	4.60	0.55	0.43
4. การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	4.25	0.72	4.27	0.74	4.60	0.55	0.56

จากตารางที่ 53 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 54

ตารางที่ 54 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	2	2.74	1.37	2.94	0.05
	ภายในกลุ่ม	397	184.66	0.47		
	รวม	399	187.40			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส จากตารางที่ 54 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 15,000 บาท		15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,000 บาท ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.34	0.65	4.13	0.69	4.20	0.62	4.35	0.67	4.67	0.50	4.75	0.46	0.01*
2. การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.32	0.67	4.06	0.67	4.13	0.70	4.30	0.73	4.33	0.71	4.63	0.52	0.01*
3. ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.32	0.68	4.14	0.69	4.03	0.77	4.40	0.75	4.11	0.78	4.38	0.52	0.04*
4. การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	4.39	0.67	4.17	0.70	4.17	0.81	4.00	0.79	4.44	0.88	4.63	0.52	0.02*

จากตารางที่ 55 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ และการรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 56 - 59

ตารางที่ 56 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	7.20	1.44	3.36	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	168.79	0.43		
	รวม	399	175.99			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 56 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 57 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตจบการจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	7.05	1.41	3.08	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	180.35	0.46		
	รวม	399	187.40			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 57 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 58 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	5.75	1.15	2.32	0.04
	ภายในกลุ่ม	394	195.44	0.50		
	รวม	399	201.19			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 58 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 59 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	5	7.09	1.42	2.77	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	201.87	0.51		
	รวม	399	208.96			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 59 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เคย		ไม่เคย		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1.ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.24	0.67	4.28	0.66	-0.54	0.59
2.การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.19	0.70	4.21	0.66	-0.27	0.79
3.ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์	4.20	0.72	4.22	0.69	-0.27	0.79
4.การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม	4.25	0.73	4.29	0.72	-0.55	0.58

จากตารางที่ 60 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม

ลักษณะทางกายภาพ	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.34	0.71	มากที่สุด
2. การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต	4.20	0.74	มาก
3. ความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม	4.12	0.75	มาก
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง	3.97	0.83	มาก
5. แผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ	4.07	0.78	มาก
6. ความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.95	0.81	มาก
7. ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก	3.80	0.94	มาก
8. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ	3.93	0.88	มาก
9. การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.78	0.93	มาก
10.การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับ	3.81	0.85	มาก
11.จำนวนที่พักรอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.83	0.86	มาก
12.ความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน	3.94	0.81	มาก

จากตารางที่ 61 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม มากที่สุด (\bar{x} =4.34) รองลงมาได้แก่ การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต (\bar{x} =4.20) และให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อยู่ในลำดับต่ำสุด (\bar{x} =3.78)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ลักษณะทางกายภาพ	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.25	0.74	4.44	0.65	-2.80	0.01*
2. การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต	4.15	0.77	4.25	0.70	-1.36	0.17
3. ความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม	4.14	0.71	4.09	0.78	0.77	0.44
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง	3.95	0.79	4.00	0.87	-0.62	0.54
5. แผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ	4.03	0.74	4.11	0.83	-1.08	0.28
6. ความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.87	0.81	4.03	0.80	-1.88	0.06
7. ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก	3.83	0.95	3.75	0.93	0.86	0.39
8. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ	3.94	0.85	3.92	0.91	0.23	0.82
9. การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.76	0.96	3.79	0.90	-0.39	0.70
10. การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับ	3.78	0.86	3.84	0.84	-0.73	0.47
11. จำนวนที่พักรอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.85	0.88	3.81	0.84	0.42	0.68
12. ความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน	3.90	0.82	3.99	0.79	-1.07	0.28

จากตารางที่ 62 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ จำแนกตามสถานะภาพด้านเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ โบราณสถานภายในอุทยานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่ ซึ่งนักท่องเที่ยวเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.44	0.63	4.22	0.77	4.28	0.70	4.53	0.60	4.50	0.71	5.00	0.00	0.03*
2. การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต	4.22	0.75	4.12	0.74	4.24	0.80	4.40	0.55	4.17	0.71	4.50	0.71	0.35
3. ความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม	4.21	0.71	4.07	0.77	4.13	0.63	4.18	0.81	3.72	0.89	4.50	0.71	0.15
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง	4.13	0.76	3.88	0.82	3.87	0.75	4.20	0.88	3.72	1.13	4.00	1.41	0.04*
5. แผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ	4.22	0.79	4.01	0.75	3.90	0.78	4.35	0.74	3.78	0.94	3.50	0.71	0.00*
6. ความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.19	0.76	3.85	0.82	3.73	0.83	4.10	0.81	3.83	0.71	4.00	0.00	0.00*
7. ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก	3.93	0.91	3.71	0.96	3.83	0.96	3.85	1.00	3.44	0.62	4.00	0.00	0.30
8. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ	4.09	0.87	3.84	0.93	3.89	0.82	3.95	0.90	3.78	0.65	4.50	0.71	0.24
9. การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.93	0.88	3.72	1.01	3.76	0.95	3.65	0.80	3.67	0.69	4.00	1.41	0.49
10.การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับ	4.07	0.78	3.75	0.88	3.76	0.87	3.50	0.78	3.67	0.69	4.00	0.00	0.00*
11.จำนวนที่พักรอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.05	0.75	3.80	0.79	3.82	0.90	3.58	1.08	3.44	0.98	4.00	1.41	0.01*
12.ความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน	4.17	0.76	3.88	0.78	3.80	0.86	3.83	0.87	3.94	0.80	4.00	1.41	0.03*

จากตารางที่ 63 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ในข้อที่ 1, 4, 5, 6, 10, 11, 12 จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 64 - 72

ตารางที่ 64 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ จากโบราณสถานภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	5	6.10	1.22	2.49	0.03
	ภายในกลุ่ม	394	193.34	0.49		
	รวม	399	199.44			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ จากโบราณสถานภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 64 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 65 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	7.88	1.58	2.35	0.04
	ภายในกลุ่ม	394	264.81	0.67		
	รวม	399	272.70			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 65 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 66 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความชัดเจน และถูกต้องของแผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
5. แผนที่แสดงตำแหน่ง โบราณสถานต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	10.50	2.10	3.52	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	234.68	0.60		
	รวม	399	245.18			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความชัดเจนและถูกต้องของแผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 66 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 67 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาด ถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
6. ความสะอาด ของ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	5	12.06	2.41	3.79	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	250.73	0.64		
	รวม	399	262.79			

จากตารางที่ 67 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญกับกับความสะอาด ถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 68

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาด ถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.19	3.85	3.73	4.10	3.83	4.00
ต่ำกว่า 20 ปี	4.19	-	0.33*	0.45*	0.09	0.35	0.19
21 – 30 ปี	3.85		-	0.12	-0.25	0.02	-0.15
31 – 40 ปี	3.73			-	-0.37	-0.10	-0.27
41 – 50 ปี	4.10				-	0.27	0.10
51 – 60 ปี	3.83					-	-0.17
60 ปี ขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 68 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาด ถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับการความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยาน ประวัติศาสตร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี และ 31-40 ปี

ตารางที่ 69 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
10.การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	5	12.66	2.53	3.66	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	272.90	0.69		
	รวม	399	285.56			

จากตารางที่ 69 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับชยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 70

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับชยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.07	3.75	3.76	3.50	3.67	4.00
ต่ำกว่า 20 ปี	4.07	-	0.33	0.31	0.57*	0.41	0.07
21 – 30 ปี	3.75		-	0.02	0.25	0.08	0.25
31 – 40 ปี	3.76			-	0.26	0.09	0.24
41 – 50 ปี	3.50				-	0.17	0.50
51 – 60 ปี	3.67					-	0.33
60 ปี ขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 70 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับชยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับการความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 41 – 50 ปี

ตารางที่ 71 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พัก รอบๆ ที่มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
11.จำนวนที่พัก รอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	10.60	2.12	2.96	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	281.84	0.72		
	รวม	399	292.44			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พักรอบๆ ที่มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 71 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 72 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบๆ บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
12.ความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	5	7.96	1.59	2.49	0.03
	ภายในกลุ่ม	394	251.72	0.64		
	รวม	399	259.68			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 72 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.42	0.65	4.24	0.76	4.42	0.66	0.05*
2. การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต	4.25	0.72	4.12	0.75	4.33	0.74	0.11
3. ความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม	4.19	0.76	4.01	0.73	4.29	0.69	0.02*
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง	4.00	0.87	3.94	0.79	4.00	0.83	0.78
5. แผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ	4.11	0.81	4.02	0.76	4.13	0.81	0.46
6. ความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.00	0.81	3.87	0.82	4.04	0.74	0.23
7. ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก	3.92	0.89	3.66	1.00	3.89	0.78	0.03*
8. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ	4.02	0.87	3.79	0.90	4.16	0.74	0.01*
9. การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.81	0.89	3.67	1.00	4.09	0.70	0.02*
10. การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.91	0.84	3.69	0.85	3.93	0.81	0.03*
11. จำนวนที่พักรอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.84	0.90	3.80	0.83	3.89	0.80	0.80
12. ความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน	4.02	0.80	3.82	0.81	4.16	0.77	0.01*

จากตารางที่ 73 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ในข้อที่ 1, 3, 7, 8, 9, 10, 12 จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 74 - 84

ตารางที่ 74 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ จากโบราณสถานภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	2	3.06	1.53	3.09	0.05
	ภายในกลุ่ม	397	196.38	0.49		
	รวม	399	199.44			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ จากโบราณสถานภายในอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา จากตารางที่ 74 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 75 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. ความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม	ระหว่างกลุ่ม	2	3.06	1.53	3.09	0.05
	ภายในกลุ่ม	397	196.38	0.49		
	รวม	399	199.44			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม จำแนกตามระดับการศึกษา จากตารางที่ 75 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 76 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึกในบริเวณอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
7. ความหลากหลายของ สินค้าในร้านขายของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	2	6.03	3.02	3.45	0.03
	ภายในกลุ่ม	397	347.16	0.87		
	รวม	399	353.19			

จากตารางที่ 76 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึกในบริเวณอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 77

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึกในบริเวณอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.92	3.66	3.89
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.92	-	0.25*	0.03
ปริญญาตรี	3.66		-	0.22
สูงกว่าปริญญาตรี	3.89			-

จากตารางที่ 77 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึกในบริเวณอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก ภายในอุทยานประวัติศาสตร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 78 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ ในบริเวณอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
8. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	2	7.32	3.66	4.80	0.01
	ภายในกลุ่ม	397	302.72	0.76		
	รวม	399	310.04			

จากตารางที่ 78 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ ในบริเวณอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 79

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ ในบริเวณอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.02	3.79	4.16
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.02	-	0.23*	0.13
ปริญญาตรี	3.79		-	0.36*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.16			-

จากตารางที่ 79 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ ในบริเวณอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยกว่า กลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 80 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
9. การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	6.68	3.34	3.89	0.02
	ภายในกลุ่ม	397	341.07	0.86		
	รวม	399	347.75			

จากตารางที่ 80 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 81

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.81	3.67	4.09
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.81	-	0.14	0.28
ปริญญาตรี	3.67		-	0.42*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.09			-

จากตารางที่ 81 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวนำมาแจกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวนำมาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 82 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวนำมาแจกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
10.การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวนำมาแจก	ระหว่างกลุ่ม	2	5.00	2.50	3.54	0.03
	ภายในกลุ่ม	397	280.56	0.71		
	รวม	399	285.56			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวนำมาแจกตามระดับการศึกษา จากตารางที่ 82 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 83 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน นำมาแจกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
12.ความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	2	6.01	3.01	4.70	0.01
	ภายในกลุ่ม	397	253.67	0.64		
	รวม	399	259.68			

จากตารางที่ 83 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักผ่อนๆ อุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 84

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักผ่อนๆ อุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.02	3.82	4.16
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.02	-	0.20	0.13
ปริญญาตรี	3.82		-	0.34*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.16			-

จากตารางที่ 84 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักผ่อนๆ อุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักผ่อนๆ อุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ลักษณะทางกายภาพ	โสด		สมรส		อื่นๆ		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.35	0.70	4.30	0.72	4.80	0.45	0.27
2. การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต	4.19	0.75	4.18	0.70	5.00	0.00	0.05*
3. ความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม	4.15	0.73	4.03	0.76	4.60	0.55	0.11
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง	4.02	0.79	3.86	0.88	4.40	0.89	0.11
5. แผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ	4.10	0.79	3.99	0.76	4.40	0.89	0.28
6. ความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.98	0.82	3.88	0.78	3.80	1.10	0.46
7. ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก	3.81	0.95	3.78	0.91	3.60	1.67	0.86
8. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ	3.97	0.87	3.84	0.88	4.20	1.30	0.31
9. การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.83	0.95	3.66	0.88	3.80	1.30	0.21
10.การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.89	0.84	3.65	0.83	3.80	1.10	0.03*
11.จำนวนที่พักรอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.92	0.79	3.66	0.94	3.80	1.30	0.02*
12.ความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน	4.04	0.79	3.76	0.79	3.80	1.30	0.00*

จากตารางที่ 85 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ในข้อที่ 2, 10, 11, 12 จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 86 - 92

ตารางที่ 86 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต	ระหว่างกลุ่ม	2	3.25	1.62	3.03	0.05
	ภายในกลุ่ม	397	212.75	0.54		
	รวม	399	216.00			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต จำแนกตามสถานภาพสมรส จากตารางที่ 86 พบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 87 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
10.การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	5.10	2.55	3.61	0.03
	ภายในกลุ่ม	397	280.46	0.71		
	รวม	399	285.56			

จากตารางที่ 87 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 88

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
โสด	3.89	-	0.24*	0.09
สมรส	3.65		-	-0.15
อื่นๆ	3.80			-

จากตารางที่ 88 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 89 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พัก รอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
11.จำนวนที่พัก รอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	5.93	2.97	4.11	0.02
	ภายในกลุ่ม	397	286.51	0.72		
	รวม	399	292.44			

จากตารางที่ 89 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับจำนวนที่พัก รอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 90

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พักรอบ ๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
		3.92	3.66	3.80
โสด	3.92	-	0.26*	0.12
สมรส	3.66		-	-0.14
อื่นๆ	3.80			-

จากตารางที่ 90 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พักรอบ ๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับจำนวนที่พักรอบ ๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 91 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
12.ความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	2	7.07	3.54	5.56	0.00
	ภายในกลุ่ม	397	252.60	0.64		
	รวม	399	259.68			

จากตารางที่ 91 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 92

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
		4.04	3.76	3.80
โสด	4.04	-	0.28*	0.24
สมรส	3.76		-	-0.04
อื่นๆ	3.80			-

จากตารางที่ 92 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน มากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 15,000 บาท		15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,000 บาท ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.46	0.64	4.26	0.72	4.14	0.74	4.50	0.76	4.44	0.88	4.75	0.46	0.01*
2. การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต	4.24	0.72	4.17	0.76	4.06	0.75	4.40	0.68	4.56	0.53	4.38	0.52	0.20
3. ความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม	4.27	0.71	4.00	0.70	4.10	0.81	4.00	0.92	3.78	0.83	4.38	0.74	0.02*
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง	4.12	0.76	3.85	0.88	3.87	0.77	3.90	0.91	4.11	0.93	4.50	0.53	0.03*
5. แผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ	4.22	0.75	3.95	0.80	3.93	0.74	4.00	0.97	4.22	0.67	4.50	0.53	0.01*
6. ความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.12	0.78	3.83	0.75	3.87	0.84	3.55	1.15	3.89	0.93	4.38	0.52	0.00*
7. ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก	3.92	0.86	3.77	0.92	3.93	0.95	3.00	1.26	3.33	0.71	3.38	0.92	0.00*
8. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ	4.12	0.82	3.76	0.93	3.86	0.88	3.80	0.95	4.22	0.44	4.13	0.64	0.01*
9. การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.01	0.84	3.68	0.91	3.65	0.93	3.15	1.35	3.56	0.88	4.13	0.64	0.00*
10. การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	4.09	0.81	3.66	0.81	3.68	0.84	3.30	0.80	3.78	0.83	4.00	0.93	0.00*
11. จำนวนที่พัก ครอบ ๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.98	0.76	3.73	0.85	3.94	0.88	3.35	1.18	3.33	0.87	3.63	0.74	0.00*
12. ความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน	4.17	0.74	3.76	0.80	3.87	0.81	3.60	0.75	4.00	1.12	4.50	0.53	0.00*

จากตารางที่ 93 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกข้อ ยกเว้นหัวข้อ การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 94 - 109

ตารางที่ 94 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการแสดงให้
เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	5	7.62	1.52	3.13	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	191.82	0.49		
	รวม	399	199.44			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการแสดงให้
เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่
94 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ
Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 95 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความน่าสนใจ
ของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. ความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม	ระหว่างกลุ่ม	5	7.08	1.42	2.60	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	214.39	0.54		
	รวม	399	221.48			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญความน่าสนใจ
ของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 95
พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่
พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 96 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	8.45	1.69	2.52	0.03
	ภายในกลุ่ม	394	264.24	0.67		
	รวม	399	272.70			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 96 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 97 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับแผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
5. แผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	8.72	1.74	2.91	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	236.46	0.60		
	รวม	399	245.18			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับแผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 97 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 98 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
6. ความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	5	11.39	2.28	3.57	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	251.40	0.64		
	รวม	399	262.79			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 98 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 99 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
7. ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	5	19.62	3.92	4.63	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	333.57	0.85		
	รวม	399	353.19			

จากตารางที่ 99 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		3.92	3.77	3.93	3.00	3.33	3.38
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.92	-	0.15	0.01	0.92*	0.59	0.54
5,000 – 15,000 บาท	3.77		-	0.16	0.77*	0.43	0.39
15,001 – 25,000 บาท	3.93			-	0.93*	0.60	0.55
25,001 – 35,000 บาท	3.00				-	0.33	0.38
35,001 – 45,000 บาท	3.33					-	0.04
45,000 บาทขึ้นไป	3.38						-

จากตารางที่ 100 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก น้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือนและ 15,001 – 25,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 101 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
8. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	5	11.47	2.29	3.03	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	298.57	0.76		
	รวม	399	310.04			

จากตารางที่ 101 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 102

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
	4.12	4.12	3.76	3.86	3.80	4.22	4.13
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.12	-	0.36*	0.26	0.32	0.10	0.00
5,000 – 15,000 บาท	3.76		-	0.10	0.04	0.46	0.37
15,001 – 25,000 บาท	3.86			-	0.06	0.36	0.27
25,001 – 35,000 บาท	3.80				-	0.42	0.33
35,001 – 45,000 บาท	4.22					-	0.10
45,000 บาทขึ้นไป	4.13						-

จากตารางที่ 102 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะอาด และถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 103 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
9. การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	20.17	4.03	4.85	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	327.58	0.83		
	รวม	399	347.75			

จากตารางที่ 103 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 104

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.01	3.68	3.65	3.15	3.56	4.13
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.01	-	0.34	0.37	0.86*	0.46	0.11
5,000 – 15,000 บาท	3.68		-	0.03	0.53	0.12	0.45
15,001 – 25,000 บาท	3.65			-	0.50	0.09	0.48
25,001 – 35,000 บาท	3.15				-	0.41	0.98
35,001 – 45,000 บาท	3.56					-	0.57
45,000 บาทขึ้นไป	4.13						-

จากตารางที่ 104 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 105 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
10.การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	21.65	4.33	6.46	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	263.91	0.67		
	รวม	399	285.56			

จากตารางที่ 105 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 106

ตารางที่ 106 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.09	3.66	3.68	3.30	3.78	4.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.09	-	0.43*	0.41*	0.79*	0.31	0.09
5,000 – 15,000 บาท	3.66		-	0.02	0.36	0.12	0.34
15,001 – 25,000 บาท	3.68			-	0.38	0.10	0.32
25,001 – 35,000 บาท	3.30				-	0.48	0.70
35,001 – 45,000 บาท	3.78					-	0.22
45,000 บาทขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 106 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาทต่อเดือน และ 25,001 – 35,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 107 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พักรอบ ๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
11.จำนวนที่พักรอบ ๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	12.79	2.56	3.60	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	279.65	0.71		
	รวม	399	292.44			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับจำนวนที่พัก รอบ ๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 107 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 108 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบรรยากาศความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
12.ความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	5	17.72	3.54	5.77	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	241.96	0.61		
	รวม	399	259.68			

จากตารางที่ 108 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญ กับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 109

ตารางที่ 109 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.17	3.76	3.87	3.60	4.00	4.50
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.17	-	0.41*	0.30	0.57	0.17	0.33
5,000 – 15,000 บาท	3.76		-	0.11	0.16	0.24	0.74
15,001 – 25,000 บาท	3.87			-	0.27	0.13	0.63
25,001 – 35,000 บาท	3.60				-	0.40	0.90
35,001 – 45,000 บาท	4.00					-	0.50
45,000 บาทขึ้นไป	4.50						-

จากตารางที่ 109 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยานมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 110 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบรรยากาศด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่

ลักษณะทางกายภาพ	เคย		ไม่เคย		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.34	0.70	4.33	0.72	0.18	0.86
2. การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต	4.18	0.75	4.23	0.70	-0.64	0.52
3. ความน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม	4.11	0.74	4.13	0.75	-0.14	0.89
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง	3.97	0.84	3.97	0.80	0.06	0.95
5. แผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ	4.05	0.82	4.11	0.71	-0.73	0.46
6. ความสะอาด ของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.98	0.79	3.87	0.85	1.28	0.20
7. ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก	3.86	0.93	3.66	0.96	1.92	0.06
8. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำ	3.99	0.86	3.81	0.91	1.83	0.07
9. การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.81	0.92	3.71	0.97	0.94	0.35
10. การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับ	3.86	0.82	3.71	0.89	1.61	0.11
11. จำนวนที่พักรอบๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.85	0.88	3.78	0.81	0.78	0.44
12. ความปลอดภัยของที่พักรอบๆ อุทยาน	3.95	0.83	3.92	0.76	0.35	0.73

จากตารางที่ 110 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 111 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดการ ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม

การจัดการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	3.88	0.73	มาก
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	3.91	0.77	มาก

จากตารางที่ 111 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ มากที่สุด ($\bar{x} = 3.91$) และความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{x} = 3.99$)

ตารางที่ 112 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดการ จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

การจัดการ	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	3.84	0.71	3.92	0.76	-1.05	0.29
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	3.84	0.75	3.98	0.78	-1.78	0.08

จากตารางที่ 112 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านการจัดการ ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ จำแนกตามสถานะภาพด้านเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 113 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการจัดการ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

การจัดการ	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	4.10	0.70	3.75	0.70	3.87	0.67	3.83	0.87	3.83	0.86	3.50	0.71	0.01*
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	4.09	0.77	3.80	0.78	3.85	0.75	3.93	0.69	3.83	0.71	4.50	0.71	0.05*

จากตารางที่ 113 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ในทั้งข้อที่ 1 และ 2 จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 114 - 116

ตารางที่ 114 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	8.42	1.68	3.24	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	204.58	0.52		
	รวม	399	213.00			

จากตารางที่ 114 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 115

ตารางที่ 115 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.10	3.75	3.87	3.83	3.83	3.50
ต่ำกว่า 20 ปี	4.10	-	0.35*	0.23	0.28	0.27	0.60
21 – 30 ปี	3.75		-	0.12	0.07	0.08	0.25
31 – 40 ปี	3.87			-	0.05	0.04	0.37
41 – 50 ปี	3.83				-	0.01	0.33
51 – 60 ปี	3.83					-	0.33
60 ปี ขึ้นไป	3.50						-

จากตารางที่ 115 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี

ตารางที่ 116 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	ระหว่างกลุ่ม	5	6.61	1.32	2.29	0.05
	ภายในกลุ่ม	394	227.78	0.58		
	รวม	399	234.39			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 116 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 117 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดการ จำแนกตามระดับการศึกษา

การจัดการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	4.00	0.72	3.72	0.72	4.07	0.69	0.00*
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	3.98	0.79	3.81	0.73	4.02	0.81	0.06

จากตารางที่ 117 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในข้อที่ 1 จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 118 - 119

ตารางที่ 118 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	2	8.58	4.29	8.33	0.00
	ภายในกลุ่ม	397	204.42	0.51		
	รวม	399	213.00			

จากตารางที่ 118 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 119

ตารางที่ 119 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	X	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.00	3.72	4.07
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.00	-	0.28*	-0.07
ปริญญาตรี	3.72		-	-0.34*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.07			-

จากตารางที่ 119 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 120 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดการจำแนกตามสถานภาพสมรส

การจัดการ	โสด		สมรส		อื่นๆ		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	3.93	0.70	3.77	0.77	4.00	1.00	0.12
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	3.96	0.74	3.77	0.79	4.40	0.89	0.02*

จากตารางที่ 120 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในข้อที่ 2 จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 121

ตารางที่ 121 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	ระหว่างกลุ่ม	2	4.44	2.22	3.83	0.02
	ภายในกลุ่ม	397	229.95	0.58		
	รวม	399	234.39			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามสถานภาพสมรส จากตารางที่ 121 พบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 122 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการจัดการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การจัดการ	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 15,000 บาท		15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,000 บาท ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	4.04	0.71	3.74	0.70	3.79	0.74	3.75	0.85	4.00	0.71	4.38	0.74	0.00*
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	4.11	0.75	3.70	0.78	3.92	0.71	3.55	0.51	4.00	0.71	4.50	0.53	0.00*

จากตารางที่ 122 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกหัวข้อ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 123 - 126

ตารางที่ 123 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความ
สะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสะดวกในการซื้อบัตร เข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	9.75	1.95	3.78	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	203.25	0.52		
	รวม	399	213.00			

จากตารางที่ 123 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญ
กับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดัง
ตารางที่ 124

ตารางที่ 124 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	X	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.04	3.74	3.79	3.75	4.00	4.38
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.04	-	0.30*	0.25	0.29	0.04	0.33
5,000 – 15,000 บาท	3.74		-	0.05	0.01	0.26	0.64
15,001 – 25,000 บาท	3.79			-	0.04	0.21	0.59
25,001 – 35,000 บาท	3.75				-	0.25	0.63
35,001 – 45,000 บาท	4.00					-	0.38
45,000 บาทขึ้นไป	4.38						-

จากตารางที่ 124 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 125 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	ระหว่างกลุ่ม	5	17.44	3.49	6.33	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	216.95	0.55		
	รวม	399	234.39			

จากตารางที่ 125 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 126

ตารางที่ 126 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	X	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาท ขึ้นไป
		4.11	3.70	3.92	3.55	4.00	4.50
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.11	-	0.41*	0.19	0.56	0.11	-0.39
5,000 – 15,000 บาท	3.70		-	-0.21	0.15	-0.30	-0.80
15,001 – 25,000 บาท	3.92			-	0.37	-0.08	-0.58
25,001 – 35,000 บาท	3.55				-	-0.45	-0.95
35,001 – 45,000 บาท	4.00					-	-0.50
45,000 บาท ขึ้นไป	4.50						-

จากตารางที่ 126 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 127 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดการจำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่

การจัดการ	เคย		ไม่เคย		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ	3.82	0.73	4.00	0.72	-2.31	0.02*
2. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม	3.88	0.78	3.97	0.73	-1.14	0.25

จากตารางที่ 127 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านการจัดการ ที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้ที่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมากกว่าผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว

ตารางที่ 128 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม

ปัจจัยด้านราคา	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	3.95	0.80	มาก
2. ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน	3.99	0.81	มาก
3. ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์	3.90	0.77	มาก
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์	3.82	0.80	มาก

จากตารางที่ 128 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน มากที่สุด ($\bar{x} = 3.99$) และให้ความสำคัญกับราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ อยู่ในลำดับต่ำสุด ($\bar{x} = 3.82$)

ตารางที่ 129 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ปัจจัยด้านราคา	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	3.93	0.80	3.96	0.80	-0.40	0.69
2. ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน	4.00	0.81	3.98	0.81	0.21	0.83
3. ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์	3.93	0.73	3.86	0.80	0.86	0.39
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์	3.85	0.84	3.79	0.75	0.77	0.44

จากตารางที่ 129 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคา ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ จำแนกตามสถานะภาพด้านเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Copyright@by UTCC
All rights reserved

ตารางที่ 130 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้
ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	4.09	0.83	3.94	0.73	3.70	0.80	4.00	0.93	3.94	0.80	3.50	0.71	0.05*
2. ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน	4.13	0.80	3.95	0.74	3.85	0.82	4.10	0.87	3.83	1.10	3.50	0.71	0.15
3. ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์	4.07	0.78	3.82	0.72	3.86	0.74	3.95	0.81	3.56	0.86	3.50	0.71	0.04*
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์	3.97	0.78	3.82	0.73	3.70	0.82	3.85	0.95	3.33	0.97	4.00	0.00	0.03*

จากตารางที่ 130 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์
ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์ และราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่
ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 131 - 133

ตารางที่ 131 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	6.99	1.40	2.22	0.05
	ภายในกลุ่ม	394	247.80	0.63		
	รวม	399	254.79			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 131 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 132 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาอาหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	6.97	1.39	2.42	0.04
	ภายในกลุ่ม	394	226.62	0.58		
	รวม	399	233.59			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาอาหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 132 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 133 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	7.82	1.56	2.48	0.03
	ภายในกลุ่ม	394	248.58	0.63		
	รวม	399	256.40			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 133 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 134 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	4.05	0.82	3.84	0.74	4.00	0.93	0.03*
2. ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน	4.09	0.77	3.88	0.80	4.07	0.91	0.04*
3. ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์	3.96	0.76	3.81	0.78	4.02	0.69	0.09
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์	3.89	0.82	3.76	0.78	3.84	0.82	0.27

จากตารางที่ 134 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์และค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 135 - 138

ตารางที่ 135 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	2	4.39	2.19	3.48	0.03
	ภายในกลุ่ม	397	250.40	0.63		
	รวม	399	254.79			

จากตารางที่ 135 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 136

ตารางที่ 136 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.05	3.84	4.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.05	-	0.22*	0.05
ปริญญาตรี	3.84		-	0.16
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00			-

จากตารางที่ 136 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาที่ให้ ให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 137 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถราง และค่านำรถเข้าภายในอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	2	4.30	2.15	3.35	0.04
	ภายในกลุ่ม	397	254.64	0.64		
	รวม	399	258.94			

จากตารางที่ 137 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับราคาค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่

ตารางที่ 138 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเช่า
จักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.09	3.88	4.07
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.09	-	0.21*	0.02
ปริญญาตรี	3.88		-	0.19
สูงกว่าปริญญาตรี	4.07			-

จากตารางที่ 138 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเช่า
จักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่
พบว่า ระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับราคาค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้า
ภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับ
การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 139 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยด้านราคา	โสด		สมรส		อื่นๆ		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	4.03	0.77	3.76	0.82	4.20	1.10	0.01*
2. ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านารถ เข้าภายในอุทยาน	4.04	0.76	3.87	0.87	4.20	1.10	0.12
3. ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอก อุทยานประวัติศาสตร์	3.95	0.75	3.77	0.78	4.20	1.10	0.06
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยาน ประวัติศาสตร์	3.89	0.76	3.69	0.87	3.60	0.89	0.04*

จากตารางที่ 139 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ และ ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 140 - 142

ตารางที่ 140 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยาน ประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	2	6.57	3.28	5.25	0.01
	ภายในกลุ่ม	397	248.22	0.63		
	รวม	399	254.79			

จากตารางที่ 140 พบว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 141

ตารางที่ 141 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเช่า
ชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
		4.03	3.76	4.20
โสด	4.03	-	0.27*	0.17
สมรส	3.76		-	0.44
อื่นๆ	4.20			-

จากตารางที่ 141 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเช่าชม
อุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่า สถานภาพสมรสที่ให้
ความสำคัญกับราคาค่าเช่าชมอุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส

ตารางที่ 142 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาที่พัก
บริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียง อุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	2	4.00	2.00	3.15	0.04
	ภายในกลุ่ม	397	252.40	0.64		
	รวม	399	256.40			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาที่พัก
บริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพสมรส จากตารางที่ 142 พบว่า
กลุ่มที่มีสถานภาพสมรสต่างกันให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้
ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 143 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 15,000 บาท		15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,000 บาท ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	4.08	0.82	3.85	0.75	3.72	0.76	4.15	0.75	4.00	1.12	4.63	0.74	0.00*
2. ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน	4.14	0.78	3.88	0.74	3.86	0.83	4.10	0.79	3.67	1.41	4.38	0.92	0.02*
3. ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์	4.01	0.79	3.82	0.71	3.83	0.76	3.85	0.75	3.56	1.13	4.13	0.64	0.16
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์	3.97	0.74	3.81	0.77	3.70	0.78	3.35	1.09	3.33	1.12	4.00	0.76	0.00*

จากตารางที่ 143 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยานและราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 144 - 146

ตารางที่ 144 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	12.32	2.46	4.00	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	242.47	0.62		
	รวม	399	254.79			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 144 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 145 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	5	8.39	1.68	2.64	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	250.55	0.64		
	รวม	399	258.94			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 145 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 146 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	7.20	1.44	3.36	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	168.79	0.43		
	รวม	399	175.99			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 146 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 147 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่

ปัจจัยด้านราคา	เคย		ไม่เคย		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์	3.95	0.77	3.93	0.85	0.26	0.79
2. ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน	4.00	0.79	3.97	0.84	0.32	0.75
3. ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์	3.92	0.76	3.84	0.77	1.06	0.29
4. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์	3.83	0.79	3.80	0.83	0.30	0.76

จากตารางที่ 147 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคา ที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 148 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม

ช่องทางจัดจำหน่าย	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน	3.98	0.81	มาก
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน	3.98	0.79	มาก
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม	3.94	0.82	มาก
4. ระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม	4.20	0.74	มาก

จากตารางที่ 148 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม มากที่สุด ($\bar{x} = 4.20$) และให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม อยู่ในลำดับต่ำสุด ($\bar{x} = 3.94$)

ตารางที่ 149 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานะภาพด้านเพศ

ช่องทางจัดจำหน่าย	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน	3.96	0.83	3.99	0.78	-0.33	0.74
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน	3.94	0.82	4.02	0.75	-1.04	0.30
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม	3.93	0.80	3.94	0.84	-0.13	0.90
4. ระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม	4.21	0.75	4.18	0.74	0.34	0.73

จากตารางที่ 149 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ จำแนกตามสถานะภาพด้านเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 150 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้
 ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ช่องทางจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน	4.25	0.70	3.84	0.81	3.89	0.82	4.00	0.82	3.78	1.00	4.50	0.71	0.00*
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน	4.13	0.74	3.88	0.83	3.97	0.79	4.05	0.78	3.83	0.62	4.00	1.41	0.18
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม	4.15	0.78	3.89	0.78	3.76	0.87	3.95	0.88	3.83	0.71	2.50	0.71	0.00*
4. ระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม	4.38	0.73	4.14	0.70	4.01	0.82	4.35	0.70	3.89	0.76	5.00	0.00	0.00*

จากตารางที่ 150 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสะดวกสบายในการเดินทางมายัง
 อุทยาน การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสมและระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไป
 ด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 151 - 154

ตารางที่ 151 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	5	12.99	2.60	4.15	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	246.76	0.63		
	รวม	399	259.75			

จากตารางที่ 151 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 152

ตารางที่ 152 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.25	3.84	3.89	4.00	3.78	4.50
ต่ำกว่า 20 ปี	4.25	-	0.41*	0.36	0.25	0.47	-0.25
21 – 30 ปี	3.84		-	-0.05	-0.16	0.06	-0.66
31 – 40 ปี	3.89			-	-0.11	0.11	-0.61
41 – 50 ปี	4.00				-	0.22	-0.50
51 – 60 ปี	3.78					-	-0.72
60 ปี ขึ้นไป	4.50						-

จากตารางที่ 152 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี

ตารางที่ 153 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจุดที่มีความเหมาะสม	ระหว่างกลุ่ม	5	11.65	2.33	3.60	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	254.66	0.65		
	รวม	399	266.31			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 153 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 154 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. ระยะเวลาในการเปิด บริการที่มีความเหมาะสม	ระหว่างกลุ่ม	5	10.38	2.08	3.88	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	211.01	0.54		
	รวม	399	221.40			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 154 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 155 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยช่องทางจัดจำหน่ายจำแนกตามระดับการศึกษา

ช่องทางจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน	4.09	0.77	3.85	0.85	4.09	0.70	0.01*
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน	4.08	0.75	3.84	0.82	4.18	0.68	0.00*
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม	4.00	0.81	3.86	0.84	4.02	0.72	0.19
4. ระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม	4.27	0.76	4.12	0.72	4.24	0.80	0.16

จากตารางที่ 155 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยานและความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 156 - 159

ตารางที่ 156 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความ สะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสะดวกสบายใน การเดินทางมายังอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	2	5.93	2.96	4.63	0.01
	ภายในกลุ่ม	397	253.82	0.64		
	รวม	399	259.75			

จากตารางที่ 156 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับความ สะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 157

ตารางที่ 157 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ สะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.09	3.85	4.09
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.09	-	0.24*	0.00
ปริญญาตรี	3.85		-	-0.24
สูงกว่าปริญญาตรี	4.09			-

จากตารางที่ 157 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความ สะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับ การศึกษาที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 158 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	2	7.02	3.51	5.76	0.00
	ภายในกลุ่ม	397	241.78	0.61		
	รวม	399	248.80			

จากตารางที่ 158 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 159

ตารางที่ 159 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.08	3.84	4.18
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.08	-	0.24*	-0.10
ปริญญาตรี	3.84		-	-0.34*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.18			-

จากตารางที่ 159 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่าระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จะให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 160 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพสมรส

ช่องทางจัดจำหน่าย	โสด		สมรส		อื่นๆ		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน	4.01	0.80	3.89	0.79	4.40	1.34	0.21
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน	3.99	0.79	3.96	0.72	3.60	1.95	0.53
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม	4.00	0.78	3.82	0.87	3.40	1.14	0.04*
4. ระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม	4.23	0.74	4.13	0.74	4.20	1.30	0.45

จากตารางที่ 160 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ และ ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 161

ตารางที่ 161 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจุดที่มีความเหมาะสม	ระหว่างกลุ่ม	2	4.15	2.07	3.14	0.04
	ภายในกลุ่ม	397	262.16	0.66		
	รวม	399	266.31			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามสถานภาพสมรส จากตารางที่ 161 พบว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสต่างกันให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 162 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบริการด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่องทางจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 15,000 บาท		15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,000 บาท ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน	4.17	0.70	3.90	0.75	3.94	0.69	3.05	1.43	4.22	0.83	4.00	0.93	0.00*
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน	4.14	0.70	3.87	0.77	3.99	0.71	3.35	1.35	4.44	0.73	4.00	0.76	0.00*
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม	4.17	0.74	3.78	0.87	3.77	0.80	3.65	0.67	4.22	0.67	4.25	0.71	0.00*
4. ระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม	4.33	0.69	4.07	0.79	4.15	0.73	4.15	0.75	4.33	0.71	4.50	0.76	0.06

จากตารางที่ 162 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยานและการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 163 - 168

ตารางที่ 163 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความ สะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความสะดวกสบายใน การเดินทางมายังอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	5	24.07	4.81	8.05	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	235.68	0.60		
	รวม	399	259.75			

จากตารางที่ 163 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญ กับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 164

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
Copyright@by UTM
All rights reserved

ตารางที่ 164 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.17	3.90	3.94	3.05	4.22	4.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.17	-	0.27	0.23	1.12*	0.05	0.17
5,000 – 15,000 บาท	3.90		-	0.04	0.85*	0.32	0.10
15,001 – 25,000 บาท	3.94			-	0.89*	0.28	0.06
25,001 – 35,000 บาท	3.05				-	1.17*	0.95
35,001 – 45,000 บาท	4.22					-	0.22
45,000 บาทขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 164 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน น้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ต่อเดือนและ 35,001 – 45,000 ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 165 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความ สะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	5	15.25	3.05	5.15	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	233.55	0.59		
	รวม	399	248.80			

จากตารางที่ 165 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญ กับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตาราง ที่ 166

ตารางที่ 166 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.14	3.87	3.99	3.35	4.44	4.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.14	-	0.27	0.15	0.79*	0.31	0.14
5,000 – 15,000 บาท	3.87		-	0.12	0.52	0.58	0.13
15,001 – 25,000 บาท	3.99			-	0.64	0.46	0.01
25,001 – 35,000 บาท	3.35				-	1.09*	0.65
35,001 – 45,000 บาท	4.44					-	0.44
45,000 บาทขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 166 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน น้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือนและ 35,001 – 45,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 167 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจุดที่มีความเหมาะสม	ระหว่างกลุ่ม	5	16.62	3.32	5.25	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	249.69	0.63		
	รวม	399	266.31			

จากตารางที่ 167 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 168

ตารางที่ 168 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.14	3.87	3.99	3.35	4.44	4.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.14	-	0.39*	0.40*	0.52	0.05	0.08
5,000 – 15,000 บาท	3.87		-	0.00	0.13	0.44	0.47
15,001 – 25,000 บาท	3.99			-	0.12	0.45	0.48
25,001 – 35,000 บาท	3.35				-	0.57	0.60
35,001 – 45,000 บาท	4.44					-	0.03
45,000 บาทขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 168 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือนและ 15,001 – 25,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 169 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่

ช่องทางจัดจำหน่าย	เคย		ไม่เคย		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน	4.00	0.82	3.92	0.78	0.90	0.37
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน	3.98	0.79	3.98	0.80	0.02	0.99
3. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม	3.93	0.83	3.94	0.80	- 0.04	0.97
4. ระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม	4.22	0.70	4.14	0.83	1.05	0.30

จากตารางที่ 169 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 170 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม

การส่งเสริมการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	3.94	0.84	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	4.00	0.75	มาก
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.02	0.77	มาก
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	3.97	0.87	มาก
5. การขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน	3.94	0.91	มาก

จากตารางที่ 170 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว มากที่สุด ($\bar{x}=4.02$) และให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว และการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน อยู่ในลำดับต่ำสุด ($\bar{x}=3.94$)

ตารางที่ 171 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

การส่งเสริมการตลาด	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	3.95	0.85	3.93	0.82	0.23	0.82
2. การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.98	0.76	4.02	0.73	-0.53	0.60
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.00	0.78	4.04	0.76	-0.62	0.54
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	3.99	0.90	3.95	0.83	0.46	0.65
5. การขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน	3.92	0.93	3.95	0.89	-0.33	0.74

จากตารางที่ 171 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ จำแนกตามสถานะภาพด้านเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 172 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

การส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	4.19	0.83	3.90	0.81	3.83	0.84	3.63	0.90	3.89	0.76	4.00	0.00	0.00*
2. การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	4.13	0.75	3.99	0.72	3.93	0.72	3.85	0.77	3.83	0.92	4.00	0.00	0.27
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.19	0.73	4.01	0.72	3.94	0.79	3.85	0.83	3.72	1.02	4.00	1.41	0.05*
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	4.23	0.79	3.93	0.81	3.77	0.96	3.85	0.98	3.67	0.97	4.50	0.71	0.00*
5. การขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน	4.13	0.83	3.99	0.81	3.66	1.03	3.85	1.00	3.50	1.20	4.50	0.71	0.00*

จากตารางที่ 172 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การขายแพคเกจท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร การขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 173 - 179

ตารางที่ 173 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	12.11	2.42	3.55	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	268.45	0.68		
	รวม	399	280.56			

จากตารางที่ 173 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 174

ตารางที่ 174 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.19	3.90	3.83	3.63	3.89	4.00
ต่ำกว่า 20 ปี	4.19	-	0.29	0.36	0.57*	0.31	0.19
21 – 30 ปี	3.90		-	0.07	0.28	0.01	0.10
31 – 40 ปี	3.83			-	0.21	0.06	0.17
41 – 50 ปี	3.63				-	0.26	0.38
51 – 60 ปี	3.89					-	0.11
60 ปี ขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 174 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 41 – 50 ปี

ตารางที่ 175 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	6.48	1.30	2.22	0.05
	ภายในกลุ่ม	394	230.40	0.58		
	รวม	399	236.88			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตารางที่ 175 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 176 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	5	13.12	2.62	3.5	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	289.46	0.73	7	
	รวม	399	302.58			

จากตารางที่ 176 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 177

ตารางที่ 177 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.23	3.93	3.77	3.85	3.67	4.50
ต่ำกว่า 20 ปี	4.23	-	0.30	0.46*	0.38	0.56	-0.27
21 – 30 ปี	3.93		-	0.16	0.08	0.27	-0.57
31 – 40 ปี	3.77			-	-0.08	0.11	-0.73
41 – 50 ปี	3.85				-	0.18	-0.65
51 – 60 ปี	3.67					-	-0.83
60 ปี ขึ้นไป	4.50						-

จากตารางที่ 177 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลด เช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 31 – 40 ปี

ตารางที่ 178 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายบัตรแบบเหมารวมทั้งท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
5. การขายบัตรแบบเหมา รวมทั้งท่องเที่ยวภายในอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	5	14.16	2.83	3.51	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	318.15	0.81		
	รวม	399	332.31			

จากตารางที่ 178 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมทั้งท่องเที่ยวภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 179

ตารางที่ 179 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.13	3.99	3.66	3.85	3.50	4.50
ต่ำกว่า 20 ปี	4.13	-	0.14	0.47*	0.28	0.63	-0.37
21 – 30 ปี	3.99		-	0.33	0.14	0.49	-0.51
31 – 40 ปี	3.66			-	-0.19	0.16	-0.84
41 – 50 ปี	3.85				-	0.35	-0.65
51 – 60 ปี	3.50					-	-1.00
60 ปี ขึ้นไป	4.50						-

จากตารางที่ 179 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 31 – 40 ปี

ตารางที่ 180 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

การส่งเสริมการตลาด	ต่ำว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	4.02	0.85	3.86	0.85	3.98	0.69	0.20
2. การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	4.04	0.75	3.93	0.75	4.09	0.73	0.25
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.05	0.81	3.98	0.75	4.07	0.72	0.63
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	4.04	0.87	3.90	0.86	3.98	0.92	0.30
5. การขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน	3.99	0.96	3.89	0.90	3.89	0.78	0.55

จากตารางที่ 180 พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 181 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพสมรส

การส่งเสริมการตลาด	โสด		สมรส		อื่นๆ		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	4.05	0.83	3.73	0.80	3.60	1.14	0.00*
2. การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	4.06	0.74	3.85	0.71	4.00	1.22	0.03*
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.11	0.74	3.84	0.79	4.00	1.00	0.01*
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	4.04	0.85	3.81	0.88	4.20	1.30	0.04*
5. การขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน	4.05	0.87	3.70	0.95	3.80	1.30	0.00*

จากตารางที่ 181 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกปัจจัย จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 182 - 191

ตารางที่ 182 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	10.00	5.00	7.33	0.00
	ภายในกลุ่ม	397	270.56	0.68		
	รวม	399	280.56			

จากตารางที่ 182 พบว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 183

ตารางที่ 183 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
		4.05	3.73	3.60
โสด	4.05	-	0.33*	0.45
สมรส	3.73		-	0.13
อื่นๆ	3.60			-

จากตารางที่ 183 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่า สถานภาพสมรสที่ให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส

ตารางที่ 184 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.84	1.92	3.49	0.03
	ภายในกลุ่ม	397	218.15	0.55		
	รวม	399	221.99			

จากตารางที่ 184 พบว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 185

ตารางที่ 185 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
		4.06	3.85	4.00
โสด	4.06	-	0.21*	0.06
สมรส	3.85		-	-0.15
อื่นๆ	4.00			-

จากตารางที่ 185 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่า สถานภาพสมรสที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส

ตารางที่ 186 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	6.21	3.11	5.35	0.01
	ภายในกลุ่ม	397	230.66	0.58		
	รวม	399	236.88			

จากตารางที่ 186 พบว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 187

ตารางที่ 187 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
		4.11	3.84	4.00
โสด	4.11	-	0.27*	0.11
สมรส	3.84		-	-0.16
อื่นๆ	4.00			-

จากตารางที่ 187 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่าสถานภาพสมรสที่ให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส

ตารางที่ 188 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการใช้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	2	5.01	2.50	3.34	0.04
	ภายในกลุ่ม	397	297.57	0.75		
	รวม	399	302.58			

จากตารางที่ 188 พบว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 189

ตารางที่ 189 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการให้ ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
		4.04	3.81	4.20
โสด	4.04	-	0.23*	-0.16
สมรส	3.81		-	-0.39
อื่นๆ	4.20			-

จากตารางที่ 189 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการให้ ส่วนลด เช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่า สถานภาพ สมรสที่ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่ มีสถานภาพสมรส

ตารางที่ 190 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายบัตร แบบเหมารวมห้องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
5. การขายบัตรแบบเหมารวม ห้องเที่ยวภายในอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	2	10.86	5.43	6.71	0.00
	ภายในกลุ่ม	397	321.45	0.81		
	รวม	399	332.31			

จากตารางที่ 190 พบว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ให้ความสำคัญกับการขาย บัตรแบบเหมารวมห้องเที่ยวภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 191

ตารางที่ 191 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท้องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่

สถานภาพสมรส	\bar{x}	โสด	สมรส	อื่นๆ
		4.05	3.70	3.80
โสด	4.05	-	0.35*	0.25
สมรส	3.70		-	-0.10
อื่นๆ	3.80			-

จากตารางที่ 191 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท้องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามสถานภาพสมรสเป็นรายคู่ พบว่าสถานภาพสมรสที่ให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท้องเที่ยวภายในอุทยานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส

ตารางที่ 192 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 15,000 บาท		15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,000 บาท ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	4.16	0.83	3.77	0.81	3.85	0.79	3.95	0.94	3.89	0.78	4.00	1.07	0.00*
2. การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	4.16	0.74	3.86	0.76	3.97	0.68	3.75	0.44	4.22	0.83	4.00	1.07	0.01*
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.18	0.73	3.91	0.77	3.90	0.80	4.05	0.83	4.00	0.87	3.88	0.64	0.04*
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	4.19	0.77	3.80	0.89	3.80	0.90	3.90	1.07	4.22	0.67	4.25	0.89	0.00*
5. การขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน	4.14	0.82	3.79	1.00	3.82	0.87	3.85	0.99	3.89	0.78	4.13	0.64	0.02*

จากตารางที่ 192 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ในทุกหัวข้อ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 193 - 201

ตารางที่ 193 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	12.00	2.40	3.52	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	268.56	0.68		
	รวม	399	280.56			

จากตารางที่ 193 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 194

ตารางที่ 194 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.16	3.77	3.85	3.95	3.89	4.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.16	-	0.39*	0.31	0.21	0.27	0.16
5,000 – 15,000 บาท	3.77		-	-0.08	-0.18	0.12	0.23
15,001 – 25,000 บาท	3.85			-	0.10	0.04	0.15
25,001 – 35,000 บาท	3.95				-	0.06	0.05
35,001 – 45,000 บาท	3.89					-	0.11
45,000 บาทขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 194 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความการขายแพคเกจท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 195 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	8.70	1.74	3.21	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	213.29	0.54		
	รวม	399	221.99			

จากตารางที่ 195 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 196

ตารางที่ 196 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการ
ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.16	3.86	3.97	3.75	4.22	4.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.16	-	0.31*	0.19	0.41	0.06	0.16
5,000 – 15,000 บาท	3.86		-	0.12	0.11	0.37	0.14
15,001 – 25,000 บาท	3.97			-	0.22	0.25	0.03
25,001 – 35,000 บาท	3.75				-	0.47	0.25
35,001 – 45,000 บาท	4.22					-	0.22
45,000 บาท ขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 196 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความการ
ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่
รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ
มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

ตารางที่ 197 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	6.87	1.37	2.35	0.04
	ภายในกลุ่ม	394	230.01	0.58		
	รวม	399	236.88			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 197 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 198 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	5	14.62	2.92	4.00	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	287.96	0.73		
	รวม	399	302.58			

จากตารางที่ 198 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่

ตารางที่ 199 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการให้ ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.19	3.80	3.80	3.90	4.22	4.25
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.19	-	0.39*	0.39	0.29	0.03	0.06
5,000 – 15,000 บาท	3.80		-	0.00	0.10	0.42	0.45
15,001 – 25,000 บาท	3.80			-	0.10	0.42	0.45
25,001 – 35,000 บาท	3.90				-	0.32	0.35
35,001 – 45,000 บาท	4.22					-	0.03
45,000 บาทขึ้นไป	4.25						-

จากตารางที่ 199 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลด เช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่ ที่พักและร้านอาหาร มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 200 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการขายบัตรแบบเหมารวมทั้งท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
5. การขายบัตรแบบเหมา รวมทั้งท่องเที่ยวภายในอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	5	11.00	2.20	2.70	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	321.31	0.82		
	รวม	399	332.31			

จากตารางที่ 200 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมทั้งท่องเที่ยวภายในอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 201

ตารางที่ 201 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.14	3.79	3.82	3.85	3.89	4.13
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.14	-	0.36*	0.33	0.29	0.25	0.02
5,000 – 15,000 บาท	3.79		-	0.03	0.06	0.10	0.34
15,001 – 25,000 บาท	3.82			-	0.03	0.07	0.31
25,001 – 35,000 บาท	3.85				-	0.04	0.28
35,001 – 45,000 บาท	3.89					-	0.24
45,000 บาทขึ้นไป	4.13						-

จากตารางที่ 201 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 202 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อบรรยากาศการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่

การส่งเสริมการตลาด	เคย		ไม่เคย		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. การขายแพคเกจท่องเที่ยว	3.99	0.83	3.84	0.85	1.58	0.12
2. การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	4.03	0.73	3.93	0.78	1.20	0.23
3. การได้รับข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.00	0.75	4.05	0.81	-0.52	0.60
4. การให้ส่วนลดเช่นส่วนลดที่พักและร้านอาหาร	3.99	0.83	3.93	0.96	0.60	0.55
5. การขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยาน	3.93	0.91	3.95	0.91	-0.27	0.79

จากตารางที่ 202 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 203 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน
บุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม

บุคลากร	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.99	0.78	มาก
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	4.13	0.76	มาก
3. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	4.19	0.76	มาก
4. การมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ	4.14	0.79	มาก
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้คนท้องถิ่น	4.09	0.79	มาก

จากตารางที่ 203 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ความรู้ความสามารถในการ
ให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ มากที่สุด ($\bar{x}=4.19$) และให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการ
ให้บริการของเจ้าหน้าที่ อยู่ในลำดับต่ำสุด ($\bar{x}=3.99$)

ตารางที่ 204 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรตามสถานภาพด้านเพศ

บุคลากร	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.90	0.80	4.10	0.75	-2.50	0.01*
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	4.07	0.75	4.20	0.76	-1.66	0.10
3. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	4.14	0.76	4.25	0.75	-1.51	0.13
4. การมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ	4.09	0.78	4.19	0.80	-1.28	0.20
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้คนท้องถิ่น	4.04	0.80	4.15	0.77	-1.39	0.17

จากตารางที่ 204 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านบุคลากร ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ จำแนกตามสถานะภาพด้านเพศ พบว่าเพศหญิงให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่มากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 205 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้
ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

บุคลากร	ต่ำกว่า 20 ปี		21 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.23	0.74	3.86	0.81	3.86	0.68	4.13	0.79	3.94	0.87	4.00	0.00	0.00*
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	4.25	0.76	4.04	0.76	4.06	0.71	4.28	0.78	4.17	0.71	5.00	0.00	0.07
3. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	4.31	0.73	4.12	0.75	4.13	0.77	4.30	0.85	4.11	0.68	4.50	0.71	0.35
4. การมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ	4.23	0.74	4.11	0.76	4.06	0.83	4.10	0.98	4.28	0.75	4.50	0.71	0.61
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้คนท้องถิ่น	4.28	0.78	4.00	0.76	3.97	0.79	4.18	0.87	4.11	0.76	4.00	0.00	0.07

จากตารางที่ 205 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของ
เจ้าหน้าที่ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 206 - 207

ตารางที่ 206 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	5	10.86	2.17	3.66	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	234.12	0.59		
	รวม	399	244.98			

จากตารางที่ 206 พบว่ากลุ่มอายุต่างๆ ให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 207

ตารางที่ 207 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
		4.23	3.86	3.86	4.13	3.94	4.00
ต่ำกว่า 20 ปี	4.23	-	0.37*	0.37	0.11	0.29	0.23
21 – 30 ปี	3.86		-	0.00	0.26	0.08	0.14
31 – 40 ปี	3.86			-	0.27	0.09	0.14
41 – 50 ปี	4.13				-	0.18	0.13
51 – 60 ปี	3.94					-	0.06
60 ปี ขึ้นไป	4.00						-

จากตารางที่ 207 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มอายุที่ให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี

ตารางที่ 208 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา

บุคลากร	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.13	0.76	3.87	0.80	4.00	0.71	0.01*
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	4.21	0.79	4.05	0.73	4.18	0.72	0.14
3. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	4.25	0.72	4.14	0.77	4.22	0.82	0.40
4. การมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ	4.14	0.81	4.09	0.80	4.36	0.65	0.12
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้คนท้องถิ่น	4.18	0.78	4.00	0.80	4.16	0.74	0.08

จากตารางที่ 208 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 209 - 210

ตารางที่ 209 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	2	6.20	3.10	5.15	0.01
	ภายในกลุ่ม	397	238.78	0.60		
	รวม	399	244.98			

จากตารางที่ 209 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ ให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 210

ตารางที่ 210 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.13	3.87	4.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.13	-	0.26*	0.13
ปริญญาตรี	3.87		-	0.13
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00			-

จากตารางที่ 210 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่าระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 211 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามสถานภาพสมรส

บุคลากร	โสด		สมรส		อื่นๆ		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.05	0.79	3.87	0.77	4.20	0.84	0.08
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	4.15	0.75	4.10	0.75	4.20	1.30	0.82
3. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	4.22	0.75	4.15	0.76	4.20	1.30	0.68
4. การมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ	4.18	0.75	4.06	0.85	4.00	1.22	0.33
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้คนท้องถิ่น	4.13	0.81	4.03	0.72	4.00	1.22	0.52

จากตารางที่ 211 พบว่า ไม่มีมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 212 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้
ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บุคลากร	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 15,000 บาท		15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,000 บาท ขึ้นไป		Sig.
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.23	0.73	3.77	0.75	3.93	0.78	3.95	0.76	3.89	1.05	4.50	0.76	0.00*
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	4.31	0.74	3.94	0.74	4.08	0.75	4.30	0.73	4.11	0.78	4.50	0.76	0.00*
3. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	4.31	0.71	4.05	0.79	4.14	0.72	4.45	0.76	4.11	0.78	4.63	0.74	0.02*
4. การมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ	4.27	0.70	4.01	0.82	4.03	0.79	4.25	1.02	4.11	0.93	4.75	0.71	0.01*
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้คนท้องถิ่น	4.24	0.77	3.97	0.80	4.00	0.76	4.00	0.73	4.11	0.93	4.75	0.46	0.01*

จากตารางที่ 212 พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ในทุกหัวข้อ จึงต้องมีการทดสอบรายคู่
ต่อไปด้วยว่าคู่ใดที่มีความแตกต่างกัน ดังตารางที่ 213 - 219

ตารางที่ 213 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	5	18.33	3.67	6.37	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	226.65	0.58		
	รวม	399	244.98			

จากตารางที่ 213 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 214

ตารางที่ 214 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.23	3.77	3.93	3.95	3.89	4.50
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.23	-	0.47*	0.30	0.28	0.34	-0.27
5,000 – 15,000 บาท	3.77		-	-0.16	-0.18	-0.12	-0.73
15,001 – 25,000 บาท	3.93			-	-0.02	0.04	-0.57
25,001 – 35,000 บาท	3.95				-	0.06	-0.55
35,001 – 45,000 บาท	3.89					-	-0.61
45,000 บาทขึ้นไป	4.50						-

จากตารางที่ 214 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 215 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	5	11.73	2.35	4.27	0.00
	ภายในกลุ่ม	394	216.25	0.55		
	รวม	399	227.98			

จากตารางที่ 215 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญกับความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังตารางที่ 216

ตารางที่ 216 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,000 บาทขึ้นไป
		4.31	3.94	4.08	4.30	4.11	4.50
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.31	-	0.37*	0.22	0.01	0.20	0.19
5,000 – 15,000 บาท	3.94		-	0.15	0.36	0.17	0.56
15,001 – 25,000 บาท	4.08			-	0.22	0.03	0.42
25,001 – 35,000 บาท	4.30				-	0.19	0.20
35,001 – 45,000 บาท	4.11					-	0.39
45,000 บาทขึ้นไป	4.50						-

จากตารางที่ 216 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 217 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
3. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	5	7.99	1.60	2.86	0.02
	ภายในกลุ่ม	394	220.19	0.56		
	รวม	399	228.18			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 217 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 218 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อการมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
4. การมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	8.99	1.80	2.94	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	241.17	0.61		
	รวม	399	250.16			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 218 พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 219 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้คน
ท้องถิ่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความสำคัญ	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของผู้คนท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	5	9.69	1.94	3.21	0.01
	ภายในกลุ่ม	394	237.88	0.60		
	รวม	399	247.58			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญกับความมี
มนุษยสัมพันธ์ของผู้คนท้องถิ่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 219 พบว่า
กลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่
เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบรายคู่ใดที่ให้
ความสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 220 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่

บุคลากร	เคย		ไม่เคย		t	P
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.93	0.80	4.13	0.74	- 2.33	0.02 *
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่	4.10	0.75	4.20	0.77	- 1.28	0.20
3. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่	4.18	0.75	4.21	0.77	- 0.33	0.74
4. การมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล ตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ	4.14	0.77	4.15	0.84	- 0.14	0.89
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้คนท้องถิ่น	4.10	0.75	4.08	0.86	0.24	0.81

จากตารางที่ 220 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์ในอดีตว่าเคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้ที่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมากกว่าผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว

ส่วนที่ 4 สรุปการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานการวิจัยที่ 1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกัน

H_0 : ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันมีการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันมีการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานทั้งหมด จากตารางที่ 12 ถึงตารางที่ 41 ในหน้าที่ 83 ถึง 102 สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 221 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁
H1a1	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์ไม่แตกต่างกัน				●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี			●		
H1a2	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถานไม่แตกต่างกัน	●	●		●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี			●		●
H1a3	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะสมัยสุโขทัยไม่แตกต่างกัน	●	●	51-60 ปี > 31-40 ปี	●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี			●		
H1a4	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัยไม่แตกต่างกัน	●	●								
H1a5	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการมีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ไม่แตกต่างกัน										

ตารางที่ 221 (ต่อ1)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁
H1a6	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ มีความสงบ ร่มรื่น ไม่แตกต่างกัน	●	●								
H1a7	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณที่ไม่ไกลกันมากไม่แตกต่างกัน	●	●								
H1a8	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียงไม่แตกต่างกัน		●	ต่ำกว่า 20 ปี > 21-30 ปี และ 31-40 ปี	●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี			●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท	

ตารางที่ 221 (ต่อ2)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H_0)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H_1	ยอมรับ H_1	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H_1	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H_1	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H_1	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H_1
H1a9	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการสามารถเดินทางต่อเนื่องไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียงไม่แตกต่างกัน										
H1a10	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการเป็นจุดแวะท่องเที่ยวได้ง่ายเนื่องจากเป็นจุดผ่านทางในการเดินทางข้ามระหว่างภาคไม่แตกต่างกัน				●		●	โสด > สมรส			

หมายเหตุ : ● คือ ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมุติฐานการวิจัยที่ 2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

H_0 : ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานทั้งหมด แสดงในตารางที่ 42 ถึง 220 สรุปได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Copyright@by UTCC
All rights reserved

ตารางที่ 222 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (จาก ตารางที่ 43 ถึง ตารางที่ 60)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ		อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	
H2 p11	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานไม่แตกต่างกัน	●	●	ต่ำกว่า 20 ปี > 21-30 ปี	●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี					●	
H2 p12	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานไม่แตกต่างกัน	●	●					●			●	
H2 p13	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในอุทยานไม่แตกต่างกัน	●	●								●	
H2 p14	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดล้อมภายในอุทยานไม่แตกต่างกัน		●								●	

ตารางที่ 223 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (จากตารางที่ 62 ถึงตารางที่ 110)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ		อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	
H2 p21	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการที่โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่ไม่แตกต่างกัน	●	●		●					●		
H2 p22	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต ไม่แตกต่างกัน							●				
H2 p23	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความชัดเจนและน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชม ไม่แตกต่างกัน				●					●		
H2 p24	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความชัดเจนของเครื่องหมายอธิบายรายละเอียดในจุดต่างๆ ไม่แตกต่างกัน		●							●		

ตารางที่ 223 (ต่อ1)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁
H2 p25	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความชัดเจนถูกต้องของแผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆ ไม่แตกต่างกัน		●						●		
H2 p26	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความสะอาดถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณอุทยานไม่แตกต่างกัน		●	ต่ำกว่า 20 ปี > 21-30 ปี และ 31-40 ปี					●		
H2 p27	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก ไม่แตกต่างกัน				●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี			●	25,001-35,000 < ต่ำกว่า 5,000, 5,000-15,000 และ 15,001- 25,000	
H2 p28	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำที่ให้บริการภายในอุทยาน ไม่แตกต่างกัน				●	ป.ตรี < ต่ำกว่า ป.ตรี และ สูงกว่า ป.ตรี			●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000- 15,000 บาท	

ตารางที่ 223 (ต่อ2)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่	
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	
H2 p29	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับจำนวนจุดบริการห้องน้ำที่เพียงพอ ไม่แตกต่างกัน					●	สูงกว่า ป.ตรี > ป.ตรี			●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 25,001-35,000 บาท	
H2 p210	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอ ไม่แตกต่างกัน		●	ต่ำกว่า 20 ปี > 41-50 ปี	●		●	โสด > สมรส	●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท, 15,001-25,000 บาท และ 25,001-35,000 บาท		
H2 p211	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับจำนวนที่พัก รอบๆ อุทยาน และบริเวณใกล้เคียงที่มีจำนวนเพียงพอ ไม่แตกต่างกัน		●				●	โสด > สมรส	●			
H2 p212	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบๆบริเวณอุทยาน และบริเวณใกล้เคียง ไม่แตกต่างกัน		●		●	สูงกว่า ป.ตรี > ป.ตรี	●	โสด > สมรส	●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท		

ตารางที่ 224 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดการ (จาก ตารางที่ 112 ถึง ตารางที่ 127)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁
H2 p31	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ ไม่แตกต่างกัน		●	ต่ำกว่า 20 ปี > 21-30 ปี	●	ป.ตรี < ต่ำกว่า ป.ตรี และ สูงกว่า ป.ตรี			●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท	●
H2 p32	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม น่าเชื่อถือ ไม่แตกต่างกัน		●				●	●	●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท	

ตารางที่ 225 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา (จากตารางที่ 129 ถึงตารางที่ 147)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁
H2 p41	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน		●		●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี	●	โสด > สมรส	●		
H2 p42	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับ ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยานไม่แตกต่างกัน				●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี			●		
H2 p43	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์ไม่แตกต่างกัน		●								
H2 p44	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคาที่พักริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ไม่แตกต่างกัน		●				●		●		

ตารางที่ 226 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย (จากตารางที่ 149 ถึงตารางที่ 169)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁
H2 p51	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางจากสถานที่ต่างๆ มายังอุทยาน ไม่แตกต่างกัน		●	ต่ำกว่า 20 ปี > 21-30 ปี	●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี			●	25,001-35,000 < 5,000, 5,000-15,000, 15,001-25,000 และ 35,001-45,000	
H2 p52	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน ไม่แตกต่างกัน				●	ป.ตรี < ต่ำกว่า ป.ตรี และ สูงกว่า ป.ตรี			●	25,001-35,000 < 5,000 และ 35,001-45,000	
H2 p53	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม ไม่แตกต่างกัน		●					●	●	ต่ำกว่า 5,000 > 5,000-15,000 และ 15,001-25,000	
H2 p54	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของระยะเวลาในการเปิดบริการ ไม่แตกต่างกัน		●								

ตารางที่ 227 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่วัฒนคุณส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (จากตารางที่ 171 ถึง ตารางที่ 202)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁
H2 p61	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว ที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย ไม่แตกต่างกัน		●	ต่ำกว่า 20 ปี > 41-50 ปี			●	โสด > สมรส	●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท	
H2 p62	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ไม่แตกต่างกัน						●	โสด > สมรส	●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท	
H2 p63	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว จากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน		●				●	โสด > สมรส	●		

ตารางที่ 227 (ต่อ)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁
H2 p64	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดจากการจัดงานส่งเสริม การท่องเที่ยว และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ไม่แตกต่างกัน		●	ต่ำกว่า 20 ปี > 31-40 ปี			●	โสด > สมรส	●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท	
H2 p65	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมด ไม่แตกต่างกัน		●	ต่ำกว่า 20 ปี > 31-40 ปี			●	โสด > สมรส	●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท	

ตารางที่ 228 แสดงผลการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร (จาก ตารางที่ 204 ถึง ตารางที่ 220)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่างรายคู่	ยอมรับ H ₁
H2 p71	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ไม่แตกต่างกัน	●	●	ต่ำกว่า 20 ปี > 21-30 ปี	●	ต่ำกว่า ป.ตรี > ป.ตรี			●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท	●
H2 p72	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ไม่แตกต่างกัน								●	ต่ำกว่า 5,000 บาท > 5,000-15,000 บาท	
H2 p73	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันให้ความสำคัญกับความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ไม่แตกต่างกัน								●		

ตารางที่ 228 (ต่อ)

สมมุติฐาน	รายละเอียดสมมุติฐาน (H ₀)	เพศ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เคยมาหรือไม่
		ยอมรับ H ₁	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁	ความแตกต่าง รายคู่	ยอมรับ H ₁
H2 p74	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลรายละเอียดและประวัติของโบราณสถานตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ไม่แตกต่างกัน								●		
H2 p75	ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับความมีมนุษยสัมพันธ์ของ แม่ค้า พ่อค้าชาวบ้าน คนท้องถิ่น ในบริเวณรอบอุทยาน ไม่แตกต่างกัน								●		

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างในส่วนของคำถามปลายเปิด

ในส่วนของ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับความคิดเห็น หรือ ข้อเสนอแนะ ของกลุ่มตัวอย่าง จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน มีผู้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม 17 ราย สรุปได้ดังนี้

คำแนะนำที่เกี่ยวกับการปรับปรุงสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ได้แก่

1. ต้องการป้ายบอกทางที่ชัดเจนกว่าในปัจจุบัน
2. ต้องการให้มีเก้าอี้หนึ่ง หรือที่สำหรับนั่งพักผ่อนเพิ่มเติม
3. ควรมีห้องสุขาเพิ่มเติม หรือรถสุขาเคลื่อนที่
4. ควรมีเอกสารแจกตามหน้าวัด หรือโบราณสถานต่างๆ
5. จุดจำหน่ายตั๋วไม่ควรย้ายจากที่เดิม เพราะไกลไป
6. อยากให้มีร้านอาหารภายในอุทยาน เพื่อสะดวกในการรับประทานอาหาร

คำแนะนำที่เกี่ยวกับบุคลากร และการจัดระบบต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ได้แก่

1. ควรมีเจ้าหน้าที่ไว้ดูแลนักท่องเที่ยวให้มากกว่านี้
2. อยากให้มีการแจ้งให้ทราบเรื่องการมีบรรยายก่อนที่จะเข้าชมอุทยาน เพราะจะทำให้เห็นภาพได้ดียิ่งขึ้น และเข้าใจสถานที่ต่างๆมากขึ้น
3. ไม่ควรให้แม่ค้ามาขายของ เช่น ของที่ระลึกตามวัด เพราะนักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวชมวัดก่อน และจะสร้างความรำคาญให้แก่นักท่องเที่ยว
4. รถยนต์ที่เข้ามาภายในอุทยาน ควรมีการจำกัดความเร็ว เพราะอาจทำให้นักท่องเที่ยวได้รับอันตรายได้

คำแนะนำเกี่ยวกับราคาสินค้า ได้แก่ ราคาของที่ระลึกราคาแพงเกินไป

และคำแนะนำที่เป็นองค์ประกอบที่อยู่ภายนอกของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ได้แก่ ป้ายบอกทางระหว่างทางที่เดินทางมาอุทยาน ขาดตอนเกินไป (ต้องการป้ายบอกทางที่เด่นชัดและต่อเนื่องตามทางแยก)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศึกษาคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและคาดหวังที่จะได้รับ และผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

1.1 ด้านลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายแต่มีสัดส่วนใกล้เคียงกับเพศหญิง โดยคิดเป็นร้อยละ 53.8 และ 46.2 ตามลำดับ ส่วนมากมีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.25 เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47 ในด้านสถานภาพพบว่าส่วนใหญ่เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 66 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนี้ส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 63 และถ้านับเฉพาะผู้ที่พักในจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดที่มีพื้นที่ติดกับจังหวัดสุโขทัย พบว่ามีจำนวนคิดเป็นร้อยละ 34 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 68 เคยเดินทางมาก่อนหน้า

นี้แล้ว หรือเป็นการเดินทางซ้ำ ส่วนมากเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 43.2 สำหรับนักท่องเที่ยวที่อยู่นอกจังหวัดสุโขทัยส่วนมากจะเดินทางมายังจังหวัดสุโขทัยโดยใช้รถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาเดินทางโดยรถรับจ้างเหมา คิดเป็นร้อยละ 32.8 และพาหนะที่ใช้เดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 49.9 ส่วนด้านการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากสมาชิกในครอบครัว ญาติ หรือ กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 64.50

1.2 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเมื่อแยกตามประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.35 มีอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.60 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.16 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 63.24 ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 43.38 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 15,000 บาท มีสถานที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 68.38 ด้านการรับข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว ส่วนใหญ่รับข่าวสารจาก สมาชิกในครอบครัว ญาติ และกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.22 ลักษณะการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว ส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 40.44 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมายังจังหวัดสุโขทัย ด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 55.79 และเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 57.35

ส่วนที่ 2 ด้านคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ

ด้านคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อความเก่าแก่ของตัวโบราณสถานมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

เพศ พบว่า เพศหญิงกับเพศชาย ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกัน 5 ด้าน คือ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน การมีพระพุทธรูปที่เก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ การมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย การมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียงและสภาพแวดล้อมภายในอุทยาน มีความสงบ ร่มรื่น โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชายในทุกข้อดังกล่าว

อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกลุ่มอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน การมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะสมัยสุโขทัย การมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย สภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ มีความสงบ ร่มรื่น การมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณที่ไม่ไกลกันมาก การมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี ให้ความสำคัญกับการมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 31 - 40 ปี กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี จะให้ความสำคัญกับการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 - 30 ปี และกลุ่มอายุ 31 - 40 ปี

ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับ ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน การมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะสมัยสุโขทัยและการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง ความเก่าแก่ของโบราณสถาน การมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะและการมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง มากกว่าระดับปริญญาตรี

สถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับการสามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส

รายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับ การสามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการสามารถแวะท่องเที่ยวได้ง่าย ระหว่างการเดินทางระหว่างภาค มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 - 15,000 บาท ต่อเดือน

ประสบการณ์ในการเดินทาง พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถาน แตกต่างกัน โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทาง

มายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจะให้ความสำคัญกับความเก่าแก่ของโบราณสถานมากกว่าผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและคาดหวังที่จะได้รับ เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย แยกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและคาดหวังที่จะได้รับ เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย แยกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์และความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย เมื่อแบ่งตามช่วงอายุพบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์มากกว่าระดับปริญญาตรี

4.2 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อแยกตามกลุ่มอายุ พบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับ ความสะอาด ถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณอุทยาน มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี และ 31-40 ปี และพบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับ การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 41 – 50 ปี

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับ ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึกภายในอุทยานประวัติศาสตร์ มากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในขณะที่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับ ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำที่ให้บริการภายในอุทยานมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี นอกจากนั้นพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับ การมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มากกว่า กลุ่มระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ

กับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยาน และจำนวนที่พักรอบ ๆ มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือนและ 15,001 – 25,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่อเดือน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการมีห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่อเดือน และให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ อุทยานมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน

4.3 ปัจจัยด้านการจัดการ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่าง ๆ และ การมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน

นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจะให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่าง ๆ มากกว่าผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว

4.4 ปัจจัยด้านราคา พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญกับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญกับ ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส

4.5 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยานมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 21 – 30 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน และ ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยานมากกว่าระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน และ 15,001 – 25,000 บาท ต่อเดือนให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยาน มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่อเดือน และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน และ 35,001 – 45,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่อเดือน นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน และ 15,001 – 25,000 บาท ต่อเดือน

4.6 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พบว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว ที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย โดยบริษัทนำเที่ยวและในเวปไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 41 – 50 ปี และกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดแก่ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (เช่น ส่วนลดที่พักและร้านอาหาร) และการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 31 – 40 ปี

กลุ่มที่มีสถานภาพโสดจะให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว ที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย โดยบริษัทนำเที่ยวและในเวปไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยและอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสารท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว การให้ส่วนลดแก่ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (เช่น ส่วนลดที่พักและร้านอาหาร) จากการจัดงานส่งเสริม การ

ท่องเที่ยว และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมดมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการขายแพคเกจท่องเที่ยว ที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย โดยบริษัทนำเที่ยวและในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยและอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสารท่องเที่ยว การให้ส่วนลดแก่ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (เช่น ส่วนลดที่พักและร้านอาหาร) จากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและมีการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมด มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน

4.7 ด้านบุคลิกภาพ พบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน

นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจะให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์มากกว่าผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยพิจารณาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ดังที่ได้สรุปไว้ในตารางที่ 232 พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญกับ

คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

แยกตามเพศ พบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันในด้าน ความเก่าแก่ของโบราณสถาน การมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะสมัยสุโขทัย การมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย สภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ มีความสงบ ร่มรื่น และ การมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณที่ไม่ไกลกันมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามอายุ พบว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันในด้าน การมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะสมัยสุโขทัย และ การมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันในด้าน ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน การมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะสมัยสุโขทัย และ การมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันในด้าน การเป็นจุดแวะท่องเที่ยวได้ง่ายเนื่องจากเป็นจุดผ่านทางในการเดินทางข้ามระหว่างภาค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันในด้าน การมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พบว่า ประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันในด้าน ความเก่าแก่ของโบราณสถาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 การทดสอบสมมติฐานโดยพิจารณาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยแยกตามปัจจัยด้านต่าง ๆ

5.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 233) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วน สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

แยกตามเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันในด้าน ความสวยงามของสถานที่ต่าง ๆ ภายในอุทยาน การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยาน และ ความสะอาดภายในอุทยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันในด้าน ความสวยงามของสถานที่ต่าง ๆ ภายในอุทยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันในด้าน ความสวยงามของสถานที่ต่าง ๆ ภายในอุทยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.2 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 234) พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วน ประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

แยกตามเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันในด้าน โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันในด้าน ความสะอาด ถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่มใน

บริเวณอุทยาน และ การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันในด้าน ความหลากหลายของสินค้าในร้านขาย ของที่ระลึก ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำที่ให้บริการภายในอุทยาน จำนวนจุด บริการห้องน้ำที่เพียงพอ และ ความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ บริเวณอุทยาน และบริเวณ ไกลเคียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันในด้าน การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอ จำนวนที่พัก รอบ ๆ อุทยาน และบริเวณใกล้เคียงที่มีจำนวนเพียงพอ และ ความปลอดภัยของ ที่พักรอบ ๆ บริเวณอุทยาน และบริเวณใกล้เคียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันในด้าน ความหลากหลายของ สินค้าในร้านขายของที่ระลึก ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำที่ให้บริการภายใน อุทยาน จำนวนจุดบริการห้องน้ำที่เพียงพอ การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอ และ ความ ปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ บริเวณอุทยาน และบริเวณใกล้เคียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

5.2.3 ปัจจัยด้านการจัดการ (ตารางที่ 235) พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เฉลี่ยต่อเดือนและประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วน เพศและสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน

แยกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดการ แตกต่างกันในด้าน ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดการแตกต่างกันในด้าน ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดการแตกต่างกันในด้าน ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ และ การมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม น่าเชื่อถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พบว่า ประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดการแตกต่างกันในด้าน ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.4 ปัจจัยด้านราคา (ตารางที่ 236) พบว่า ระดับการศึกษาและสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วน เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

แยกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาแตกต่างกันในด้าน ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ และ ค่าเช่าจักรยาน ค่ายรถรางและค่านำรถเข้าภายในอุทยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา แตกต่างกันในด้าน ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.5 ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย (ตารางที่ 237) พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วน เพศ สถานภาพสมรสและประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

แยกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายแตกต่างกันในด้าน ความสะดวกสบายในการเดินทางจากสถานที่ต่างๆ มายังอุทยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายแตกต่างกันในด้าน ความสะดวกสบายในการเดินทางจากสถานที่ต่างๆ มายังอุทยาน และ ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายแตกต่างกันในด้าน ความสะดวกสบายในการเดินทางจากสถานที่ต่างๆ มายังอุทยาน ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน และการตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.6 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 238) พบว่า อายุ สถานภาพสมรสและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนเพศ ระดับการศึกษาและประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

แยกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันในด้าน การขายแพคเกจท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย การให้ส่วนลด จากการจัดงานส่งเสริม การท่องเที่ยว และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และ การขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันในด้าน การขายแพคเกจท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ การได้รับข้อมูล การท่องเที่ยว จากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว การให้ส่วนลด จากการจัดงานส่งเสริม

การท่องเที่ยว และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันในด้าน การขายแพคเกจท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ การให้ส่วนลด จากการจัดงานส่งเสริม การท่องเที่ยว และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.7 ปัจจัยด้านบุคลากร (ตารางที่ 239) พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

แยกตามเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร แตกต่างกันในด้าน ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร แตกต่างกันในด้าน ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร แตกต่างกันในด้าน ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร แตกต่างกันในด้าน ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ และ ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แยกตามประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พบว่า ประสบการณ์ที่เคยไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร

แตกต่างกันในด้าน ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีประเด็นที่น่าสนใจที่จะนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ด้านลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย นักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน ช่วงอายุจะอยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยเริ่มทำงาน มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวนใกล้เคียงกับระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และมีสถานภาพโสด เมื่อพิจารณา นักท่องเที่ยวแยกตามสถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ รองลงมาได้แก่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเมื่อแยกตามประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 5,000 – 15,000 บาท แต่เห็นได้ว่าเมื่อมีรายได้สูงขึ้นการมาเที่ยวซ้ำจะมีสัดส่วนลดลง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีสถานที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ ด้านการรับข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว ส่วนใหญ่รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จาก สมาชิกในครอบครัว ญาติ และกลุ่มเพื่อน ลักษณะการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว ส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน และเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยด้วยรถส่วนตัว

2. ด้านคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ คุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดสามอันดับแรก และอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันมาก ได้แก่ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน การมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ และการมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาคูณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ การมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภทอื่นๆอยู่ในบริเวณใกล้เคียง และ ความสะดวกสบายในการเดินทาง

แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญที่มีผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจะเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตัวโบราณสถานโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับ มธุรรณ พลวัน (2546) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ คุณลักษณะด้าน สภาพแวดล้อมทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามและความน่าสนใจอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตลาดน้ำ มากที่สุด และสอดคล้องกับ สุวรรณา ชูระพันธ์ (2551) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานมรดกโลก พบว่า คุณลักษณะสำคัญของอุทยานมรดกโลกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญมากได้แก่ การเข้าถึงสถานที่ ซากปรักหักพัง มรดกทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และสภาพบรรยากาศที่น่าสนใจของสถานที่

3. ด้านการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันด้าน ความเก่าแก่ของโบราณสถาน การมีพระพุทธรูปที่เก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะ การมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย การมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณใกล้เคียงและสภาพแวดล้อมภายในอุทยานมีความสงบ ร่มรื่น ซึ่งสอดคล้องกับ ปาวิฉัตร คอนขำ (2552) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มี เพศ ต่างกัน มีความเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันในด้าน การมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะสมัยสุโขทัย และ การมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆอยู่บริเวณใกล้เคียง

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน กับการมีพระพุทธรูปที่

มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะสมัยสุโขทัย และ การมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ให้ความสำคัญกับการเป็นจุดแวะท่องเที่ยวได้ง่ายเนื่องจากเป็นจุดผ่านทางในการเดินทางข้ามระหว่างภาค แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกันในด้าน การมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง

นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความเก่าแก่ของโบราณสถาน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ปาริฉัตร คอนขำ (2552) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มี ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน มีความเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน

4. ด้านการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์ และ การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถาน และสิ่งแวดล้อม มากที่สุดในระดับที่เท่ากัน

นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยาน การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยาน และ ความสะอาดภายในอุทยาน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ประภาศิต ทองเชื้อเพชร (2544) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา พบว่า ระดับความสำคัญของสินค้าการท่องเที่ยวสัมพันธ์กับเพศ

นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยาน แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสวยงามของสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน

4.2 ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการที่ตัวโบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นถึงสิ่งก่อสร้างในอดีตซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญกับการที่โบราณสถานแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสะอาด ถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณอุทยาน และ การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำที่ให้บริการภายในอุทยาน จำนวนจุดบริการห้องน้ำที่เพียงพอ และ ความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ บริเวณอุทยาน และบริเวณใกล้เคียง แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอ จำนวนที่พักรอบ ๆ อุทยาน และบริเวณใกล้เคียงที่มีจำนวนเพียงพอ และ ความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ บริเวณอุทยาน และบริเวณใกล้เคียง แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึก ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำที่ให้บริการภายในอุทยาน จำนวนจุดบริการห้องน้ำที่เพียงพอ การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอ และ ความปลอดภัยของที่พักรอบ ๆ บริเวณอุทยาน และบริเวณใกล้เคียง แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ วีระศักดิ์ คณะบูรณ์ (2547) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสัชกาลย์ จังหวัดสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันของรายได้ มีความต้องการต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน

4.3 ด้านการจัดการ โดยรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ความสะอาดในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ และ การมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ใกล้เคียงกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสะอาดในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ และ การมีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม น่าเชื่อถือ แตกต่างกัน

4.4 ด้านราคา โดยรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก และใกล้เคียงกันทุกหัวข้อ

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ และ ค่าเช่าจักรยาน ค่ารถรางและค่านารถเข้าภายในอุทยาน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ประกาศิต ทองเจือเพชร (2544) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา พบว่า ประเภทของระดับราคามีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน

4.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการเปิดบริการของตัวอุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงกว่าปัจจัยอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด

นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกสบายในการเดินทางจากสถานที่ต่างๆ มายังอุทยาน แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกสบายในการเดินทางจากสถานที่ต่างๆ มายังอุทยาน ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกสบายในการเดินทางจากสถานที่ต่างๆ มายังอุทยาน ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม แตกต่างกัน

4.6 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ อยู่ในระดับ มาก ใกล้เคียงกันในทุกหัวข้อ โดยให้ความสำคัญกับ การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว จากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว สูงที่สุด

นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับ การขายแพคเกจท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย การให้ส่วนลด จากการจัดงานส่งเสริม การท่องเที่ยว และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมด แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ประภาศิต ทองเจือเพชร (2544) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา พบว่า ประเภทของการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับอายุของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ การขายแพคเกจท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว จากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว การให้ส่วนลด จากการจัดงานส่งเสริม การท่องเที่ยวและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมด แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันให้ความสำคัญกับ การขายแพคเกจท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ การให้ส่วนลด จากการจัดงานส่งเสริม การท่องเที่ยว และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมด แตกต่างกัน

4.7 ด้านบุคลากร โดยรวม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่สูงที่สุด อยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ และ ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัยแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบถึง ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่นักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยให้ความสำคัญ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและคาดหวังที่จะได้รับสามารถนำผลที่ได้มาเป็นข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากผลการศึกษาที่ได้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย อยู่ในวัยเรียนหรือช่วงเริ่มทำงาน และมีรายได้น้อย ดังนั้นควรส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้เวลาในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเป็นเวลานานมากขึ้น โดยอาจมีการส่งเสริมกิจกรรมต่างๆที่เหมาะสมกับวัยรุ่น เช่น การเดินทางไกล การขี่จักรยานเที่ยวชมโบราณสถานรอบนอก หรือการท่องเที่ยวชมธรรมชาติภายในอุทยานควบคู่ไปกับการเที่ยวชมโบราณสถาน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เสียค่าใช้จ่ายน้อย และเหมาะสมกับกลุ่มวัยรุ่น

2. เนื่องจากนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญกับคุณลักษณะและปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับความสมบูรณ์ สวยงาม และเป็นศิลปะเฉพาะของตัวโบราณสถาน รวมทั้งความสวยงามของสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมากที่สุด ซึ่งในปัจจุบันการดูแลตัวโบราณสถาน ทางอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ได้มีการดูแลรักษาอยู่ในระดับที่ดีมากอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญควบคู่กันคือ การรักษาสภาพแวดล้อมภายในอุทยานให้มีความสวยงามกลมกลืนกับตัวโบราณสถาน แต่เนื่องจาก อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมีพื้นที่กว้างมาก ดังนั้นจึงควรมีการวางแผนในด้านการดูแลสภาพแวดล้อม ที่สามารถดูแลพื้นที่ทั้งหมดของอุทยานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. เนื่องจากพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ครอบคลุมไปถึงพื้นที่ที่เป็นชุมชนที่มีประชาชนอยู่อาศัยด้วย หน่วยงานภาครัฐต่างๆที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการทำความเข้าใจ และให้ความรู้กับประชาชนในพื้นที่ ในการรักษาสภาพแวดล้อมต่างๆ การควบคุมการก่อสร้าง ต่อเติมบ้านเรือนที่ไม่เข้ากับตัวโบราณสถาน การพัฒนาสิ่งก่อสร้างภายในชุมชน เพื่อให้มีความกลมกลืนกับโบราณสถาน และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยรวม

4. จากผลการศึกษาที่ได้ คุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากคือ การมีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะสุโขทัย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุ ดังนั้น ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวไหว้พระหรือทำกิจกรรมทางศาสนา ตามสถานที่สำคัญต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ซึ่งสามารถเป็นการสร้างจุดขายใหม่ เจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบทำกิจกรรมทางศาสนาอีกด้วย

5. เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อย และให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก ดังนั้นควรมีการเพิ่มสินค้าที่ระลึกที่มีความหลากหลาย แต่มีราคาไม่สูง เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้

6. ควรมีการจำหน่ายบัตรเข้าชมแบบเหมารวมโบราณสถานทั้งหมดของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ถึงแม้ว่าในปัจจุบัน ราคาบัตรเข้าชมอุทยานจะมีราคาค่อนข้างต่ำอยู่แล้ว แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นกลุ่มวัยรุ่น มีรายได้น้อย และผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการขายบัตรแบบเหมารวม และเนื่องจากโดยปกติแล้ว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะเขตอุทยานรอบในเท่านั้น ดังนั้นการมีบัตรเข้าชมแบบเหมารวมในราคาถูก จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเที่ยวชมโบราณสถานต่างๆในบริเวณรอบนอกของอุทยานได้ง่ายขึ้น และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย

7. ควรวางแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยเน้นที่ความเก่าแก่และศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวโบราณสถานและโบราณวัตถุภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ควบคู่ไปกับการแสดงให้เห็นถึงความสงบ ร่มรื่น ของสภาพแวดล้อมภายในอุทยาน เนื่องจากผลการศึกษาที่ได้พบว่า นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มให้ความสำคัญกับคุณลักษณะและปัจจัยด้านการตลาดของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยในด้านที่เกี่ยวข้องกับตัวโบราณสถานและสภาพแวดล้อมโดยรอบในระดับที่สูงมาก ดังนั้นถ้ามีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ จะเป็นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม และมีโอกาสดึงนักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งจังหวัดสุโขทัย และจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งมีความหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เนื่องจากจังหวัดสุโขทัย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อีกหลายแห่ง เมื่อได้ทำการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอย่างดีแล้ว จะสามารถนำข้อมูลที่ได้มารวบรวม เพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดใกล้เคียงได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่สำหรับจังหวัดสุโขทัย เช่น การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เช่นการขับจักรยานทางไกล การเดินทางไกล หรือการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติ เช่นการดูนก เนื่องจากจะเป็นการเปิดตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่แก่จังหวัดสุโขทัย

3. ควรมีการศึกษาการท่องเที่ยวโดยรวมของอุทยานประวัติศาสตร์ทั้งหมดที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกร่วมกัน ได้แก่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

4. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังจากที่ได้ทำการท่องเที่ยวเสร็จแล้ว เพื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและคาดหวัง ในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. 10 กุมภาพันธ์ 2554. สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี

2548 – 2553 [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.tourism.go.th/2010/th/news/view.php?ItemID=2220>

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. ม.ป.ท.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2551. ถึงเวลาผลักดันกรุงเทพฯ เป็นมรดกโลก [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก: <http://www.oknation.net/blog/kriengsak/2008/04/10/entry-1>

ขจรจบ กุสุมาวลี. 2542. “การจัดการ “พื้นที่ประวัติศาสตร์” จากกรณีศึกษาบริเวณวิหารพระ

มงคลบพิตร จ.พระนครศรีอยุธยา.” วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

มหาบัณฑิต (มานุษยวิทยา) คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2550. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 6.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชนัญ วงษ์วิภาค และคนอื่นๆ. 2547. การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการ

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชมพูนุกุ น้าภา. 16 ธันวาคม 2553. “กรมศิลป์ vs ชาวบ้าน คู่ขัดแย้งตลอดกาล??”

มติชน: 20.

ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์. 2545. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และแนวโน้มพฤติกรรม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” วิทยานิพนธ์นิเทศ

ศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะ

นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดารุณี สมศรี. 2549. “การสร้างภาพลักษณ์ความงามของเชียงใหม่ พ.ศ.2464 – 2500.”

วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ ภาควิชาประวัติศาสตร์

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทศพล ชื่นอุปการนันท์. 2549. “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเก่า
ลพบุรีอย่างยั่งยืน.” วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
วางแผนเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

ธราพงษ์ ศรีสุชาติ. 2548. “การบริหารและจัดการอุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติในฐานะมรดก
โลก.” วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ 7, 1: 17-23.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2549. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 5.
กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี. อินเทอร์เน็ต พรินท์ จำกัด.

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. 2552. การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นงเยาว์ จิตตะปุตตะ. 2549. “กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดกับสถานการณ์การท่องเที่ยว
ไทย.” วารสารสุขโขทัยธรรมมาธิราช 19, 2: 47-57

นวพร เรืองสกุล. 1 เมษายน 2552. “เหรียญสองด้านของการท่องเที่ยว.” มติชน: 6.

บุษกร แก้วมีจิ้น. 2546. “ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะของ
คนกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. ม.ป.ท.: บริษัท เพรส
แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2551. ระเบียบวิธีวิจัยทางการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. ม.ป.ท.:
บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

ปฐมพงษ์ ก้อสตาร์. 2548. “ความต้องการ ความพึงพอใจและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

ประกาศิต ทองเจือเพชร. 2544. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย
ของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

“ปิ่นจักรยานชทิลปะ ‘เมืองสุโขทัย’ อิมใจวิถีเกษตรอินทรีย์.” 24 พฤษภาคม 2553.

มติชน: 21.

เปรมวดี ณ นครพนม. 2545. “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง: กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษาคณะศิลปศาสตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พชรวาลี พิเสฏฐศลาศัย. 2553. “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้อย จังหวัดสมุทรสงคราม.” วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ฉบับที่ 2: 1-15.

เพ็ญศรี เจริญวานิช และคนอื่นๆ. 2546. “การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี.” วารสารวิจัย มข. 8, 1: 101-110.

มธุรรณ พลวัน. 2546. “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำท่าคา ตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาชนบทศึกษาและการพัฒนาสำนักบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มีงสรรพ์ ขาวสะอาด. 7 มกราคม 2552. “ภาพลักษณ์ท่องเที่ยวไทยจะฟื้นฟูได้อย่างไร.”

มติชน: 7.

ยานุมาศ สร้อยเสื่อ. 2551. “ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวา.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัตนา จันทโย. 2546. “การศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติแม่วังก์ และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (อุทยานและนันทนาการ) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ฤทัยวัลค์ มโนสา. 2544. “แนวความคิดในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ จังหวัดกาญจนบุรี.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณภา วงษ์วานิช. 2546. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. ม.ป.ท.: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันทนา สุรชีวิน. 2541. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลรัตน์ ยั่งรอด และชัชชัย องค์กรุฒิเวทย์, ผู้เรียบเรียง. 2551. **สุโขทัย ศรีสัชชาลัย**.
ท่องเที่ยว - เรียนรู้. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มิวเซียมเพรส.
- วิไลรัตน์ ยั่งรอด และชัชชัย องค์กรุฒิเวทย์, ผู้เรียบเรียง. 2550. **อยุธยา**. พิมพ์ครั้งที่ 4.
ท่องเที่ยว - เรียนรู้. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มิวเซียมเพรส.
- วีณา ผู้มีศีล. 2546. “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2549. **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอช.เอ็น. กรุ๊ป จำกัด
- วีระศักดิ์ คณะบูรณ์. 2547. “ความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกอุทยานแห่งชาติศรีสัชชาลัย จังหวัดสุโขทัย.”
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทรัพยากรป่าไม้) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรวุฒิ สุทธิพิทักษ์. 2547. “ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในปี 2546.”
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริพร นันตา และดาร์รัตน์ แก้วขันตี, แปลและเรียบเรียง. 2546. **อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน

นโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

ศิริศักดิ์ คุ่มรักษา, อนุรักษ์ วัฒนาวงศ์สว่าง และอัมพวัน สองสมุทร. ม.ป.ป. **สุโขทัย**. “นายรอบรู้” นักเดินทาง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สารคดี ในนามในนามบริษัทวิริยะธุรกิจจำกัด

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 27 ตุลาคม 2010. **สถานการณ์น้ำท่วม : กระทบตลาดไทยเที่ยวไทย คาดสูญรายได้ 2 - 4 พันล้านบาท** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:

<http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=25966>

ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย. คณะสังคมสงเคราะห์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2549. **แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท แสงสว่างเวิลด์เพรส จำกัด.

สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์. 2548. “โอกาสและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวสุขภาพในประเทศไทย: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรปและอเมริกา.” **วารสารบริหารธุรกิจ** 28, 105: 1-38.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2547. **การตลาดบริการ**. ม.ป.ท.: เลิฟ แอนด์ ลิฟ

สำนักงานจังหวัดสุโขทัย. กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร. ม.ป.ป. **อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.sukhothai.go.th>

สิรินาท นุชชัยเหล็ก. 2541. “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สุทธาสินี จิตรกรรมไทย. 17 พฤศจิกายน 2552. “ชมโบราณสถาน – ดูการแสดง ที่ ‘โรงละครกลางแจ้ง’ จ.สุโขทัย.” **มติชน**: 20.

อนันต์ สุรพัฒน์. 2541. “การเปรียบเทียบเชิงพื้นที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดกโลกทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ภูมิศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อภิวันท์ อุดลยพิเชษฐ. 2550. **3 เมืองมรดกโลก**. พิมพ์ครั้งที่ 3. นำเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: ด่านสุทธาการพิมพ์.

อารีวรรณ เสริมวิลาสกุล. 2547. “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย
อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อินทรชัย พาณิชกุล. 5 พฤศจิกายน 2553. “หยุด...ทำร้ายเชียงใหม่.” โพสต์ทูเดย์: C3.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Copyright@by UTCC
All rights reserved

ภาษาอังกฤษ

Crick, Anne P. 2003. "International marketing of attitude in Caribbean tourism."

International Journal of Contemporary Hospitality Management 15, 3: 161-166.

De Carlo, Manuela., and others. 2009. "Moving Milan towards Expo 2015: designing culture into a city brand." **Journal of Place Management and Development** 2, 1: 8-21.

Fyall, Alan, Garrod, Brian, and Leak, Anna. 2003. **Managing Visitor Attractions: New Direction**. Oxford: Butterworth – Heinemann.

Ibrahim, Essam E., and Gill, Jacqueline. 2005. "A positioning strategy for a tourist destination, based on analysis of customers' perceptions and satisfactions." **Marketing Intelligence & Planning** 23, 2: 172-188.

Jamrozny, Ute. 2007. "Marketing of tourism: a paradigm shift toward sustainability." **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research** 1, 2: 117-128.

Kotler, P., Bowen, John T., and Makens, James C. 2006. **Marketing for Hospitality and Tourism**. 4th ed. New Jersey: Pearson Education.

Lovelock, Christopher, and Wirtz, Jochen. 2004. **Services Marketing: People, Technology, Strategy**. 5th ed. New Jersey: Pearson Education.

Mathieson, A., & Wall, G. 1996. **Tourism: economic, physical, and social impacts**. Essex, UK: Longman.

McKercher, Bob, and du Cros, Hilary. 2002. **Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management**. NY: The Haworth Hospitality Press.

Nguyen Cong Tien. 2008. "Destination attributes that attract international tourists to visit Da Nang City, Viet Nam." Master's Thesis, Department of International Business, Graduate School, University of the Thai Chamber of Commerce

Page, Stephen J. 1999. **Transport and Tourism**. England: Addison Wesley Longman Limited.

- Pawitra, Theresia A., and Tan, Kay C. 2003. "Tourist satisfaction in Singapore – a perspective from Indonesian tourists." **Managing Service Quality** 13, 5: 399-411.
- Reisinger, Yvette, and Turner, Lindsay. 1999. "A cultural analysis of Japanese tourists: challenges for tourism marketers." **European Journal of Marketing** 33, 11/12: 1203-1224.
- Ritchie, J. R. Brent, and Crouch, Geoffrey Ian. 2003. **The competitive destination: a sustainable tourism perspective**. Oxon: CABI Publishing.
- Sigala, Marianna, and Leslie, David. 2005. **International Cultural tourism: management, implications and cases**. Oxford: Elsevier Butterworth – Heinemann.
- Stokes, Robyn. 2006. "Network-based strategy making for events tourism." **European Journal of Marketing** 40, 5/6: 682-692.
- Swarbrooke, John. 2002. **The Development and Management of Visitor Attractions**. 2nd ed. Oxford: Elsevier Butterworth – Heinemann.
- Thuraphan, Suwanna. 2008. "Tourist' behavior and satisfaction to historic city of Ayutthaya, The world heritage destination (Thailand)." Master's Thesis, Department of International Business, Graduate School, University of the Thai Chamber of Commerce.

ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Copyright@by UTCC
All rights reserved

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านคิดว่าคุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่านในระดับใด

ระดับคะแนน	5	หมายความว่าถึง	มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว <u>มากที่สุด</u>
	4	หมายความว่าถึง	มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว <u>มาก</u>
	3	หมายความว่าถึง	มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว <u>ปานกลาง</u>
	2	หมายความว่าถึง	มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว <u>น้อย</u>
	1	หมายความว่าถึง	มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว <u>น้อยที่สุด</u>

คุณลักษณะสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว				
	5	4	3	2	1
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์					
2. ความเก่าแก่ของโบราณสถานที่ถือว่าเป็นราชธานีแห่งแรกของไทย					
3. มีพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่และเป็นศิลปะเฉพาะสมัยสุโขทัย ภายในอุทยานประวัติศาสตร์					
4. ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย เช่น เจดีย์ทรงดอกบัวตูม (พุ่มข้าวบิณฑ์)					
5. มีประเพณีหรือเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ประเพณีสงกรานต์และลอยกระทง					
6. สภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ มีความสงบ ร่มรื่น เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อน					
7. มีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนร่วมกันในบริเวณที่ไม่ไกลกันมาก ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยและอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร					
8. มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่บริเวณใกล้เคียง เช่น อุทยานแห่งชาติรามคำแหง (เขาหลวง)					
9. สามารถเดินทางต่อเนื่องไปท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียง เช่น พิษณุโลก ตาก ได้สะดวก					
10. เป็นจุดแวะท่องเที่ยวได้ง่าย เนื่องจากเป็นจุดผ่านทางในการเดินทางข้ามระหว่างภาค (เช่น แวะท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง กรุงเทพฯ – เชียงใหม่)					
11. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ท่านให้ความสำคัญ(คาดหวัง) กับปัจจัยด้าน
ต่างๆ เหล่านี้ในระดับใด

ระดับคะแนน	5	หมายความถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
	4	หมายความถึง	มีความสำคัญมาก
	3	หมายความถึง	มีความสำคัญปานกลาง
	2	หมายความถึง	มีความสำคัญน้อย
	1	หมายความถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1. ความสวยงามของสถานที่ต่างๆภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย					
2. การจัดสภาพแวดล้อมภายในอุทยานประวัติศาสตร์					
3. ความสะอาดภายในอุทยานประวัติศาสตร์					
4. การรักษาความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและสิ่งแวดลอมภายในอุทยาน					
5. โบราณสถานภายในอุทยานจะแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่					
6. การมีภาพหรือแบบจำลองแสดงให้เห็นสิ่งก่อสร้างในอดีต เมื่อครั้งที่ยังมีความสมบูรณ์					
7. ความชัดเจนและน่าสนใจของเอกสารข้อมูลประกอบการเที่ยวชมที่ได้รับจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
8. ความชัดเจนของเครื่องหมายอธิบายรายละเอียดในจุดต่างๆ เช่น ป้ายแสดงสถานที่ ป้ายบอกทาง ภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย					
9. ความชัดเจนและถูกต้องของแผนที่แสดงตำแหน่งโบราณสถานต่างๆภายในอุทยาน					
10. ความสะอาด ถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่มในบริเวณอุทยาน					
11. ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายของที่ระลึกภายในอุทยานประวัติศาสตร์					
12. ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของห้องน้ำที่ให้บริการภายในอุทยาน					
13. การมีจุดให้บริการห้องน้ำภายในอุทยานประวัติศาสตร์ที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
14. การจัดวางที่รองรับขยะอย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
15. จำนวนที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ รอบๆบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงมีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว					
16. ความปลอดภัยของที่พักรอบๆบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง					

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
17. ความสะดวกในการซื้อบัตรเข้าชมตามจุดจำหน่ายต่างๆ					
18. มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในอุทยานที่รัดกุม น่าเชื่อถือ					
19. ราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ (ค่าเข้าชมแยกตามส่วนที่ตั้ง เช่น อุทยาน ชั้นใน อุทยานชั้นนอกด้านทิศเหนือ คนละ 20 บาท และแบบเหมารวม 70 บาท)					
20. ราคาค่าเดินทางภายในอุทยาน (ค่าเช่าจักรยานและรถราง คนละ 20 บาท ค่านำ รถเข้าภายในอุทยาน ได้แก่ จักรยานยนต์ 20 บาท และ รถยนต์ 50 บาท)					
21. ราคาอาหารหารบริเวณรอบนอกอุทยานประวัติศาสตร์ (การมีร้านอาหารให้ เลือกใช้บริการในหลายระดับราคา และราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพของ อาหาร)					
22. ราคาที่พักบริเวณใกล้เคียงอุทยานประวัติศาสตร์ มีความเหมาะสม					
23. ความสะดวกสบายในการเดินทางจากสถานที่ต่างๆ เช่น โรงแรม ท่ารถ สนามบิน และจากตัวเมือง มายังอุทยานประวัติศาสตร์					
24. ความสะดวกสบายในการเดินทางชมภายในอุทยาน (การวางเส้นทางภายใน อุทยานให้เข้าถึงโบราณสถานแต่ละแห่งได้ง่าย รวมถึงคุณภาพของพื้นผิวถนน ภายในอุทยาน)					
25. การตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีความเหมาะสม					
26. ระยะเวลาในการเปิดบริการที่มีความเหมาะสม (7.00 – 18.00 น.)					
27. การขายแพคเกจท่องเที่ยว ที่มีการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์รวมอยู่ด้วย โดยบริษัทนำเที่ยวและในเวปไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว					
28. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสารท่องเที่ยว					
29. การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว					
30. การให้ส่วนลดแก่ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย และอุทยาน ประวัติศาสตร์สุโขทัย (เช่น ส่วนลดที่พักและร้านอาหาร) จากการจัดงานส่งเสริม การท่องเที่ยว และเวปไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว					
31. มีการขายบัตรแบบเหมารวมท่องเที่ยวภายในอุทยานทั้งหมด					

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
32. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์					
33. ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์					
34. ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์					
35. การมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลรายละเอียดและประวัติของโบราณสถานตามจุดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ					
36. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของ แม่ค้า พ่อค้า ชาวบ้าน คนท้องถิ่น ในบริเวณรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย					

ปัจจัยอื่นๆที่ท่านคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
Copyright © by UTCC
All rights reserved

ส่วนที่ 3 บัณฑิตส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 21 – 30 ปี
 3) 31 – 40 ปี 4) 41 – 50 ปี
 5) 51 – 60 ปี 6) มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
 2) ปริญญาตรี
 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพสมรส

- 1) โสด 2) สมรส
 3) อื่นๆ

5. อาชีพ

- 1) นักเรียนนักศึกษา 2) พนักงานบริษัทเอกชน
 3) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4) ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
 5) อื่นๆ โปรดระบุ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท 2) 5,000 – 15,000 บาท
 3) 15,001 – 25,000 บาท 4) 25,001 – 35,000 บาท
 5) 35,001 – 45,000 บาท 6) 45,000 บาทขึ้นไป

7. สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน จังหวัด

8. ท่านเคยเดินทางมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยหรือไม่

- 1) เคย 2) ไม่เคย

9. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) สมาชิกในครอบครัว /ญาติ / กลุ่มเพื่อน
 2) นิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 3) การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 4) งานส่งเสริมการท่องเที่ยว
 5) รายการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางโทรทัศน์
 6) บริษัทท่องเที่ยว
 7) อื่นๆ โปรดระบุ

10. ลักษณะการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของท่าน

- 1) เดินทางคนเดียว 2) กลุ่มคนในครอบครัว
 3) กลุ่มเพื่อน 4) กลุ่มผสมผสานระหว่างเพื่อนและครอบครัว
 5) อื่นๆ โปรดระบุ

11. พาหนะที่ท่านใช้เดินทางมายังจังหวัดสุโขทัย (ท่านที่พักอาศัยในจังหวัดสุโขทัย ข้ามไปตอบข้อ 12)

- 1) รถส่วนตัว 2) รถรับจ้างเหมา (เช่น การเหมารถตู้รับจ้าง)
 3) รถโดยสารประจำทาง 4) จักรยานยนต์
 5) เครื่องบิน 6) รถไฟ
 7) อื่นๆ โปรดระบุ

12. พาหนะที่ท่านใช้เดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

- 1) รถส่วนตัว 2) รถรับจ้างเหมา (เช่น การเหมารถตู้รับจ้าง)
 3) รถโดยสารประจำทาง 4) จักรยานยนต์
 5) อื่นๆ โปรดระบุ

ประวัติผู้เขียน

นาย กฤป พะยะมิน เกิดเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2518 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ จาก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เมื่อปี การศึกษา 2541 และศึกษาต่อในระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปีการศึกษา 2549 เข้าทำงานที่ บริษัท เวิลด์วิว เทรค จำกัด ตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Copyright@by UTCC
All rights reserved