

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวสรินนา หล้าประเสริฐ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
กุมภาพันธ์ 2547
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๖๕๘.๘๓๔๐๘

๙๓๕๖๗

๕๐.๓

**ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา**

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวสรินนา หล้าประเสริฐ

- 1 ๒๕.๔. 2547

**เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
กุมภาพันธ์ 2547**

สรินนา หล้าประเสริฐ. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ.

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ใน 6 ด้าน คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราทั้ง 6 ด้านจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวและวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t – test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรามีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ และด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก นอกนั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
2. นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
3. นักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าในแต่ละด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01
4. นักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. นักท่องเที่ยวที่อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

6. นักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขต อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่าด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ ท่องเที่ยวต่างๆมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

7. นักท่องเที่ยวที่เลือกสถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทาง มาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ยกเว้นด้านการบริการของ ผู้เกี่ยวข้องต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

8. นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้าน วิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

9. นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมา ท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**THE SATISFACTION OF THAI VISITORS TOWARD CITY TOUR
OF MAUNG DISTRICT CHACHOENGSAO PROVINCE**

**AN ABSTRACT
BY
MISS SARINNA LAMPRASERT**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
February 2004**

Sarinna Lamprasert. (2004). *The Satisfaction of Thai Visitors toward City tour of Maung District Chachoengsao Province*. Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Arjarn Nattaya Praditsuwan.

The purpose of this research was to study The Satisfaction of Thai Visitors toward City tour of Maung District Chachoengsao Province in six aspects : product , price , place , promotion , people and physical evidence. It compared satisfaction of thai visitors under the following classifications : sex , age , education , occupation , income level per month , the most favorable place to visit , the main purpose of touring and the method of travelling. The samples of this research were 400 thai visitors toward city tour of chachoengsao province. A questionnaire was constructed and use as a tool for data collection. The Statistical analysis methods were Percentage, Mean, Standard Deviation, Independent t-test, and One way analysis of Variance were used for analyzing data in case the mean difference was significant. Least Significant Difference (LSD) were arranged for pair comparison.

The research can also be state that :

1. The Satisfaction thai visitors toward city tour of chachoengsao province in overall aspect were at high level but each aspect was at moderate, except the aspect of product , price , people and place were at high level.
2. There was statistical significant difference at the level .01 for the satisfaction of thai visitors in overall with different sex. Considerations from each aspect, it was found that there was statistical at the .01 level in the aspect of price , place , physical evidence. Other, there was no statistical significant difference.
3. There was statistical significant difference at the level .01 for the satisfaction in overall and each aspect of thai visitors with different age.
4. There was statistical significant difference at the level .01 for the satisfaction of thai visitors in overall with different education. Considerations from each aspect, it was found that there was statistical at the .01 level in the aspect of price , promotion , people and physical evidence. Other, there was no statistical significant difference.
5. There was statistical significant difference at the level .01 for the satisfaction of thai visitors in overall with different occupation. Considerations from each aspect, it was found that there was statistical at the .01 level in the aspect of promotion , place and physical evidence and at the .05 level in the aspect of product and price. Other, there was no statistical significant difference.
6. There was statistical significant difference at the level .01 for the satisfaction of thai visitors in overall with different income level per month. Considerations from each aspect, it was found that there was statistical at the .01 level in the aspect of price , promotion and physical evidence and at the .05 level in the aspect of place. Other, there was no statistical significant difference.

7. There was statistical significant difference at the level .01 for the satisfaction of thai visitors in overall with different the most favorable place to visit. Considerations from each aspect, it was found that there was statistical at the .01 level in the aspect of product , price , place, promotion and physical evidence and at the .05 level in the aspect of people.

8. There was statistical significant difference at the level .05 for the satisfaction of thai visitors in overall with different the main purpose of touring. Considerations from each aspect, it was found that there was statistical at the .01 level in the aspect of people. Other, there was no statistical significant difference.

9. There was statistical significant difference at the level .01 for the satisfaction of thai visitors in overall with different the method of travelling. Considerations from each aspect, it was found that there was statistical at the .01 level in the aspect of promotion , people , place and physical evidence. Other, there was no statistical significant difference.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ญญา ประดิษฐสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์ ญญา ประดิษฐสุวรรณ)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ล้มไทย)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)
วันที่ 5 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547

ประกาศคุณูปการ

การจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถลุล่วงลงได้ด้วยดีด้วยความตั้งใจ ซึ่งอาศัยความตั้งใจความมานะพยายาม และเนื่องด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากท่านอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ซึ่งเป็นทั้งอาจารย์ที่ปรึกษาประจำชั้นและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า ในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ตรวจสอบและแก้ไขบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรณ สิริแพทยพิสุทธิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง และอาจารย์สัญญากร ชูทรัพย์ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรี ล้มไทย พิสุทธิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง และอาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ ที่ได้กรุณามาเป็นคณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์ ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องกันเป็นประโยชน์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ รองศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ศาสตราจารย์ ดร.นราศรี ไวนิชกุล รองศาสตราจารย์ ดร. กัลยา วาณิชย์บัญชา รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ เป็นพิเศษที่ได้ให้ความรู้โดยตรงและโดยอ้อม จากหลักสูตรที่ทำให้ผู้วิจัยได้รวบรวมความรู้จากบทเรียนของทุกท่านมาประยุกต์ใช้ ทำให้งานสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร คุณสมศักดิ์ กิจการนนทศรี(หัวหน้าหน่วยกู้ภัย : สมาคมสงเคราะห์การกุศลจะเข้เกราที่อนุญาตให้ผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดจะเข้เกราทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบคุณคุณณิรายุ มะนะมุติ คุณหรินทร์ อัมพรโชติ ที่ช่วยแจกแบบสอบถาม

ขอขอบคุณคุณณัฐพรรณ ตริเตชา คุณประวิทย์ ตระกูลเกษมสุข คุณนราเขต ยิ้มสุข และคุณศุภวิช วงศ์ชัยบูรณ์ที่เป็นกำลังใจในการทำวิจัยในครั้งนี้ให้สำเร็จลงด้วยดี และขอขอบคุณผู้มีพระคุณทุกท่านที่ไม่สามารถเอ่ยนามได้หมดที่คอยให้ความช่วยเหลืออยู่เบื้องหลังตลอดมา

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ คุณป้า และคุณย่าที่ได้กรุณาให้การสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการศึกษาของผู้วิจัยมาโดยตลอด

สรินนา หล้าประเสริฐ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	7
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ	9
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว.....	14
ข้อมูลจังหวัดฉะเชิงเทรา	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	67
3 วิธีดำเนินการวิจัย	70
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	70
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	71
การเก็บรวบรวมข้อมูล	72
การจัดการกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	73
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	77
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	77
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	77
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	134
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	134
ความสำคัญของการวิจัย.....	134
สมมติฐานการวิจัย	134
วิธีดำเนินการวิจัย	135
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	136
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	136
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	136
ผลการศึกษาค้นคว้า.....	137
อภิปรายผล	140
ข้อเสนอแนะ.....	148
บรรณานุกรม.....	150
ภาคผนวก.....	154
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	155
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย.....	161
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย	165
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	167

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงรายนามผู้ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดตั้งแต่อดีต – ปัจจุบัน.....	31
2 อัตราค่าจ้างละครของพรพิทักษ์.....	64
3 อัตราค่าจ้างละครของร.รัตนศิลป์.....	64
4 อัตราค่าจ้างละครของปราวณีเพชรโสธร.....	65
5 อัตราค่าจ้างละครของประจวบเจริญศิลป์.....	65
6 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	78
7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมและรายด้าน.....	80
8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านสถานที่ท่องเที่ยว.....	81
9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....	81
10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์.....	82
11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ.....	82
12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ ท่องเที่ยวต่างๆ.....	83
13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ.....	83
14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวที่เพศแตกต่างกัน.....	85
15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอายุ.....	86
16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา ของนักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกัน.....	87
17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดย จำแนก ตามระดับอายุ.....	89
18 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ.....	90

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ.....	91
20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ.....	92
21 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ.....	93
22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ.....	94
23 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษา.....	95
24 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ของนักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	96
25 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	98
26 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	99
27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	100
28 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	101
29 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ.....	102
30 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวที่อาชีพแตกต่างกัน.....	103
31 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	105
32 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	106
33 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	107
34 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	108
35 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ.....	109

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
36 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามรายได้.....	110
37 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทรา ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน.....	111
38 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้.....	113
39 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้.....	114
40 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้.....	115
41 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้.....	116
42 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขต อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด.....	117
43 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวที่เลือกสถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดแตกต่างกัน	118
44 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดย จำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด.....	120
45 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด.....	121
46 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด.....	122
47 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด.....	123
48 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	124
49 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด.....	125
50 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน.....	126
51 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขต อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	127

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน.....	128
53 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	130
54 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	131
55 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	132
66 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	133

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for services)	14
2 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยว.....	15
3 พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย) ต้นสกุลอาจารย์ยางกูร	30
4 นายโกเมศ แดงทองดี ผู้ว่าราชการคนปัจจุบัน.....	32
5 แสดงตราประจำจังหวัด.....	32
6 แผนที่จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	33
7 แสดงการเดินทางโดยรถไฟสายตะวันออก	34
8 ผลิตภัณฑ์ทองเหลืองสาน.....	36
9 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถเสด็จพระราชดำเนิน วัดโสธรวรารามวรวิหารเพื่อทรงเวียนเทียนรอบพระอุโบสถ ในวันวิสาขบูชา.....	41
10 พระอุโบสถหลังใหม่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร.....	40
11 ประชาชนเข้ามัสการและปิดทององค์หลวงพ่อพุทธโสธร.....	41
12 ประชาชนนำขอมถวายหลวงพ่อโสธรเพื่อแก้บน.....	43
13 พระอุโบสถหลังเก่า วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์.....	44
14 พระวิหารกรมหลวงรักษารัตนเรศร์	44
15 ศาลากลางหลังเก่าในอดีต.....	46
16 ศาลากลางหลังเก่าในปัจจุบัน	46
17 ศาลากลางจังหวัดในปัจจุบัน	47
18 แสดงซุ้มประตูสมาคมสงเคราะห์การกุศลฉะเชิงเทรา	49
19 ห้องโถงกลางภายในสมาคมสงเคราะห์การกุศลฉะเชิงเทรา	49
20 เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำซึ่งประดิษฐานอยู่ภายในสมาคมสงเคราะห์การกุศล	50
21 เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ	50
22 รูปปั้นจตุโลกบาล.....	51
23 แสดงเจดีย์ องค์ใหญ่ 1 องค์ เจดีย์ องค์เล็ก 2 องค์ ภายในวัดเจดีย์	52
24 แสดงเจดีย์ภายในวัดเจดีย์	52
25 สายน้ำบางปะกง.....	53
26 สายน้ำบางปะกง แหล่งชุมชนที่มีวิถีชีวิตผูกพันกับแม่น้ำ.....	53
27 พระอุโบสถวัดสัมปทวน.....	54
28 ภาพวิถีชีวิตชาวแปดริ้วในอดีตบนผนังพระอุโบสถ	54
29 หลวงพ่อโต วัดอู่ก๊วยภาคการาม สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5	55
30 บริเวณสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา	56
31 พระบรมรูปสมเด็จพระศรีนครินทร์ภายในสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา	56
32 ด้านหน้า อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารย์ยางกูร).....	57
33 บริเวณด้านหน้ากำแพงเมืองฉะเชิงเทรา.....	58

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
34 ศาลหลักเมือง.....	59
35 เสาหลักเมืองซึ่งอยู่ภายในศาลหลักเมือง	59
36 ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง	60
37 เจ้าพ่อหลักหลักซึ่งอยู่ภายในศาลเจ้าพ่อหลักเมือง.....	60
38 การแห่หลวงพ่ทางเรือ.....	61
39 การแห่หลวงพ่โสธรทางบก.....	62
40 บริเวณงานนมัสการหลวงพ่พระพุทธโสธรและงานกาชาด	63
41 นางรำคณะประจวบเจริญศิลป์.....	66

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ มีการกำหนดยุทธศาสตร์โดยเน้นการบริหารนโยบาย เศรษฐกิจมหภาค ที่มุ่งเสริมให้ฐานเศรษฐกิจของประเทศแข็งแกร่งได้อย่างมีคุณภาพ โดยปรับฐานเศรษฐกิจ ตั้งแต่ระดับฐานรากถึงระดับมหภาค บนพื้นฐานการพึ่งตนเองและมีภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจาก ภายนอกควบคู่ไปกับการรักษาสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งระดับมหภาคและระดับจุลภาค

ศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี ได้กล่าวไว้ว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะของ การถ่ายทอดวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่ดี ได้เข้าใจคุณค่าอันสูงส่งของวัฒนธรรมนั้นจะ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย ทำให้คนไทยมีความรู้มากขึ้น ได้รายได้จากความรู้และนักท่องเที่ยว ได้อรรถประโยชน์จากพุทธศาสนา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้คุณภาพของการพัฒนาเกิดขึ้น”/ใจความสำคัญดังกล่าว นี้ถือเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น และอีกประการหนึ่งการท่องเที่ยวนี้เองสามารถนำไปสู่การพัฒนาจิตใจและสังคมอันเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ด้วย โดยเริ่มต้นด้วยการสร้างให้ประชาชนในท้องถิ่น ได้รู้ภูมิหลังของท้องถิ่น ได้รู้จักวัฒนธรรมของท้องถิ่น เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนแล้วปฏิบัติ รักษาวัฒนธรรมประเพณีนั้น ๆ ให้ต่อเนื่องไม่ขาดสาย ตลอดจนถ่ายทอดวัฒนธรรมเหล่านั้นให้บุคคลรุ่น ต่อๆไปด้วย เมื่อคนในท้องถิ่นเกิดความรู้ ความเข้าใจ ชาบซึ่งในประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นและปฏิบัติสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมทั้งหลายจนเป็น “วิถีชีวิต” ของผู้คนแล้วจะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศเกิดความสนใจที่จะเข้าไปเก็บเกี่ยวความรู้ ประสบการณ์จากประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจน ศิลปสถาน อันเป็นสมบัติล้ำค่าประจำท้องถิ่นทำรายได้ให้แก่ประชาชนของท้องถิ่นนั้น ๆ ได้มากเพียงพอที่จะช่วยให้ความเป็นอยู่ของผู้คนดีขึ้น และไม่ต้องดิ้นรนย้ายถิ่น อพยพเข้าสู่เมืองใหม่เพื่อหลีกหนีความยากจน ปัญหาในเมืองใหญ่ก็จะคลี่คลายได้ง่ายขึ้นด้วย (ศรัณย์ เลิศรักษมงคล. 2540 : 12)

การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยว ถ้าแหล่งท่องเที่ยว มีวัฒนธรรมท้องถิ่น มีระบบการจัดการที่ดีในการตอบสนองความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ก็จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นมากขึ้น ผู้วิจัยมีความสนใจจังหวัดฉะเชิงเทราอันเนื่องจาก เป็นจังหวัดที่อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 80 กิโลเมตร สามารถเดินทางรถยนต์ได้ถึงสองทางคือ กรุงเทพฯ-แกลง กรุงเทพฯ-ห้วยหินขาว และโดยทางรถไฟ จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมมากมายหลายแห่งได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดจีนประชาสโมสร(วัดเล่งฮกยี่) วัดอู่ยก ภาติการาม(วัดช้างปอก) วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์(วัดเมือง) ป้อมเมืองฉะเชิงเทรา ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร(น้อย อาจารยางกูร) ศาลารัฐบาลมณฑลปราจีนบุรี วัดพัคคณอินทาราม (วัดเจติย) สมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ) ตำหนักกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา วัดสัมปทวน เนื่องจากประวัติอันยาวนานตั้งแต่สมัย กรุงศรีอยุธยา ประมาณปี พ.ศ. 2092 ในแผ่นดินพระมหาจักรพรรดิ ใช้เป็นที่ระดมพลในเวลาสงคราม ปรากฏชื่อเมืองฉะเชิงเทราเป็นครั้งแรก ในพระราชพงศาวดารในแผ่นดินพระมหาธรรมราชา แต่ในปัจจุบัน จังหวัดฉะเชิงเทรามีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดไม่มากนัก ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุสำคัญบาง

ประการ เช่น จังหวัดฉะเชิงเทรามีสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่หลากหลาย ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอาจสูงเกินไป หรือขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวภายในอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา หรือการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่สะดวก จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราเพิ่มมากขึ้น สามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นได้มากขึ้นด้วย และเป็นการช่วยลดการอพยพแรงงานเข้าสู่เมืองหลวง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทราในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทราทั้ง 6 ด้านจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนำผลที่ได้เสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทราเพิ่มขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จากการคำนวณจากสูตรการหาขนาดตัวอย่างจากประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน ผู้วิจัยขอกำหนดเป็น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ป้อมเมืองและกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา สมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ) และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota Sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดโสธรวรารามวรวิหาร ป้อมเมืองและกำแพงเมือง สมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ) และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา สถานที่ละ 100 คน จากการเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆในขั้นที่ 1 โดยใช้แบบสอบถาม

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

3.1.1 เพศ

3.1.1.1 ชาย

3.1.1.2 หญิง

3.1.2 อายุ

3.1.2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

3.1.2.2 21 ถึง 30 ปี

3.1.2.3 31 ถึง 40 ปี

3.1.2.4 มากกว่า 40 ปีขึ้นไป

3.1.3 ระดับการศึกษา

3.1.3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

3.1.3.2 ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.

3.1.3.3 ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

3.1.4 อาชีพ

3.1.4.1 นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

3.1.4.2 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3.1.4.3 พนักงานเอกชน

3.1.4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

3.1.4.5 รับจ้างทั่วไป

3.1.5 รายได้ต่อเดือน

3.1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

3.1.5.2 10,001 ถึง 20,000 บาท

3.1.5.3 ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป

3.1.6 สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

3.1.6.1 วัด

3.1.6.2 แหล่งประวัติศาสตร์

3.1.6.3 สถานที่สักการะบูชา

3.1.6.4 ธรรมชาติ

3.1.7 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

3.1.7.1 เพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญ

3.1.7.2 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

3.1.8 วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

3.1.8.1 รถยนต์ส่วนตัว

3.1.8.2 รถยนต์โดยสาร

3.1.8.3 รถตู้เช่า

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยปรากฏในลักษณะชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ

1.1 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกเกี่ยวกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวนของสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา การมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ความรู้ที่ได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา และความประทับใจที่ได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา

1.2 ด้านค่าใช้จ่าย หมายถึง ความรู้สึกเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทรา ค่าใช้จ่ายในการเดินทางภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา ราคาอาหารและเครื่องดื่ม ราคาของของฝาก และค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

1.3 ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความรู้สึกเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทรา การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับของฝากที่มีจำหน่ายในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายของฝากในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา

1.4 ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ หมายถึง ความรู้สึกเกี่ยวกับมารยาทของพนักงานร้านค้า มารยาทของผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และการให้ความช่วยเหลือและความสนใจของเจ้าหน้าที่เมื่อขอรับความช่วยเหลือ

1.5 ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หมายถึง ความรู้สึกเกี่ยวกับความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีวิธีการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทราได้หลายวิธี และความสะดวกในการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทรา

1.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ หมายถึง ความรู้สึกเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา สภาพของทางหลวงจังหวัดและถนนภายในจังหวัด สภาพการจราจรภายในจังหวัด ความชัดเจนของป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จำนวนร้านขายของฝาก ความหลากหลายของของของฝาก คุณภาพของของฝาก จำนวนร้านอาหารมีเพียงพอคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ความอร่อยของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนห้องสุขามีเพียงพอ และความสะอาดของห้องสุขา

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลที่มีเชื้อชาติและสัญชาติไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยไม่ได้มีที่อยู่ประจำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยไม่ได้พักค้างคืนในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา

3. อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา หมายถึง ตำบลต่าง ๆ 19 ตำบล ได้แก่ ตำบลหน้าเมือง ตำบลท่าไข่ ตำบลบ้านใหม่ ตำบลคลองนา ตำบลบางตีนเป็ด ตำบลบางไผ่ ตำบลคลองจุกกระเฉด ตำบลบางแก้ว ตำบลบางขวัญ ตำบลคลองนครเนื่องเขต ตำบลวังตะเคียน ตำบลโสธร ตำบลบางพระ ตำบลบางกระไห ตำบลนามแดง ตำบลคลองเปรง ตำบลคลองอุดมชลจร ตำบลคลองหลวงแพ่ง และตำบลบางเตย

4. สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่

4.1 วัด หมายถึง วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดจีนประชาสโมสร (วัดเล่งฮกยี่) วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์ วัดอภัยภักดีการาม(วัดช้างปอง) วัดพัคอินทาราม(วัดเจติย) และวัดสัมปทวน

4.2 แหล่งประวัติศาสตร์ หมายถึง ป้อมเมืองฉะเชิงเทรา จำหนักกรมขุมมรุพงษ์ศิริพัฒน์อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร และศาลารัฐบาลมณฑลปราจีน(ศาลากลางหลังเก่า)

4.3 สถานที่สักการะบูชา หมายถึง ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง และสมาคมสงเคราะห์การกุศลฉะเชิงเทรา

4.4 ธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางเรือตามลำน้ำบางปะกง และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. อาชีพ
5. รายได้ต่อเดือน
6. สถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด
7. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว
8. วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว
2. ด้านค่าใช้จ่าย
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่เพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. นักท่องเที่ยวที่เลือกสถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
7. นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
8. นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว
4. ข้อมูลจังหวัดฉะเชิงเทรา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้า คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่ได้รับรู้จากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของบุคคลนั้น ๆ ดังนั้นระดับความพึงพอใจจะสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างผลงานที่ได้รับรู้กับความคาดหวัง ลูกค้าสามารถรู้สึกถึงความพอใจใน 3 ระดับอย่างกว้าง ๆ คือ (จรัส วรพงศ์. 2544 : 21; อ้างอิงจาก Kotler. n.d. : 199 - 205)

- 1.1.1 ถ้าผลงานที่ได้รับรู้ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าผู้นั้นจะรู้สึกไม่พอใจ
- 1.1.2 ถ้าผลงานที่ได้รับรู้เทียบเท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าผู้นั้นจะรู้สึกพอใจ
- 1.1.3 ถ้าผลงานที่ได้รับรู้สูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าผู้นั้นจะรู้สึกยินดีหรือพอใจมาก

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้น แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของบุคคลย่อมมีแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ (สาธิตา สุวงศ์เดชา. 2545 : 11)

1.2 แนวคิดด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค

ถึงแม้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นสิ่งที่ธุรกิจส่วนใหญ่หรือธุรกิจที่ยึดแนวความคิดมุ่งการตลาดหรือมุ่งลูกค้าก็ตาม แต่เทอร์เลอร์ ไลท์ และแฟรนช์ (Taher, Leigh & French. 1996 : 217 – 228) กล่าวว่า ธุรกิจไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้เพราะลูกค้าแต่ละคนคาดหวังว่าธุรกิจมีหน้าที่ที่จะต้องทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ หากความพึงพอใจเกิดจากการที่สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่านั้น ลูกค้าคงจะไม่ชักชวนหรือบอกต่อให้คนอื่นมาซื้อสินค้าที่ร้านนั้น ในทางตรงกันข้ามลูกค้าจะบอกต่อก็คือเมื่อเขามีความกระตือรือร้นและตื่นเต้นที่จะบอกต่อ และความกระตือรือร้นที่จะบอกต่อนั้นจะมาจากการที่เขาได้รับการบริการจากร้านนั้นเกินความคาดหวัง และสิ่งที่เกินความคาดหวังของลูกค้านี้เรียกว่า “ส่วนเพิ่มเติม” ซึ่งโดยปรกติลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจะทำการบอกต่อประสบการณ์ที่ดีของตนให้เพื่อนทราบโดยเฉลี่ย 4 คน และอย่างน้อยเพื่อนทั้ง 4 คนนั้นก็จะไปร้านค้านั้น

บริการส่วนเพิ่มดังกล่าว ได้แก่ ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีค่าเท่ากับราคาขายที่สูงกว่าปกติประมาณร้อยละ 10 และลูกค้าที่ซื้อเนื่องจากได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักมักจะมีทัศนคติที่ดีมากกว่าลูกค้าที่ซื้อเนื่องจากแรงกระตุ้นของโฆษณา ดังนั้นนักการตลาดจึงควรมีหน้าที่ตัดสินใจและเลือกที่จะให้บริการส่วนเพิ่มใดแก่ลูกค้าบ้าง เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้นจากราคาขายที่เพิ่มขึ้นและจากการที่ลูกค้าเดิมชักชวนลูกค้าใหม่มาซื้อสินค้าที่ร้าน อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า คือทั้งผู้ผลิตและร้านค้าปลีก ผู้ผลิตควรให้สิ่งจูงใจร้านค้าปลีกในการสร้างและรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า สิ่งจูงใจดังกล่าวคือ การที่ผู้ผลิตช่วยเหลือผู้ค้าปลีกให้สามารถลดต้นทุนในการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า และการที่ผู้ผลิตให้โบนัสแก่ผู้ค้าปลีกตามค่าของดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า หากผู้ค้าปลีกต้องการมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับผู้ผลิตในระยะสั้น การให้โบนัสจะมีผลต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าได้ดีกว่าความช่วยเหลือจากผู้ผลิต ในทางตรงกันข้าม หากผู้ค้าปลีกต้องการค้าขายกับผู้ผลิตในระยะยาว การให้โบนัสจะมีผลต่อการสร้างความพึงพอใจน้อยกว่าการที่ผู้ผลิตให้ความช่วยเหลือผู้ค้าปลีกในการหาวิธีการลดต้นทุน (Chu and Desai, 1995 : 343 – 359) ทั้งนี้งานวิจัยพบว่า การให้สิ่งจูงใจทั้ง 2 ประเภทแก่ผู้ค้าปลีกจะทำให้ทั้งผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกได้รับกำไรเพิ่มขึ้น

เฮลเลอร์ (Heller, 1996 : 7-8) ได้เสนอแนวทางการปรับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของซูเปอร์มาเก็ตไว้ 3 แนวทางคือ

- 1.2.1 เสนอวิธีการที่เป็นทางออกของการดำรงชีวิตของผู้บริโภค
- 1.2.2 ทำให้ลูกค้าไม่มีความยากลำบากในการเลือกซื้อสินค้าหรือมาซื้อสินค้าที่ร้าน
- 1.2.3 เสนอคุณค่าที่ดีกว่า คุณค่าที่ดีกว่าอาจหมายถึงสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่ถูกลง

ในวงการค้าปลีก ถึงแม้ดีดจะสอนว่า ราคามีความสำคัญแต่ราคาก็เป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมคุณภาพ และคุณภาพต่างหากที่มีผลต่อยอดขายในระยะยาว (Rose, 1995 : 62)

ในธุรกิจบริการ ความพึงพอใจของลูกค้ามักจะได้รับอิทธิพลจากคุณภาพของการปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างพนักงานให้บริการและลูกค้า เช่น พนักงานสุภาพและให้เกียรติลูกค้า พนักงานแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่อบอุ่น พนักงานให้ความเป็นมิตร พนักงานให้ความเอาใจใส่และยอมให้เวลาเพื่อทำความรู้จักลูกค้า ซึ่ง มิทเทิลและเลซาร์ (Mittal & Lassar, 1996 : 95-109) เรียกว่า Personalization Mittal & Lassar กล่าวว่า Personalization หรือ ทำทางและทำที่ของพนักงานบริการที่แสดงต่อลูกค้า เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพอใจของลูกค้าประจำ สำหรับธุรกิจค้าปลีกพนักงานขายก็คือพนักงานให้บริการ ดังนั้นบริการที่ได้รับจากผู้ขายจะมีผลต่อความพึงพอใจและการเป็นลูกค้าประจำของลูกค้าที่มาใช้บริการด้วย

ผลการประชุมของสมาคมการตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกา ในหัวข้อ “ความพึงพอใจของผู้บริโภค (Consumer Satisfaction – CS)” ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1977 เพื่อกำหนดคำนิยามของ “ความพึงพอใจของผู้บริโภค” และได้คำนิยามของ ความพึงพอใจของผู้บริโภคว่า หมายถึง ค่าการประเมินประสบการณ์การซื้อและการบริโภคของแต่ละบุคคลว่าพอใจมากน้อยเพียงใด

1.3 แนวคิดด้านความพึงพอใจในบริการ

ความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ (Millet. 1954 : 4)

- 1.3.1 ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างเพียงพอแก่ความต้องการของผู้รับบริการ
- 1.3.2 ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรมโดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาคและเสมอหน้าแก่ผู้รับบริการ
- 1.3.3 ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้น ๆ
- 1.3.4 ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลาตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในบริการและความต้องการของประชาชนในบริการนั้น ๆ
- 1.3.5 ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า ตามลักษณะของการบริการนั้นขึ้นไปเรื่อย ๆ

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการบริการ

2.1 ความหมายของการบริการ

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติหรือการดำเนินการอันนำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อผู้ซื้อบริการ โดยการบริการสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากเครื่องจักร (เช่น เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ) จากบุคคล(เช่นที่ปรึกษา) หรือจากทั้งเครื่องจักรและบุคคลร่วมกัน บริการสามารถเกิดขึ้นโดยตรงกับผู้ซื้อบริการ(เช่น การถอนเงิน) หรือเกิดขึ้นโดยอ้อมต่อผู้ซื้อบริการ (เช่น การซ่อมหลังคาบ้าน) (Bovee. 1995 : 300)

การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Lehtinen. 1983 : 21)

บริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ตัวอย่างเช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541 : 334)

2.2 ลักษณะของการบริการ

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

2.2.1 ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2.2.1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ

2.2.1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวเหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

2.2.1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

2.2.1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

2.2.1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

2.2.1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2.2.2 ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

2.2.3 ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

2.2.4 ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้ปรับความต้องการให้สม่ำเสมอ และปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหามากหรือน้อยเกินไป มีดังนี้

2.2.4.1 กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand) มีดังนี้

2.2.4.1.1 การตั้งราคาให้แตกต่างกัน เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงในช่วงความต้องการซื้อสูง และตั้งราคาต่ำในช่วงความต้องการน้อย

2.2.4.1.2 กระตุ้นในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย โดยจัดกิจกรรมลดราคาและส่งเสริมการขาย

2.2.4.1.3 การให้บริการเสริม เช่น การจัดให้มีบริการอื่น ๆ ควบคู่ไปกับการให้บริการ

2.2.4.1.4 ระบบการจองล่วงหน้า เพื่อให้ทราบถึงจำนวนลูกค้าที่แน่นอนเพื่อการวางแผนการให้บริการที่เหมาะสมและเพื่อปรับระดับความต้องการซื้อให้เหมาะสม

2.2.4.2 กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการเสนอขาย (Supply) มีดังนี้

- 2.2.4.2.1 เพิ่มพนักงานชั่วคราว ในช่วงที่มีการจัดงานและมีผู้เข้าใช้บริการจำนวนมาก
- 2.2.4.2.2 การกำหนดวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงคนมาก
- 2.2.4.2.3 ให้ผู้มีส่วนร่วมในการให้บริการ เช่น การบริการอาหารแบบบุฟเฟต์ เพื่อลดจำนวนพนักงานบริการ ในกรณีที่เป็งานเลี้ยงที่มีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก
- 2.2.4.2.4 การให้บริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย
- 2.2.4.2.5 การขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต

2.3 ส่วนประกอบทางการบริการ

ส่วนประกอบทางการบริการ คือ บรรดาปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของบริการใด ๆ ที่มีผลด้านคุณภาพของบริการนั้น และอาจช่วยสร้างความพึงพอใจหรือก่อให้เกิดความพึงพอใจในสายตาลูกค้าได้ สามารถแบ่งปัจจัยเหล่านี้ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้ (วีรพงษ์ เฉลิมรัตน์. 2538 : 172)

2.3.1 กลุ่มปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ (Pre – service Factor) ได้แก่

- 2.3.1.1 ภาพพจน์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท
- 2.3.1.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท
- 2.3.1.3 ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ
- 2.3.1.4 ความแปลกใหม่ของบริการ

กลุ่มที่มีผลก่อนรับบริการนี้จะทำให้ผู้ซื้อ / ผู้รับบริการเกิดความคาดหวังถึงสิ่งที่ได้รับเมื่อซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการนี้อาจมาจากพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารทั้งจาก สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ

2.3.2 กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ (During - service Factor) ได้แก่

- 2.3.2.1 ความสะดวกสบายขณะใช้บริการ
- 2.3.2.2 ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนบริการ
- 2.3.2.3 กริยา มารยาทที่ดีงามของผู้ให้บริการ
- 2.3.2.4 ความซับซ้อนยุ่งยากในขั้นตอนการรับบริการ
- 2.3.2.5 ความประณีตบรรจง และพิถีพิถันขณะบริการ
- 2.3.2.6 ความเลินเล่อของผู้ให้บริการ
- 2.3.2.7 ฝีมือ ภูมิปัญญา และความสามารถของผู้ให้บริการ

กลุ่มที่มีผลขณะรับบริการนี้ เป็นจุดที่ผู้รับบริการสามารถตัดสินใจว่า สิ่งที่ได้คาดหวังไว้จากการเปิดรับข่าวสารนั้น ๆ ได้ ต่ำกว่า สูงกว่า หรือเท่ากับความคาดหวัง ซึ่งจะเห็นว่ากลุ่มที่มีผลขณะรับบริการนี้ส่วนใหญ่มาจากการเปิดรับข่าวสารจากพนักงานขายหรือพนักงานบริการ

2.3.3 กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังรับบริการแล้ว (Post - service Factor) ได้แก่

- 2.3.3.1 ความสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าก่อนมารับบริการ
- 2.3.3.2 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบริการ
- 2.3.3.3 ความคงเส้นคงวา ด้านคุณภาพของบริการ
- 2.3.3.4 ความคุ้มค่าเงินหลังจากลูกค้าได้รับบริการครบถ้วนแล้ว

กลุ่มที่มีผลหลังรับบริการแล้วจะเป็นจุดที่เกิดการตัดสินใจของผู้รับบริการว่า โดยรวมแล้วสิ่งที่ได้รับกับความคาดหวังที่มีนี้จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงหรือต่ำอย่างไร

จากส่วนประกอบทางการบริการข้างต้นทำให้ตระหนักว่า ลูกค้ามีได้มองการบริการของเราเพียงแต่ที่ราคาของบริการแต่เพียงอย่างเดียว ตรงกันข้ามสำหรับลูกค้าอีกระดับหนึ่งแล้วเขากลับมองปัจจัยด้านราคาเป็นประเด็นสุดท้ายด้วยซ้ำ แต่ปัจจัยแห่งการบริการประเด็นอื่น ๆ จะกลับมาได้รับการนำมาพิจารณาเปรียบเทียบก่อน ปัจจัยแห่งการบริการเหล่านี้ แต่ละตัวจะให้เป็นตัววัด หรือมาตรวัดผลการให้บริการเทียบกับความคาดหวัง หรือมาตรฐานในใจของลูกค้า และลูกค้าจะประเมินความพอใจในแต่ละปัจจัยในใจแล้วสรุปรวมออกมาเป็นความรู้สึกสุดท้าย

2.4 กระบวนการตัดสินใจเลือกบริการ

2.4.1 ความจำเป็น ลูกค้ามีความจำเป็นที่จะต้องมีกิจกรรมเกี่ยวกับการใช้สินค้า และบริการนั้น ๆ

2.4.2 ความต้องการที่จะใช้สินค้า และบริการประเภทนั้น ๆ

2.4.3 วัตถุประสงค์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการ

2.4.4 การตลาด เนื่องจากงานโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด ดังนั้นการตลาดจึงเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง กล่าวคือ มีหน้าที่สร้างการรับรู้และตระหนักถึงหน้าที่ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะตอบสนองความจำเป็น

2.5 เทคนิคการให้บริการที่ดี

คุณภาพของการบริการที่ดี คือ Service 7 อักษร มีดังต่อไปนี้

2.5.1 S (Smiling & Sympathy) หมายถึง ยิ้มแย้มแจ่มใสและเห็นอกเห็นใจลูกค้า

2.5.2 E (Early Response) หมายถึง ให้บริการอย่างรวดเร็ว และรู้ใจมีต้องให้ลูกค้า

ร้องขอ

2.5.3 R (Respectful) หมายถึง การแสดงออกถึงความเคารพนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

2.5.4 V (Voluntariness Manner) หมายถึง การให้บริการด้วยความเต็มใจ มีใช้ฝีมือทำ

2.5.5 I (Image Enhancing) หมายถึง การแสดงออกซึ่งเสริมภาพพจน์ให้ผู้บริการและ

องค์กร

2.5.6 C (Courtesy) หมายถึง กิริยาอาการที่สุภาพ อ่อนโยน มีมารยาทดี

2.5.7 E (Enthusiasm) หมายถึง การมีความกระตือรือร้นในการบริการ ให้บริการมากกว่า

ที่ลูกค้าคาดหวัง

2.6 ประเภทของงานบริการ (Classification of Services)

ธุรกิจบริการสามารถจำแนกประเภท ตามลักษณะของธุรกิจ ได้ดังนี้

2.6.1 ที่อยู่อาศัย การเช่าสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ บ้าน พื้นที่ทำเกษตร พื้นที่โรงงาน อุตสาหกรรม ร้านค้า หอพัก โรงแรม บ้านพักตากอากาศ ฯลฯ

2.6.2 บริการเกี่ยวกับครัวเรือน ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำประปา บริการซ่อมแซมบ้านและเครื่องใช้ต่าง ๆ ในบ้าน บริการจัดสวน บริการทำความสะอาด ฯลฯ

2.6.3 บริการเกี่ยวกับการบันเทิง การพักผ่อน กิจกรรมบันเทิงทุกประเภท โรงภาพยนตร์ สถานบันเทิง คาราโอเกะ สวนสนุก การแข่งขันกีฬา ฯลฯ

2.6.4 บริการส่วนบุคคล ได้แก่ ร้านเสริมสวย ร้านตัดผม ร้านตัดเสื้อผ้า

2.6.5 บริการด้านการแพทย์และสุขภาพ ได้แก่ โรงพยาบาล สถานพยาบาลทุกประเภท บริการพยาบาลเฝ้าไข้พิเศษ คลินิกหมอพื้นบ้าน ศูนย์กายภาพบำบัด ฯลฯ

2.6.6 บริการด้านการศึกษา ได้แก่ สถานศึกษาเอกชนทั้งระดับอนุบาลถึงระดับมหาวิทยาลัย โรงเรียนสอนกวดวิชา สอนคอมพิวเตอร์ ฯลฯ

2.6.7 บริการวิชาชีพ ได้แก่ การให้บริการด้านบัญชี กฎหมาย วิศวกรรม ที่ปรึกษาด้านการจัดการ หรือกิจการธุรกิจที่ปรึกษาต่าง ๆ ตลอดจนการบริหารโครงการต่าง ๆ ฯลฯ

2.6.8 บริการด้านความปลอดภัย ได้แก่ การให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน บริการยาม ดูแลสถานที่ หน่วยรักษาความปลอดภัย การรับประกันภัยต่าง ๆ ฯลฯ

2.6.9 บริการด้านการเงิน ได้แก่ บริการของธนาคาร บริการจากสถาบันการเงินอื่น ๆ การให้กู้ยืมเงิน ฯลฯ

2.6.10 บริการด้านการขนส่ง ได้แก่ บริการขนส่งผู้โดยสารของรถไฟ รถยนต์ประจำทาง รถแท็กซี่ เรือส่วนตัวเช่าเหมา บริการสายการบินต่าง ๆ การให้เช่ารถยนต์ชนิดต่าง ๆ ฯลฯ

2.6.11 บริการด้านการสื่อสาร ได้แก่ โทรศัพท์ ทั้งโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์มือถือ วิทยุติดตามตัว โทรสาร การถ่ายเอกสาร เครื่องมือต่าง ๆ ฯลฯ

2.7 การบริหารคุณภาพรวมของธุรกิจบริการ

2.7.1 การบริการ (Services) การออกแบบบริการจะต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า

2.7.2 ราคา (Price) เป็นมูลค่าของบริการในรูปของเงิน จะต้องคำนึงถึงการยอมรับในคุณค่าของการบริการที่ได้รับและความภักดีต่อตราสินค้า

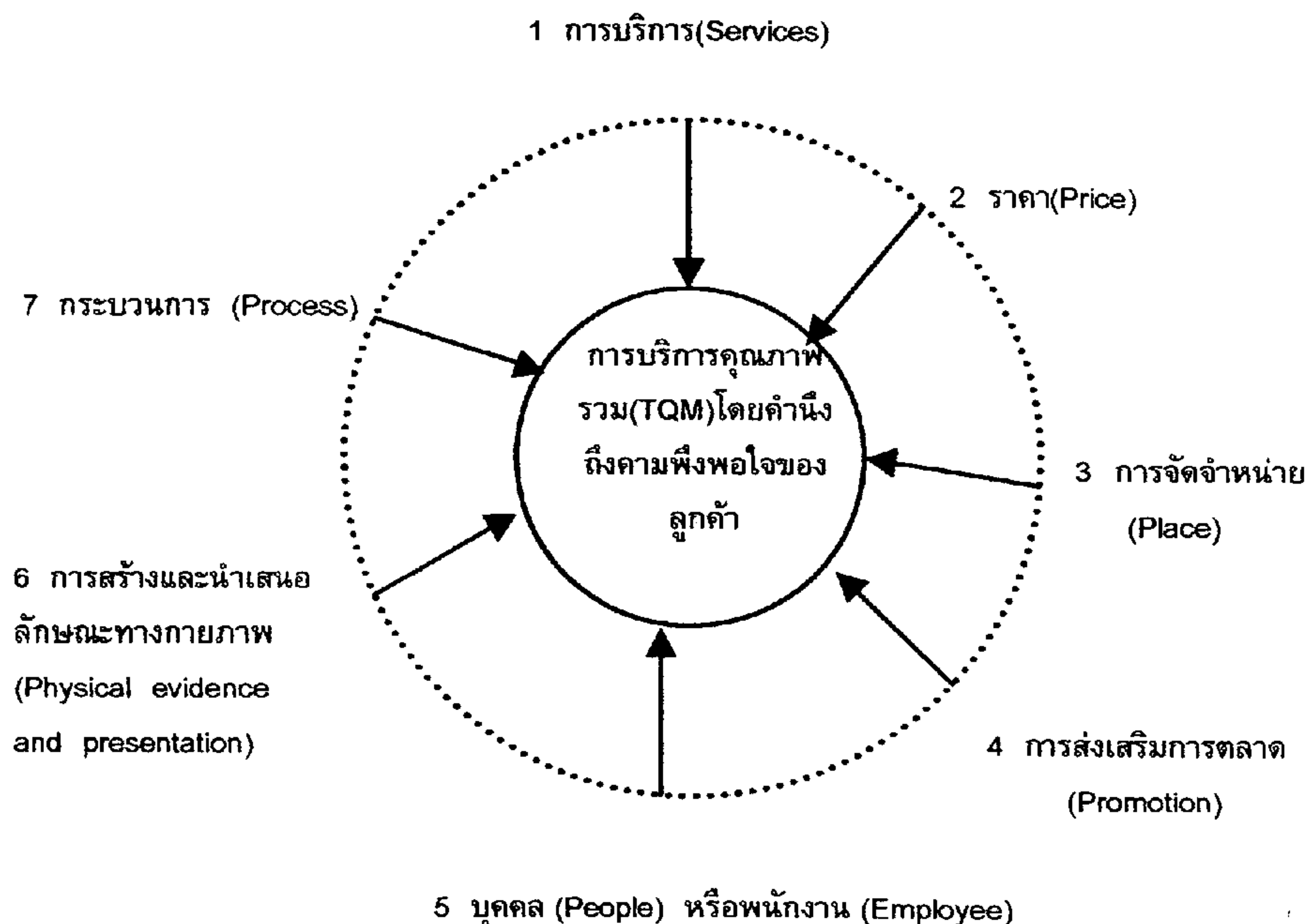
2.7.3 การจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการจะเป็นช่องทางตรง จากผู้ให้บริการไปยังผู้ใช้บริการ ดังนั้นคุณสมบัติของผู้ให้บริการจึงมีความสำคัญมาก

2.7.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการเพิ่มคุณค่าการให้บริการซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับแนวคิดและเทคนิคของการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างภาพพจน์และคุณค่าตราสินค้า

2.7.5 บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) การได้พนักงานที่มีคุณภาพจะต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

2.7.6 ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ

2.7.7 มีกระบวนการที่ดี (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า



ภาพประกอบ 1 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for services)

3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว

3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อหาความสนุกสนาน การประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติมิตร

การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ

- 3.1.1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 3.1.2 เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3.1.3 เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (นิคม จารุมณี 2535 : 1)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อหาความสนุกสนาน การประชุม สัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติมิตร

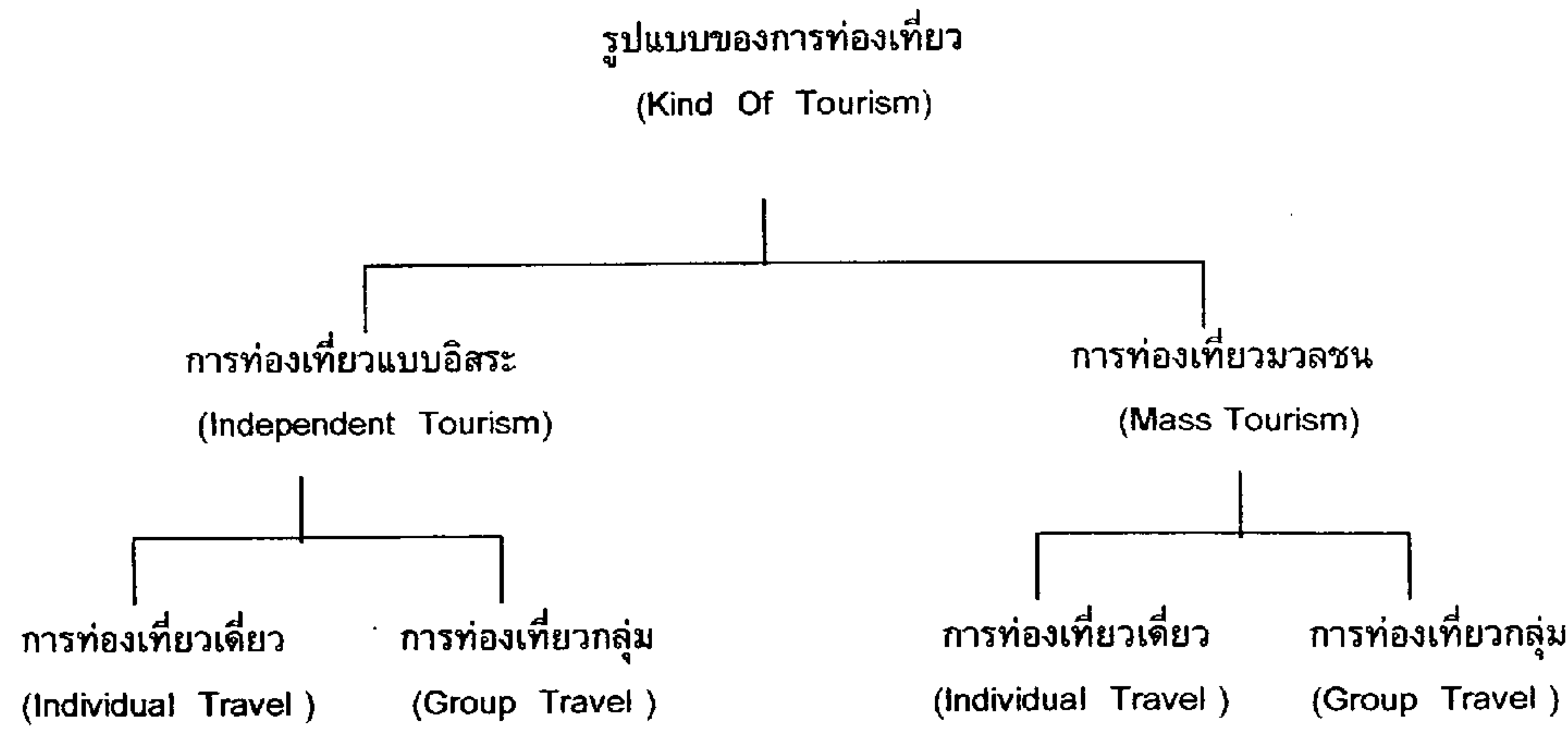
3.2 รูปแบบของการท่องเที่ยว

รูปแบบของการท่องเที่ยวสามารถจำแนกกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

3.2.1 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent Tourism) นักท่องเที่ยวกำหนดรายการท่องเที่ยวติดต่อที่พักแรม และเลือกวิธีการเดินทางเองโดยไม่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

3.2.2 การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) นักท่องเที่ยวใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ในการเลือกรายการท่องเที่ยว ที่พักแรม วิธีการเดินทาง เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour หรือ Package Tour)

ทั้งการท่องเที่ยวแบบอิสระและการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ นักท่องเที่ยวอาจจะเลือกไปเป็นกลุ่ม (Group Travel) หรือไปเพียงลำพัง (Individual Travel) ก็ได้



ภาพประกอบ 2 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยว

3.3 องค์ประกอบทางการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบหรือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบหลาย ๆ อย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาได้ และปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ เพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ องค์ประกอบเหล่านี้ได้แก่

3.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการทุกอย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสนอขาย เช่น รายการทัวร์เหมา เรือสำราญ

3.3.2 ราคา (Price) หมายถึง ราคาสินค้าและบริการ และการกำหนดราคา

3.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place / Process of Delivery) หมายถึง กระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้าไปให้ถึงลูกค้าโดยรวดเร็วและสะดวกที่สุด

3.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้น และซื้อจำนวนมากขึ้น

3.3.5 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง บรรยากาศขณะซื้อขายสินค้าและบริการ และขณะที่ลูกค้าบริโภคสินค้า ซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที

3.3.6 กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) หมายถึง การศึกษาข้อมูลทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยวและการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

3.3.7 การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การจัดรวมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวหลาย ๆ อย่างที่เหมาะสมเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองกลุ่มตลาดเป้าหมายของธุรกิจ

3.3.8 ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership / Participation) หมายถึง การประสานงานร่วมมือกันทางธุรกิจระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย ในธุรกิจท่องเที่ยวในการร่วมมือกันเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและได้รับความพอใจสูงสุด โดยรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการ และระดับราคาที่เหมาะสม

3.4 การพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจุบันมีคนท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอาจจะเป็นเพราะวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป จากสังคมเกษตรกรรมที่เคยอยู่ในชนบท ในสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติมาเป็นสังคมเมือง จากเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม อยู่กับเครื่องยนต์ เครื่องจักร ไม่ได้อยู่กับต้นไม้ กับธรรมชาติ ทำให้เกิดความกดดัน ต้องกลับไปหาสิ่งที่ เป็นพื้นฐาน เป็นธรรมชาติ

ในเรื่องของการท่องเที่ยวนั้น เมื่อมีคนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ก็ต้องมีคนเดินทางออกไปท่องเที่ยวที่อื่น มีคนนิยมเที่ยวบ้านเรา ก็มีคนเสื่อมความนิยมได้ เราทำได้อย่างไร คนอื่นก็ทำดีแข่งกับเราได้ ซึ่งเราต้องยอมรับสภาพการเคลื่อนไหว แต่สิ่งที่รัฐบาลจะต้องให้ความสำคัญคือ เรื่องการท่องเที่ยวกับการพัฒนาสังคม ซึ่งภูมิปัญญาชาวบ้านจะช่วยเสริมการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนได้ ข้อนี้นี้เป็นสิ่งสำคัญ สังคมไทยได้เปลี่ยนไปจากสังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมอุตสาหกรรม พฤติกรรมคนเปลี่ยน เป็นการเปลี่ยนแบบก้าวกระโดด ที่เราไม่ได้รับความต่อเนื่องจากวัฒนธรรมจากภูมิปัญญา เราวิ่งตามชาวต่างประเทศ ยิ่งเข้าระบบโลกาภิวัตน์ ทำให้วัฒนธรรมของเราหายไป

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ธรรมชาติและวัฒนธรรม
ธรรมชาติ เป็นเรื่องของสัจธรรม มีอยู่ ดำรงอยู่ มีเหตุมีปัจจัยที่ต้องหายไป

วัฒนธรรม เป็นเรื่องที่สืบเนื่องต่อไป ถ้ามีจริยธรรมที่ดี มีศีลธรรมที่ดีมากำกับการอยู่ร่วมกันกับ
ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม กับสังคม กับเพื่อนมนุษย์ จะเริ่มพัฒนาเป็นวัฒนธรรมจากสัจธรรม จริยธรรมเป็น
วัฒนธรรม วัฒนธรรมจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับเราพัฒนาถูกต้องหรือไม่ พัฒนาอย่างมีจริยธรรมหรือไม่ มีการ
ถ่ายทอดอย่างถูกต้องหรือไม่ วัฒนธรรมจะแสดงออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. แสดงออกในลักษณะกายภาพ เป็นรูปธรรม อาคารสถานที่ โบราณสถาน โบสถ์ วัดวาอาราม
อนุสาวรีย์

2. แสดงออกในลักษณะนามธรรม วิถีชีวิต งานประเพณี จินตริ กวี วรรณศิลป์ ถ้ามีการ
พัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะแกร่งที่สุด มีอายุยืนที่สุด สังคมความรู้เป็นทอด ๆ แต่ถ้าไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
หยุดไว้แล้วไปรับวัฒนธรรมใหม่ แล้วแต่กระแสจะพาไป ก็จะทำให้วัฒนธรรมสูญหายไป การสั่งสอน
ของคนไทยมักจะสอนให้ต้องทำอย่างนั้นอย่างนี้ สอนที่ผล ทั้งที่จริง ๆ แล้วคนไทยมีเหตุผล กุศโลบาย
และภูมิปัญญา

วัด เป็นสุดยอดของแหล่งท่องเที่ยว เพราะเป็นแหล่งรวมของวัฒนธรรม มีทรัพยากรทางกาย
ภาพ ทรัพยากรที่เป็นวัฒนธรรม นามธรรม เพียงแต่เราจะถ่ายทอดออกไปได้อย่างไร ถ้าเราแยกส่วนไม่ได้
มองอย่างต่อเนื่อง เป็นเหตุเป็นผล เราก็จะทำได้เพียงแต่คนมาวัดมาถ่ายรูปสวยงาม ชาวต่างชาติที่มีพื้นฐาน
ศาสนาและวัฒนธรรมต่างก็มาเพียงแต่ถ่ายรูป บางครั้งก็มาทำกริยาที่ไม่เหมาะสม คนไทยมาก็ไม่ได้สร้าง
ปัญญา ส่วนหนึ่งอาจจะเพราะวัดไม่ได้ทำให้ชัดเจนว่าจะพัฒนาสังคม ทั้งที่บทบาทของวัดสามารถสนอง
ประโยชน์ได้ทั้ง 2 ด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ทางด้านการน่ายได้เข้าทำนุบำรุงวัด ทำนุบำรุง
ท้องถิ่น จังหวัดและประเทศโดยรวม ขณะเดียวกันวัดก็เป็นแหล่งที่สามารถให้ความรู้ความคิดที่กว้างขึ้น
ให้ความสงบ ความร่มเย็นกับผู้คน ให้พุทธศาสนิกชนเข้าใจพุทธศาสนาได้ดีขึ้น วัฒนธรรมของชุมชน
ของสังคม ไม่ว่าที่ไหนในโลกไม่มีอะไรเป็นหลักเท่ากับศาสนา ศาสนาเป็นรากเหง้าของการตั้งชุมชนสังคม
วัดเป็นแหล่งรวมทั้งศิลปะ สถาปัตยกรรม ฝีมือช่างไปจนถึงนามธรรม วิถีชีวิต ประเพณี ที่เป็นกุศโลบาย
ทำให้คนมีความมั่นคง ภูมิใจ วัดต้องมีการปรับตัวเพราะมีแรงกระแทกจากสังคมภายนอก ทำอย่างไรสิ่งที่วัด
ทำอยู่จะได้ตามหลักพระศาสนา แล้วหาความเชื่อมต่อกับวิถีหรือวิชาการทางโลก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพุทธ
ศาสนา ในสมัยโบราณวัดกับสังคม หรือพุทธบริษัท 4 ทาง คฤหัสถ์ กับทางสงฆ์ ทางฆราวาสจะต้องเป็น
องค์รวมเดียวกัน ต้องพึ่งพากัน ไม่เอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง การพัฒนาปัจจุบันในหลาย ๆ พื้นที่จะเห็นว่าถูก
รุกไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น การพัฒนาบางอย่างในวัดก็ต้องตามใจญาติโยมที่มาเป็นอุปถัมภ์ แต่ทางวัดก็
ต้องเข้าไปดูแลให้ปฏิบัติตามกฎ ให้เป็นไปตามทิศทาง มีการอุปถัมภ์ในการพัฒนา ทำให้ผิดหลักศาสนา คือทำ
ให้ไปเบียดเบียนซึ่งกันและกัน เบียดเบียนธรรมชาติ เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม ทำเพื่อสนองประโยชน์ให้แก่
คนหรือกิเลส ทุกอย่างควรจะทำให้เกิดความพอดี ให้เกิดความสมดุลของการพัฒนา ไม่เบียดเบียนธรรม
ชาติ สิ่งแวดล้อม และชุมชน เมื่อก่อน พระ วัด ชาวบ้าน ต้องอยู่ด้วยกัน แต่ด้วยความเจริญ ความเป็น
โลกาภิวัตน์ พระบางวัดไม่ต้องบิณฑบาตเพราะมีโรงทาน มีเศรษฐกิจนอกมาทำบุญ ความผูกพันตรงนี้จะ
ขาดหายไป ทุกอย่างเร็วมากขึ้น เริ่มขาดความสมดุล ปัญหาอยู่ที่จะทำให้เกิดความสมดุลอย่างไร ทำให้
เกิดประโยชน์ทางการท่องเที่ยวอย่างไร

ปัญหาที่พบมากในวัดคือ เรื่องการวางแผนการแยกสัดส่วนที่ชัดเจนว่าส่วนใดเป็นเขตพุทธาวาส สังฆาวาส เติมวัดมีโบสถ์ วิหาร เจดีย์ พอสังคมพัฒนาขึ้นก็มีความต้องการมากขึ้น ต้องการศาลาการเปรียญ โรงเลี้ยง ห้องสมุด โรงเรียนพระปริยัติธรรม แต่ลืมมองสิ่งที่วางไว้เดิม หลักการทำผังที่ถูกต้องคือการแยกกลุ่มการใช้สอยให้ชัดเจน เป็นสัดส่วนว่าเขตใดเป็นเขตวันวาย เขตกลาง เขตสงฆ์ แล้วแยกเป็นเขตพุทธาวาส สังฆาวาส ชาวตะวันตกก็มีการแยกเป็นเขตสาธารณะ เขตกึ่งสาธารณะ เขตส่วนตัว โดยจะให้เขตสาธารณะอยู่ติดกับเขตส่วนตัวไม่ได้ แต่ของเราสามารถเข้าไปถึงกุฏิพระ มีป้ายขายของ ป้ายเมรุติดกุฏิ ตรงนี้ต้องจัดให้เป็นสัดส่วนอย่างชัดเจนว่าตรงไหนเข้าไปได้ ตรงไหนเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ห้ามเข้าของบางอย่างที่คนนำมาถวายอาจจะไม่เข้ากับสถาปัตยกรรมของวัด พระจะต้องเป็นผู้กำกับดูแล ไม่รับของเหล่านั้นมา เช่นมีฆราวาสนำเสาโกธิค (Gothic) มาถวายให้สร้างศาลาแบบยุโรป แบบโรมัน ก็ไม่เหมาะสม ถือเป็นการทำลายภูมิปัญญา หรือการออกแบบโบสถ์ให้มีรูปแบบเดียวกันทั่วประเทศ ทำให้โบสถ์อีสาน (ลิม) ไปเหมือนกับโบสถ์ภาคกลาง ก็ทำลายภูมิปัญญา สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น

การซ่อมแซมโบราณสถานในวัดต้องเข้าใจขั้นตอนการทำ เพราะวัสดุในการสร้างสมัยก่อนกับปัจจุบันไม่เหมือนกัน ต้องศึกษาในเรื่องการบำรุงรักษา การซ่อมแซม การดูแลอาคารสถานที่ที่รกรุงรัง โดยเฉพาะวัดที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก ผลที่ตามมาคือต้องมีที่วางรองเท้า ที่ขายดอกไม้ ขายรูปเทียน ขายของที่ระลึก ขายอาหาร บางอย่างที่มีกิจใช้สอยรองลงไปทำเป็นหลักก็ผิดลักษณะ ความใหญ่โตและฝีมือของช่างของคนโบราณก็ไปทำลาย ทำให้เสียศักยภาพของภูมิปัญญาคนโบราณที่ทำมาดีแล้ว สิ่งของที่รกรุงรังควรเก็บไว้ในที่เก็บของ จัดที่จำหน่ายให้เหมาะสมโดยอาจจะสร้างเป็นศาลาให้สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น ให้มีรูปแบบง่าย ๆ ใช้วัสดุที่คงทน ไม่ต้องโดดเด่น ความงามในหลักศาสนา คือความเรียบง่าย สอดคล้องกับธรรมชาติ สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย วัดจะต้องสื่อความหมาย การทำให้คนรับรู้ ประชาสัมพันธ์ให้เกิดความประทับใจ ให้เห็นว่าวัดเป็นสิ่งที่เขาค้นหามาตลอดชีวิต หลักธรรมเป็นสัจธรรม เป็นสิ่งที่พระพุทธองค์ตรัสไว้ดีแล้ว ชอบแล้ว เราจะทำอะไรให้เชื่อมโยงกับสถานการณ์ปัจจุบัน แล้วเอาสถานการณ์ปัจจุบันมาใช้ตามหลักธรรม ไม่ใช่ไปยึดอยู่เฉพาะหลัก เราสามารถประยุกต์ใช้หลักธรรม ให้เข้ากับรูปแบบปัจจุบัน รู้เท่าทันและทำให้ทันกับภาวะโลกที่มันบีบเข้ามา จะสามารถพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี ให้ประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม สร้างความร่มเย็นให้แก่ชุมชน เพื่อที่ศาสนาจะได้ดำรงอยู่และเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสร้างสังคมของเราให้มีความสุขสืบไป

3.5 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในระบบการท่องเที่ยว เรื่องของข้อมูลข่าวสารกับการสื่อสารที่สามารถรับรู้ถึงกันได้ทั้งหมดเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เกิดบูรณาการเป็นหนึ่งเดียวกันได้ต้องเป็นระบบที่เรียนรู้ได้ ปรับตัวได้ ระบบอะไรที่เรียนรู้ไม่ได้ก็จะเกิดวิกฤตและหมดสิ้นไป ไม่ว่าจะเป็นองค์กรอะไรก็ตามถ้าองค์กรนั้นเรียนรู้ไม่ได้ ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไปได้ จะเกิดความเสื่อม เพราะฉะนั้นองค์กรหรือระบบที่จะยั่งยืนต้องเรียนรู้และมีความถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของระบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของระบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมองค์กรและอื่น ๆ นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีจินตนาการใหญ่ จินตนาการในที่นี้ไม่ใช่ความรู้ แต่มีความหมายไกลเลย ความรู้และไม่ต้องอาศัย อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ กล่าวว่า จินตนาการสำคัญกว่าความรู้ (Imagination is more important than Knowledge) เจ้าชายสิทธัตถะมีจินตนาการที่ใหญ่มาก จินตนาการว่ามนุษย์พันทุกข์ได้ แต่

ไม่ทรงมีความรู้จึงทรงไปลองผิดลองถูก ไปทรมานพระองค์แปลว่าไม่ทรงรู้ แต่มีจินตนาการล่วงหน้าไปก่อน แล้วว่ามนุษย์พันทุกขี้ได้แล้วจินตนาการก็กระตุ้นให้หาความรู้เพื่อนำมาปฏิบัติให้ได้ เพราะฉะนั้นเมื่อจะมองระบบการท่องเที่ยวให้มีพลังจึงต้องมีจินตนาการให้ใหญ่ นำมาซึ่งวัตถุประสงค์ของระบบการท่องเที่ยวจำนวน 10 ข้อดังนี้

3.5.1 เพื่อยกระดับจิตสำนึก ศักดิ์ศรี และคุณค่าของการเป็นคนไทย

ขณะนี้คนไทยดูถูกตัวเองว่าไม่เก่ง ของไทยไม่ดี ต้องเป็นของต่างชาติคุณค่าถึงสูง การที่เราจะแก้วิกฤต และพ้นวิกฤตได้ต้องยกระดับจิตสำนึกของคนไทยให้เป็นจิตใหญ่ มีใจสู้ ว่าคนไทยนี้มีดี มีศักดิ์ศรี ถ้าเราไม่มีศักดิ์ศรีเราจะสู้ไม่ได้ในเรื่องการท่องเที่ยว

การยกระดับจิตสำนึก ศักดิ์ศรี และคุณค่าของการเป็นคนไทยต้องมีการวิจัยทั้งด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ทั้งอดีตและปัจจุบันว่าเรามีความดีอะไรบ้าง แล้วทำไมคนเข้ามาเที่ยวประเทศเราถึง 8 ล้านคน การที่เขามาเที่ยวแสดงว่าเรามีของดีแล้วตัวเราจะทำอย่างไรให้คนที่มาเที่ยวนั้นกลับไปแล้วต้องเป็นคนดีขึ้น เนื่องจากได้มาสัมผัสความดีของแผ่นดินไทย สิ่งนี้เป็นประเด็นใหญ่ที่จะดึงดูดจิตของทุกคนเข้ามาด้วยกัน เพราะจุดสำคัญที่จะทำให้มีพลังนั้นคือ คุณค่าหรือที่เรียกว่า มิติทางจิตวิญญาณ ไม่ใช่มีแต่ทางวัตถุ ไม่ใช่มีแต่เงินทองเท่านั้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำให้คนไทยทั้งหมดไม่ว่า ประชาชน คณะรัฐมนตรี นักการเมือง สมาชิกวุฒิสภา ฯลฯ เห็นภาพรวมเดียวกัน เห็นความดีของแผ่นดินไทยเห็นเรื่องที่คนต่างชาติและคนไทยเองได้ไปเที่ยว ได้สัมผัสจิตวิญญาณของความดีเพื่อยกระดับจิตวิญญาณของคนไทยขึ้น เห็นคุณค่าของการเป็นคนไทยจุดนี้คือจุดการกุศล สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นมรดกของไทยเป็นทุนของประเทศ ที่จะช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย

3.5.2 เพื่อยกระดับการวิจัย

ต้องวิจัยประวัติศาสตร์ทุกตำบล ซึ่งเราทำได้ เพราะในตำบลมีบุคลากร เช่น ครู ปลัด ชาวบ้าน แต่ขาดการจัดการเท่านั้น นอกจากนี้ให้มีการทำพิพิธภัณฑ์ตำบล ซึ่งทำได้ทุกตำบลโดยไม่ต้องใช้งบประมาณของรัฐแต่ด้วยความร่วมมือของชุมชนนั่นเอง โดยสามารถใช้วัดใดวัดหนึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์แล้วก็จัดระบบขึ้น เช่น วัดหนึ่งที่ลพบุรีเจ้าอาวาส ทำพิพิธภัณฑ์เรือ เรือโบราณ เรือทุกชนิด ทุกคนก็อยากไปดู แต่ด้วยความร่วมมือของชุมชนนั่นเอง นอกจากนี้ยังวิจัยได้ว่าในแต่ละตำบลมีข้อดีอะไรบ้าง เช่น ไคร้ท่าขนมเก่ง ทำกับข้าวเก่ง ทอผ้าเก่ง จากนั้นทำเป็นระบบข้อมูลว่า คนไทยตำบลไหนทำอะไรเก่ง แล้วเอามาแลกเปลี่ยนกัน ได้เห็นคุณค่ากันเท่านี้คนไทยก็ได้แลกเปลี่ยนได้กินของอร่อย ได้ชื่นชมกันแล้วมันก็นำมาซึ่งเศรษฐกิจที่เรียกว่า SME

นอกจากการวิจัยในระดับตำบลแล้วสามารถเชื่อมโยงกับการวิจัยระดับทั้งประเทศ เช่น เรื่องของศิลปะพหุทั้งประเทศ ทุกตำบล พอเราเห็นคุณค่าซึ่งกันและกันผู้คนก็มีความสุขและได้สร้างสรรค์มากขึ้น สิ่งแวดล้อมเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจต่าง ๆ

ในแต่ละตำบลควรที่จะวิจัยความหลากหลายทางชีวภาพซึ่งมีคุณค่ามากแต่เราไม่รู้ เพราะการศึกษาในโรงเรียนเป็นการท่องหนังสือที่คนกรุงเทพฯ แต่งแล้วคนกรุงเทพฯ ก็ไปเอามาจากต่างประเทศ โดยไม่ศึกษาความเป็นจริงในตำบลการศึกษานั้นเลยไม่รู้เลยว่าในตำบลเป็นอย่างไร เพราะฉะนั้นการที่เราจะมองเรื่องระบบการท่องเที่ยวจึงไปกระทบเรื่องการศึกษาด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นจุดคานงัดนำไปสู่การพัฒนาทั้งหมด การศึกษาต้องเปลี่ยนแปลงไม่ใช่ท่องหนังสือเหมือนในยุคปัจจุบัน การศึกษาต้องรับรู้ ต้องรู้ว่าอะไรเหมือนระบบประสาทเราแต่ละตรงไหนมันก็รู้ ตาเห็น หูได้ยินอะไรต่าง ๆ และควรมีการวิจัยสถานภาพของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ประเมินสถานภาพทุกปีว่าขณะนี้มันเป็นอย่างไรรู้ว่าได้ปรับตัวได้

ตรงนี้คือทำให้ระบบเรียนรู้ได้ เพราะฉะนั้นสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยต้องเข้ามาสนับสนุนการวิจัยอย่างเต็มที่ทั้งระบบ แล้วนำผลการวิจัยนี้ป้อนกลับไปสู่ฝ่ายนโยบายให้รู้ข้อมูลเดียวกันเพื่อที่จะได้ปรับตัวอยู่ตลอดเวลา

3.5.3 เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นรากของสังคม เหมือนต้นไม้มีราก สังคมก็ต้องมีรากและรากของสังคมคือวัฒนธรรม วัฒนธรรมมีความหมายที่กว้างใหญ่มาก ไม่ใช่ หมายถึง ศิลปิน วัตถุ การร้องรำทำเพลงเท่านั้น แต่หมายถึง วิถีชีวิตร่วมกันของกลุ่มชนในสิ่งแวดล้อมหนึ่ง ๆ สิ่งแวดล้อมต่างกันวิถีชีวิตก็ต่างกัน เพราะฉะนั้นวัฒนธรรมจะมีความหลากหลายไปตามสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมทั้งหมดตั้งแต่ความเชื่อร่วมกัน คุณค่าร่วมกัน การทำมาหากิน วิถีชีวิต สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นวัฒนธรรม คนไทยนัดทำการเกษตร ดังนั้นการเกษตรก็เป็นวัฒนธรรมของคนไทย คนไทยเห็นคุณค่าในสถาบันพระมหากษัตริย์ สถาบันพระมหากษัตริย์ก็เป็นวัฒนธรรมไทย พุทธศาสนาและศาสนาอื่นเป็นคุณค่าของกลุ่มชนที่ถือคุณค่าร่วมกัน ฉะนั้นการทำมาหากิน การแต่งตัว ที่อยู่อาศัย เรื่องการรักษาตัว การแพทย์แผนโบราณ สุนทรียกรรมต่าง ๆ เป็นวัฒนธรรมทั้งสิ้น เพื่อให้มนุษย์อยู่ได้ดีในสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น กรุงเทพฯเป็นเมืองต่ำที่มีน้ำท่วมทุกปี แต่คนโบราณรู้ว่าจะอยู่อย่างไรให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อม เช่นนี้จึงขุดคูคลองไว้เพื่อระบายน้ำไปโดยเร็ว และรู้ว่าน้ำจะท่วมกรุงเทพฯ จึงปลูกบ้านเสาสูง เมื่อน้ำท่วมข้างล่างก็อยู่ข้างบน เมื่อน้ำลดลงข้างล่างไม่เดือนร้อน คนปัจจุบันไม่รู้กลับถมคลองหมด น้ำก็ท่วมกรุงเทพฯ แล้วยังสร้างบ้านตึกติดดินอย่างฝรั่งอย่างนี้แปลว่าไม่เข้าใจวัฒนธรรม ผลร้ายของการที่ไม่เข้าใจวัฒนธรรมนี้ ทำให้การแก้ปัญหา น้ำท่วม ซึ่งเป็นเรื่องของคนกรุงเทพฯ ต้องใช้งบประมาณหลายหมื่นหลายแสนบ้านบาทที่ไปเอามาจากชนบท การเรียนรู้ทุกวันนี้เป็นการแยกคนไทยออกจากแผ่นดินไทย โรงเรียนตั้งอยู่ที่ไหนเหมือนยานมนุษย์ต่างดาวมาลง แล้วนักเรียนมาท่องหนังสือที่คนกรุงเทพฯ เขียนให้วางหลักสูตรที่ไปลอกมาจากต่างประเทศคนไทยทั่วประเทศเลยไม่เข้าใจแผ่นดินไทย แผ่นดินไทยนี้คือวัฒนธรรมไทย ฉะนั้นการท่องเที่ยวควรจะมาส่งเสริมชีวิต วัฒนธรรม เพราะนักท่องเที่ยวที่มาไม่ได้อยากมาดูสิ่งที่เขามี เช่น ตึกงามบ้านช่อง ศูนย์การค้าเขาก็มีแล้ว เขาอยากสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ในประเทศญี่ปุ่นมีชาวพื้นเมืองเดิม ที่เรียกว่าพวกไอนุที่ว่าเป็นคนจน แต่พวกไอนุได้ใช้วัฒนธรรมต่อสู้เพื่อความอยู่รอดของตัวเองโดยรักษาวัฒนธรรมไว้แล้วคนญี่ปุ่นก็ไปดูชาวไอนุ ไปกินอาหารไปดูวัฒนธรรมของเขา เพราะฉะนั้นวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือการต่อสู้เพื่อความอยู่รอด ซึ่งการท่องเที่ยวก็สามารถจะเข้าไปเชื่อมโยงไปส่งเสริมชีวิต วัฒนธรรมของกลุ่มชนต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพฯ ในต่างจังหวัด ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ด้านอื่น ๆ ด้วย

3.5.4 เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น

ชุมชนท้องถิ่นมีความสำคัญเพราะว่าเป็นฐานของสังคม ถ้าชุมชนท้องถิ่นหรือรากฐานถูกทำให้อ่อนแอองสังคมทั้งหมดจะทรุดตัวลง เหมือนตึกที่มีฐานหรือพระเจดีย์ก็ต้องมีฐาน ข้างบนถึงจะโตขึ้นได้มาก สังคมไทยที่วิกฤตทุกวันนี้เพราะการพัฒนาที่ผ่านมาไปทำลายฐานสังคม ทำลายชุมชนท้องถิ่นให้อ่อนแอ เพราะฉะนั้นเรื่องความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น จะทำให้สังคมไทยทั้งหมดมีความมั่นคง ทั้งประเทศเรามี 7,000 ตำบล ถ้าทุกตำบลหายจนชุมชนท้องถิ่นที่เข้มแข็ง ข้างบนเกือบไม่ต้องทำอะไรเลย เพราะอำนาจซื้อของประชาชนจะมาก จะซื้อวิทยุ ซื้อพัดลม และอื่น ๆ เศรษฐกิจข้างบนจะดีได้เอง โดยข้างล่างเข้มแข็งที่แล้วมาเราไปพยายามให้ข้างบนรวยทั้ง ๆ ที่เป็นส่วนน้อย แล้วบอกว่ากระจายลงไปข้างล่างเอง แล้วก็ไม่สำเร็จ ผลที่ได้กลับทรุดโทรมไปทั้งหมด ในทางตรงกันข้ามถ้าชุมชนเข้มแข็งแล้วจะส่งผลให้

ข้างบนมันดีและเข้มข้นไปด้วย ซึ่งในการจัดท่องเที่ยวชุมชนสามารถจะจัดให้มีที่พักนักท่องเที่ยวราคาถูก ที่ขายอาหาร ขายสินค้าของชุมชน และสร้างความเชื่อมโยงกับการวิจัยเรื่องประวัติศาสตร์ตำบล พิพิธภัณฑ์ตำบล เป็นต้น

3.5.5 เพื่อส่งเสริมให้มนุษย์กับมนุษย์ได้สัมผัสและได้พัฒนาจิตใจให้สูงขึ้น

เพราะว่าการท่องเที่ยวเป็นการเคลื่อนไหวคนให้ได้มาเจอกัน สัมผัสกัน กินข้าวด้วยกัน ได้เที่ยวด้วยกัน ได้ทำอะไรด้วยกัน เป็น Human Touch เพื่อเพิ่มมนุษยธรรม เพิ่มคุณค่าทางจิตใจขึ้น ปัจจุบันในสังคมมีกำแพงกันคนออกจากกัน และกันบทบาทคนอื่น โรงเรียน นักเรียน ครู อยู่แต่ในโรงเรียนไม่เกี่ยวข้องกับชุมชน คนไข้ต้องไปอยู่ที่โรงพยาบาล แพทย์ นักศึกษา นักเรียน ต้องท่องแต่หนังสือ ทำให้ไม่รู้จักมนุษย์ มีแต่ความเครียด ดังนั้นเมื่อคนถูกกันให้ขาดจากกันก็จะเกิดการแตกแยก ครั้งหนึ่งมีอาจารย์ที่ธรรมศาสตร์จัดให้นักศึกษา 40 คนมาอยู่กับชาวบ้านที่ชุมพร บ้านละคน บ้านอยู่ลึกเข้าไปในป่า ชาวบ้านเขาก็เลี้ยงดูตามสภาพ แต่ก็สามารถสร้างให้เกิดความรัก ความเข้าใจกันได้ แปลว่าคนปัจจุบันมักไม่เห็นกับคนอื่น ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะสภาพของการจัดการศึกษา ถ้าเราจัดให้คนกับคนมาเจอกัน ได้กินข้าวด้วยกัน ได้คุยกัน คนก็จะรักกัน เพราะหัวใจได้เข้ามาสัมผัสกัน ธรรมชาติมนุษย์นั้นมีความเมตตา มีความดี ถ้าเราอ่านหนังสือพิมพ์ เราจะว่ามนุษย์มีแต่ความชั่วทุกวัน เพราะจะมีแต่รายงานว่าใครร้าย ใครเลวอย่างไรบ้างทุกวัน แต่จริง ๆ แล้วธรรมชาติมนุษย์มีความดี มีตัวอย่างหนึ่งคือ มีผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาที่ศรีสะเกษ ตอนที่他是ผู้จัดการทำนกับอกสบายทุกอย่าง มีพวกนักธุรกิจมาติดต่อขอยืมเงิน ต่อมาธนาคารมีนโยบายสินเชื่อเพื่อเกษตรกร แล้วท่านจะต้องออกไปพบกับชาวนา ท่านก็โกรธ ท่านเคยอยู่สบาย แต่พอทำไปก็เกิดความสุข เกิดความรัก เกิดความเห็นอกเห็นใจกันแล้วเกิดความสุขที่ไม่เคยมีมาก่อน แล้วตอนหลังไม่อยากจะกลับไปทำงานอย่างเดิมเพราะถึงแม้ว่ารายได้จะน้อยกว่า ตอนที่เป็นผู้จัดการนั่งอยู่ในห้องแอร์ แต่มีความสุขมากกว่ามีจิตใจที่สุขุมลุ่มลึกมากกว่า สิ่งตรงนี้จะเกิดเสมอ ขอให้คนต่อคนได้สัมผัสกัน ใจต่อใจได้ไปสัมผัสกัน ฉะนั้นการท่องเที่ยวต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้มนุษย์กับมนุษย์ได้สัมผัสกัน ได้พัฒนาจิตใจให้สูงขึ้น

3.5.6 สร้างและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม

ก่อนอื่นต้องดูว่ารายได้จากการท่องเที่ยวกระจายไปที่ใด ซึ่งมีความจำเป็นที่ต้องมีการกระจายอย่างเป็นธรรมไม่กระจุกอยู่ในที่ใดที่หนึ่ง ถ้าทุกคนที่เกี่ยวข้องได้รับรายได้อย่างเป็นธรรม และเห็นความยุติธรรมนั้น เขาจะพยายามรักษาระบบ ถ้าระบบดีเราทุกคนจะได้รับประโยชน์ ทุกคนจะอยากรักษาระบบ แล้วจะไม่ทำร้ายหรือเอาเปรียบนักท่องเที่ยวอยากจะทำความดี ฉะนั้นจึงต้องมีการสร้างและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม วิธีการหนึ่งคือจะต้องมีการพัฒนาระบบบัญชีที่ทุกคนดูง่าย โดยที่ระบบบัญชีนี้จะเป็นทั้งข้อมูล และการสื่อสารเพื่อแสดงความยุติธรรม ฉะนั้นระบบบัญชีการท่องเที่ยวจะต้องให้ดูง่าย ว่ารายได้มาอย่างไรแล้วกระจายไปที่ไหนบ้าง เพื่อแสดงให้เห็น

3.5.7 ก่อให้เกิดความชอบอย่างสร้างสรรค์

ธรรมชาติของคนมักชอบเที่ยว เด็ก ๆ ก็ชอบเที่ยว สัตว์ก็ชอบ ใคร ๆ ก็ชอบเที่ยวกันทั้งนั้น เพราะมนุษย์ของเจอบของใหม่ ถ้าเจอบของใหม่แล้วมีความสุขที่ได้เจอบของที่ไม่เคยเจอ ท่านพุทธทาสภิกขุ มีสุภาษิตอยู่บทหนึ่งที่พิพิธภักต์หน้าสวนโมกข์ว่า “เมื่อกินแตงโมแล้วไม่หวานกินแกงแล้วไม่อร่อยก็อย่าโกรธให้นึกว่าได้เจอบของใหม่” คือ การเจอบของใหม่แล้วทำให้คนมีความสุข เราได้เรียนรู้ของใหม่ได้พบของใหม่ พวกผู้ชายก็อย่าไปอ้างแล้วกันว่าหมอบระเวสบอกว่าต้องเจอบของใหม่ เลยไปหาของใหม่ แต่ละเรื่องมันมีหลายด้านอย่าไปเอาด้านเดียว แต่ว่าความสุขควรจะเป็นความสุขที่สร้างสรรค์ ความสุขที่ไม่ไปทำลายสิ่งแวด

ล่อม ไม่ไปทำลายวัฒนธรรมเป็นความสุขที่ได้เรียนรู้ว่าคืออะไร ความงามอย่างไร ประวัติศาสตร์ยังง ในอดีตหรือปัจจุบัน ควรให้การท่องเที่ยวได้นำไปสู่การสร้างสรรค ทำให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมยิ่งขึ้น เพราะเมื่อคนรักษาสิ่งแวดล้อมก็จะมีคนมาเที่ยวมากขึ้น ได้รับส่วนแบ่งรายได้ที่ยั่งยืน ถ้าสิ่งแวดล้อมหมดไปต่อไปไม่มีคนมาเที่ยว รายได้ก็หมดไปด้วย เราต้องตั้งเป้าหมายไว้ว่าการท่องเที่ยวเป็นของดี เมื่อนักท่องเที่ยวไปเที่ยวแล้วได้สัมผัสของดี ได้เรียนรู้ของดี เกิดความบันเทิงใจที่จะเป็นคนดีขึ้น จึงจะถือเป็นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

3.5.8 ให้การท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาการศึกษา

ได้กล่าวไปแล้วว่าทุกตำบลมีโรงเรียน แล้วทุกตำบลก็ควรมาพัฒนาเรื่องการวิจัย การเรียนรู้ให้รู้ในตำบลมีอะไร มีความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์อย่างไร รวมทั้งต้องมีการฝึกอบรมภาคีที่เก่ง ข้นด้วย เพราะภาคีที่เก่งนั้นย่อมช่วยเรื่องการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพขึ้น ที่นครวัดมีเด็กหนุ่มเขมรมานำเที่ยวพูดภาษาไทยได้ พูดภาษาอังกฤษเก่งมาก รู้ประวัติศาสตร์อย่างละเอียด ทราบว่าได้รับการฝึกจากยูเนสโก ฉะนั้นเรื่องการฝึกให้เก่งจึงเป็นเรื่องสำคัญ หรือครั้งหนึ่งได้พาเพื่อนชาวอเมริกันไปเที่ยวที่วัดพระแก้ว และได้คุยกับภาคีคนหนึ่ง บอกว่าจบนิติศาสตร์แต่ไม่มีงานทำจึงมาเป็นภาคี อีกคนหนึ่งมาบอกว่าเขาจบวิศวกรจากเยอรมนี ตอนนี้ไม่มีงานทำก็มาเป็นภาคีเหมือนกัน เขาอาจจะพูดด้วยความแค้นที่ว่าไม่มีงานทำ แต่ผมมองในด้านการงานว่าดี ให้อาชีพต่าง ๆ มาเป็นภาคี คุณภาพจะได้สูงขึ้น ผมมองว่าขณะนี้บัณฑิตตกงานน่าจะมาเรียนรู้เรื่องสถานที่ท่องเที่ยวแล้วจัดกลุ่มกันเป็นบริษัทเล็ก ๆ มีคุณภาพสูง แล้วรับดูแลนักท่องเที่ยวให้ปลอดภัยและได้รับความรู้ด้วย จะเป็นเรื่องที่ดีมาก ฉะนั้นการท่องเที่ยวก็เชื่อมโยงกับเรื่องการศึกษาอย่างสำคัญ

3.5.9 ส่งเสริมให้เกิดสังคมโปร่งใสและยุติธรรม

จากตัวอย่างของร่างกายมนุษย์ที่จะสามารถสื่อสารรับรู้กันได้ทั้งหมดโดยมีสารเคมีเป็นเครื่องมือสื่อสาร ฉะนั้นในระบบการท่องเที่ยวซึ่งมีคนเกี่ยวข้องด้วย มากกว่า 8 ล้านคนจากต่างประเทศ และคนไทยประมาณ 50 ล้านคน สามารถให้นักท่องเที่ยวแต่ละคนเป็นสื่อข้อมูลข่าวสารได้ด้วย โดยการสร้างระบบข้อมูลที่จะรู้ถึงกันได้ ซึ่งจะช่วยให้สังคมโปร่งใส ไม่เช่นนั้นอะไรที่มีอยู่แล้วในที่คนไม่รู้ไม่เห็น จะเกิดสิ่งที่ไม่ดีขึ้นได้เพราะความไม่ดีเกิดในที่มืด ส่วนในที่สว่างคนจะไม่กล้าทำไม่ดี จึงต้องให้การท่องเที่ยวเป็นสื่อนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ให้รู้ทั่วถึงกันหมดในสังคม

3.5.10 พัฒนาระบบการจัดการ

การจัดการที่ดีนั้นจะทำให้สิ่งที่เป็ไปไม่ได้เป็นไปได้

3.6 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21

3.6.1 ผลกระทบทางเศรษฐกิจและการรั่วไหลจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การใช้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศ ในขณะที่รายได้ที่รับจากการท่องเที่ยวก็รั่วไหลออกในรูปของการใช้จ่ายในส่วนของ Franchise Management Fee เป็นส่วนใหญ่ สำหรับธุรกิจที่มีการดำเนินงานเป็นกลุ่ม

3.6.2 การขยายอิทธิพลของสหรัฐอเมริกาสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การตอบรับของสังคมพื้นถิ่นต่อการเปลี่ยนแปลงอาจเกิดได้เกินความคาดหมาย วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่เป็นส่วนหนึ่งของสินค้าทางการท่องเที่ยว จะได้รับอิทธิพลจนเกิดการเบี่ยงเบนและเปลี่ยนแปลงไปในที่สุด

3.6.3 ผลกระทบของโลกาภิวัตน์

การเปลี่ยนแปลงแนวความคิดในส่วนต่าง ๆ อาทิ ด้านสิ่งแวดล้อม การคุ้มครองผู้บริโภค ความเปลี่ยนแปลงในเรื่องค่าเงิน นโยบายด้านการบิน การแปรรูปธุรกิจต่าง ๆ จะสร้างความกดดันให้แก่องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกให้มีการเปิดเสรีมากยิ่งขึ้น

3.6.4 การผ่อนคลายระเบียบพิธีการผ่านแดน

เกือบทุกประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีแนวโน้มจะพิจารณาในเชิงปฏิบัติสำหรับการผ่อนปรนด้านระเบียบพิธีการเข้าเมืองมากยิ่งขึ้น เพื่อขจัดอุปสรรคในการเดินทางและขนส่งสินค้า

3.6.5 การรับคืนภาษี

หลายประเทศพิจารณาให้มีการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว และใช้เป็นจูงใจเสริมในการโฆษณาอย่างใดก็ตาม การปรับขึ้นอัตราภาษีสนามบินในบางประเทศมีส่วนสกัดกั้นการเดินทางออกของประชาชน

3.6.6 ผลกระทบด้านสังคม

ทัศนคติของประชาชนที่เชื่อว่าการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างประสบการณ์แปลกใหม่เป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามปัญหาด้านสังคมอื่น ๆ ที่ไม่ได้เกิดจากการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิ โสเภณีเด็ก อาจก่อให้เกิดความรู้สึกต่อต้าน และไม่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว

3.6.7 ด้านการจ้างงาน

มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นทั้งในประเทศและข้ามประเทศ

3.6.8 ความปลอดภัย

มีผลกระทบต่อการเดินทางโดยนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปในที่ ๆ มีความปลอดภัยสูงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

3.6.9 การป้องกันและปราบปราม

ทั้งในส่วนของการออกกฎหมายควบคุมและการจัดเจ้าหน้าที่คุ้มครอง รวมทั้งประสิทธิภาพในการดำเนินการป้องกัน แก๊ว และคุ้มครองความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว

3.6.10 ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี

มีการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินการด้านการตลาดมากยิ่งขึ้น ทั้งในส่วนการขายตรง การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Internet และการทำ Online Travel Agent รวมทั้งการใช้คอมพิวเตอร์ในการเก็บฐานข้อมูลลูกค้า ต่าง ๆ (Database)

3.6.11 สิ่งแวดล้อม

เป็นประเด็นสำคัญมากในปัจจุบัน โดยในส่วนของการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อม ได้กระตุ้นให้ผู้รับผิดชอบดำเนินการแก้ไขปกป้องสิ่งแวดล้อมอย่างไรให้ยั่งยืน

3.6.12 การบริการด้านการบิน

มีการรวมตัวกันของสายการบินต่าง ๆ ในลักษณะพันธมิตรมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดผลดีในด้านการตลาด เช่น การทำ Code-Sharing , Joint-Purchasing และ Database Marketing รวมทั้งช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานในเส้นทางต่าง ๆ ที่อาจทำกำไรได้น้อยหรือขาดทุน เป็นต้น

3.6.13 การเข้าเป็นพันธมิตรในเชิงธุรกิจของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

มีแนวโน้มที่จะมีการรวมตัวกันมากขึ้นในส่วนของภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านการสนับสนุนในทางการตลาดโดยเฉพาะในการทำ Direct Marketing นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มของการเข้าร่วมมือกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาคอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่นๆ อาทิ ภาคเกษตร สิ่งทอ อัญมณีและเครื่องประดับ คาดว่าในอนาคตสินค้าที่ขายให้กับนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยจะมีคุณภาพทัดเทียมกับคุณภาพของสินค้าส่งออก

3.6.14 โรงแรมที่พัก

มีแนวโน้มการเข้าซื้อกิจการหรือการทำความตกลงในลักษณะ Franchise และ Management Contract กับโรงแรมจากต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยจะเป็นการช่วยเหลือพึ่งพาในส่วนของ การสร้างเครือข่ายทางการตลาด

3.6.15 การเข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย

การจัดการส่งเสริมการขายในต่างประเทศยังคงมีอยู่ต่อไป แต่กลุ่มเป้าหมายจะหันไปสู่กลุ่ม Niche Market มากยิ่งขึ้น

3.6.16 การพัฒนาในส่วนของการท่องเที่ยวทางทะเลและเรือสำราญ

การท่องเที่ยวทางทะเลและการท่องเที่ยวทางน้ำ มีแนวโน้มว่าจะเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น โดยมีการพัฒนาและยกระดับการบริการ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานในระดับสากล

3.6.17 การพัฒนาการท่องเที่ยวภายในภูมิภาค

มีการร่วมมือกันภายในภูมิภาคต่าง ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การทำการวิจัยและการตลาดร่วมกัน รวมทั้งนำเสนอการท่องเที่ยวแบบไร้พรมแดน หรือ Multi Destination เพิ่มขึ้น

3.6.18 การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในตะวันออกกลาง

โดยเฉพาะทัวร์ศาสนา ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมอิสลาม

3.6.19 การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

นักท่องเที่ยวหันมาสนใจศาสนาและวัฒนธรรมมากขึ้น คาดว่า ทัวร์เชิงศาสนา อาทิ Buddhist Circuit Ankor Wat และทัวร์ประเภท Physical And Mental Rejuvenation จะเป็นที่ยอมรับ

3.6.20 แนวโน้มด้านการท่องเที่ยว

WTO ยืนยันว่าจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงเรื่องการจ้างงาน และรูปแบบของการลาพักผ่อนจะทำให้วันหยุดพักผ่อนสั้นลง แต่แบ่งเป็นหลายครั้งเพิ่มขึ้น แม้ว่าในบางประเทศจะกำหนดให้มีวันหยุดพักผ่อนมากขึ้น แต่การลดขนาดกิจการส่งผลให้ผู้บริหารต้องทำงานนอกเวลามากกว่าเดิม โดยย้ายมาทำที่บ้านแทน

3.6.21 การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง

นักท่องเที่ยวจะกระจายตัวเข้าสู่เมืองรอง หรือมีการหยุดแวะพักระหว่างทางมากขึ้น นอกจากนั้นการเชื่อมโยงทางอากาศจะเป็นประโยชน์ในการสนับสนุนให้เกิดการขยายตลาดทั้ง Inbound และ Outbound สู่มืองรองทางการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

3.7 นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 2540 – 2546

3.7.1 ส่งเสริมการอนุรักษ์ พัฒนาพิพิธภัณฑสถาน และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อมโดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป

3.7.2 ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่น ให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันแก้ไข หรือป้องกันปัญหาการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3.7.3 สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเร็วก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ

3.7.4 ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้

3.7.5 ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ความหวงแหน และช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารี ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป

3.7.6 ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่รองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3.7.7 กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศน์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันให้มาตรฐานต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดไป

3.7.8 ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในระดับของครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนรวมของประเทศสืบไป

3.7.9 ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

3.7.10 สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยว และใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น และเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

3.7.11 พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมในลักษณะของการลงทุน ร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพิ่มประโยชน์โดยส่วนรวมของชาติและองค์กร

3.8 ยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

3.8.1 การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและการค้า เพื่อสร้างฐานการผลิตในประเทศให้เข้มแข็ง พึ่งพาตนเองและสร้างภูมิคุ้มกันให้กับระบบเศรษฐกิจ โดยการพัฒนาคุณภาพคน พัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตและวิธีการผลิต ในการยกคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าให้ตรงความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สร้างสมดุลระหว่างการผลิตกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระจายความเสี่ยงที่เกิดจากการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนและเตรียมความพร้อมในการปรับตัวให้เข้ากับเศรษฐกิจยุคใหม่

3.8.2 เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับคุณภาพโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเพิ่มสมรรถนะภาคการผลิตและบริการ โดยใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานที่ได้พัฒนาขึ้นแล้วให้คุ้มค่าและพัฒนาให้มีคุณภาพอยู่ในระดับมาตรฐาน

3.8.3 การผลักดันกระบวนการเพิ่มผลผลิตของประเทศ โดยพัฒนากลไกในการเพิ่มผลผลิตทั้งการพัฒนาเครือข่ายประสานความร่วมมือภาครัฐ เอกชนและประชาชน ควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ

3.8.4 การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและระบบสหกรณ์ ให้เป็นฐานรากที่เข้มแข็งในการสร้างรายได้ของประเทศ ตลอดจนเน้นความเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตและบริการอย่างเป็นระบบครบวงจร

3.8.5 ปรับปรุงระบบเจรจาและความร่วมมือในเวทีระหว่างประเทศ เพื่อสร้างเอกภาพในการเจรจาทางการค้าและเสริมสร้างอำนาจต่อรองของไทยในเวทีเศรษฐกิจการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเป็นการวางรากฐานการพัฒนาประเทศในระยะยาว

3.8.6 ส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างงานและกระจายรายได้ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และพัฒนารูปแบบบริการที่มีศักยภาพใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น ซึ่งรวมถึงวิถีชีวิต สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีพื้นบ้าน ตลอดจนการส่งเสริมไทยเที่ยวไทยและการประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9. 2545 : 10)

4. ข้อมูลจังหวัดฉะเชิงเทรา

4.1 ประวัติเมืองฉะเชิงเทรา

“ฉะเชิงเทรา” เป็นคำที่แปลกและออกเสียงพูดได้ยากสำหรับผู้ที่ไม่คุ้นเคย เมื่อชาวจังหวัดอื่นพูดถึงชื่อจังหวัดฉะเชิงเทรา ต้องเว้นวรรคเล็กน้อยคือ “ฉะเชิง - เทรา” ทั้งนี้เพื่อออกเสียงให้ถูกต้องนั่นเอง ลักษณะดังกล่าวนี้ชาวจังหวัดฉะเชิงเทราเคยได้ยิน ได้ฟังชาวจังหวัดอื่นพูดมาบ้างแล้ว

ด้วยเหตุที่เป็นชื่อที่แปลกจึงมีการค้นหาที่มาของจังหวัดนี้ ทำให้พบหลักฐานสำคัญของชื่อจังหวัดนี้ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ดังนี้

ในปี พ.ศ. 2377 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดเกล้าฯ ให้กรมหลวงรักษารัตนเรศออกไปสร้างกำแพงเมือง ป้อมปราการขึ้น ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นเมืองเชื่อนขันฑ์ป้องกันพระนครทางทิศตะวันออก ป้อมปราการนี้ในปัจจุบันเป็นโบราณสถานสำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา ในกฎหมายเก่ากรุงรัตนโกสินทร์ระบุชื่อเมืองนี้ว่า “ฉะทรีงเทรา” (กฤษฎา หล้าประเสริฐ. 2542 : 1 ; อ้างอิงจาก ฉะเชิงเทรา. 2528 : 62)

จากคำว่า “ฉะทรีงเทรา” ในครั้งนั้นได้เพี้ยนมาเป็น “ฉะเชิงเทรา” ซึ่งท่านผู้มีความรู้หลายท่านได้แสดงความคิดเห็นต่อชื่อ “ฉะเชิงเทรา” ไว้ดังนี้

4.1.1 พระราชวินิจฉัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

พระราชวินิจฉัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ทรงเป็นพระมหากษัตริย์นักปราชญ์ ทรงมีความรอบรู้ เชี่ยวชาญวิทยาการต่างๆ เช่น ด้านภาษาศาสตร์ ด้านดาราศาสตร์ ด้านการคำนวณ พระองค์ท่านได้ทรงพระราชนิพนธ์ไว้ในหนังสือชุมนุมพระราชนิพนธ์ ภาคปกิณกะ ภาค 1 ความในพระราชนิพนธ์ตอนหนึ่งว่า “ชื่อบ้านเมืองเหล่านี้เป็นชื่อไทยบ้าง ชื่อเขมรบ้าง เป็นสองชื่อทั้งไทยทั้งเขมรอย่างเมืองฉะเชิงเทราเป็นชื่อเขมรเมืองแปดริ้วเป็นชื่อไทย”(กฤษฎา หล้าประเสริฐ. 2542 : 1 ; อ้างอิงจาก ฉะเชิงเทรา. 2528 : 61)

จากข้อความในพระราชนิพนธ์ดังกล่าว แสดงไว้อย่างชัดเจนว่าพระองค์ท่านทรงมีพระบรมราชวินิจฉัยว่า “ฉะเชิงเทรา” เป็นคำในภาษาเขมร ส่วนคำว่า “แปดริ้ว” ที่ใช้สำหรับเรียกขานชื่อเมืองนี้เช่นกันเป็นภาษาไทย

4.1.2 ความคิดเห็นของมหาอำมาตย์

ท่านมหาอำมาตย์ ได้นำพระราชวินิจฉัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เรื่องเมืองฉะเชิงเทราเป็นภาษาเขมร โดยนำคำว่า “ฉะเชิงเทรา” แปลสอนนิสิตในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ต่อมาได้ลงพิมพ์ในหนังสือสามทหาร ฉบับปีที่ 1 เล่ม 4 หน้า 39 ดังนี้

4.1.2.1 คำว่า “คลอง” เขมรโบราณเขียนว่า “จทิง” เพี้ยนเป็น “จะทิง” เช่น “จะทิงหม้อ” แปลว่า คลองหม้อ

4.1.2.2 คำว่า “คลอง” เขมรสมัยต่อมาเขียน “ฉทิง” เพี้ยนเป็น “ฉทรีง” หรือ “ฉะเชิง” เช่น “ฉทรีงเทรา” หรือ “ฉะเชิงเทรา” แปลว่า คลองลึก

คือ “ฉทรีง” หรือ “ฉะเชิง” แปลว่า คลอง

“เทรา” เขมรเขียน “เซรา” แปลว่า ลึก

ท่านมหาอำมาตย์ ได้กรุณาแปลคำว่า “ฉะเชิงเทรา” จากภาษาเขมร ซึ่งมีความหมายว่า คลองลึก

คำแปลความหมายทั้งหมดนี้เป็นเหตุผลว่า จะเขิงเทรา เป็นคำมาจากภาษาเขมร หมายถึง คลองลึก ถ้าพิจารณาถึงสภาพภูมิศาสตร์ของจังหวัดจะเขิงเทราจะเห็นได้ว่า เพราะเมืองจะเขิงเทรานี้ตั้งอยู่บนสองฟากฝั่งแม่น้ำบางปะกง ซึ่งเป็นแม่น้ำที่สำคัญที่สุดของหัวเมืองนี้ได้อาศัยทำการเพาะปลูก จับสัตว์น้ำ และเป็นเส้นทางคมนาคมไปมาหาสู่ระหว่างเมืองใกล้เคียง เมื่อครั้งสมัยขอมมีอำนาจปกครองดินแดนตะวันออกนี้ เป็นการสนับสนุนความหมายของคลองลึก ตามสภาพที่ปรากฏ

4.1.3 ความคิดเห็นของพลตรีคำเนิร เลขะกุล

พลตรีคำเนิร เลขะกุล ได้ให้ความเห็นที่แตกต่างจากท่านอื่น ๆ เพราะไม่เห็นด้วยกับความคิดที่ว่า จะเขิงเทรา มาจากภาษาเขมร โดยอธิบายว่า

“... ชื่ออันแปลกประหลาดของเมืองจะเขิงเทรา มีผู้ให้ความเห็นหลายคนว่า คำนี้เพี้ยนมาจากภาษาเขมรที่ว่า จทริงเทรา แปลว่า คลองลึก ผู้เขียนยังว่าไม่เชื่อว่า จะเขิงเทรา จะเพี้ยนมาจากคำว่า จทริงเทรา อย่างที่ใคร ๆ คิด เพราะในเมื่อเมืองนี้ได้ตั้งขึ้นในรัชกาลสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ อันเป็นขณะที่สิ่งต่าง ๆ เป็นไทยหมดสิ้นแล้ว แม้แต่เมืองต่าง ๆ ที่ตั้งขึ้นใหม่ในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันตามที่ยกมา กล่าวอ้าง ก็มีชื่อเป็นแบบไทย (อิทธิพลอินเดีย) ทั้งสิ้นคือ นนทบุรี นครชัยศรี และสาครบุรี (กฤษณา หล้าประเสริฐ. 2542 : 3 ; อ้างอิงจาก คำเนิร เลขะกุล. 2513 : 3)

จากคำบอกกล่าวของชาวเมืองที่เล่าสืบต่อกันมาว่า ชาวจังหวัดจะเขิงเทราจะเรียกขานชื่อจังหวัดนี้กันว่า “แปดริ้ว” โดยมีเรื่องราวที่เล่ากันต่อ ๆ กันมาหลายกระแสดังนี้

บางกัว่าในอดีตเมืองนี้มีความอุดมสมบูรณ์มาก ตามแม่น้ำ ลำคลอง มีปลาช่อนชุกชุมและเป็นปลาขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นปลาน้ำจืดรสดี เมื่อหาปลาได้จำนวนมากรับประทานไม่หมด ต้องเก็บรักษาด้วยวิธีทำปลาตากแห้ง เวลาแลเนื้อปลาตากแห้งต้องแลปลาออกเป็นแปดริ้ว ปลาจึงจะแห้งเสมอกันทั้งตัว เมืองนี้จึงได้ชื่อว่า “แปดริ้ว” ตามขนาดอันใหญ่โตของปลาช่อนซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเมือง

คำว่า “แปดริ้ว” จึงมีความหมายถึงความอุดมสมบูรณ์ ที่เหมาะกับคำว่า “ในน้ำมีปลาในนามีข้าว” ถึงแม้ว่าในปัจจุบันปลาจะไม่ชุกชุมและตัวใหญ่เหมือนในอดีต แต่ดินแดนนี้ยังมีสัตว์น้ำอีกมากมาย เช่น ปลาต่าง ๆ กุ้ง เป็นต้น

นอกจากนี้เรื่องปากท้องซึ่งเป็นเรื่องใหญ่และมีอิทธิพลต่อความคิดของชาวบ้านอย่างมากแล้ว นิทานพื้นบ้านซึ่งมีเนื้อเรื่องที่ค่อนข้างผาดโผน ก็มีส่วนสร้างความเชื่อถือในเรื่องชื่อเมืองได้เหมือนกัน คนในท้องถิ่นพนมสารคามเล่าถึงเรื่อง “พระรถ-เมรี” ซึ่งเป็นนิทานเรื่องหนึ่งในปัญญาชาดกว่า ยักษ์ได้ฆ่านางสิบสองแล้วลากศพไปยังทำน้ำ ในบริเวณที่เป็นคลอง “ท่าลาด” แล้วชำแหละศพออกเป็นริ้ว ๆ รวมแปดริ้ว แล้วทิ้งลอยไปตามลำน้ำท่าลาด ริ้วเนื้อของนางสิบสอง ลอยมายังแม่น้ำบางปะกง ไปจนถึงจะเขิงเทรา เมืองนี้จึงได้ชื่อว่า “แปดริ้ว” (เกษม หน่ายคอนและคณะ. 2540 : 7)

ดังนั้นจังหวัดนี้จึงมีชื่อเรียกสองชื่อคือ จังหวัดจะเขิงเทรา เป็นชื่อที่ใช้ทางราชการ ส่วนชื่อแปดริ้วเป็นชื่อที่ใช้เรียกขานกันอย่างไม่เป็นทางการ ประชากรในจังหวัดจะเขิงเทราใช้ชื่อทั้งสองเรียกจังหวัดนี้

4.2 ฉะเชิงเทราจากแหล่งโบราณคดี

ชุมชนโบราณ หรือบ้านเมืองดั้งเดิม ล้วนถูกเก็บซ่อนในชั้นดินอันเสมือนเป็นห้องสมุดสากลที่ผู้เปิดอ่านต้องอาศัยความรู้จากชั้นดินที่นักโบราณคดีเป็นผู้อ่านและลงความเห็น เผยแพร่แหล่งชุมชนโบราณที่มีสิ่งหลงเหลือให้เป็นเนื้อหาสาระอธิบายความที่สอดคล้องกับความเป็นมาของแต่ยุค ดังมีข้อความที่เรียบเรียงไว้ความตอนหนึ่งว่า “ตลอดเวลา 15 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้แผ่ขยายความรู้ทางโบราณคดีอันนำต้นตอออกไปหลายเรื่องราว เริ่มแรกก็คือการค้นพบแหล่งอารยธรรมยุคสัมฤทธิ์ที่บ้านเชียง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักโบราณคดีทั้งหลายพากันสงสัยว่า ผู้สร้างอารยธรรมบ้านเชียงเหล่านั้นมีต้นเดิมมาจากไหน เพราะประชาชนในอาณาบริเวณแห่งบ้านเชียงมีหลักฐานบ่งบอกว่า อายุยาวนานถึง 5,000 ปีมาแล้ว คนเหล่านั้น มีความเจริญพร้อมข้อมูลในด้านการปลูกข้าวและเลี้ยงสัตว์ การขุดค้นที่โคกพนมดี ดร.ชาร์ลส์ เชื่อว่าพบกลุ่มคนผู้ซึ่งเป็นบรรพชนของพวกสังคมบ้านเชียงแล้ว เพราะพบหลักฐานการขุดค้น ระหว่าง 7,000 – 2,000 ปีก่อนคริสตกาล ระดับผิวดินอยู่ลึกเข้าไปกว่าปัจจุบันนี้มาก ประชาชนในสมัยก่อนประวัติศาสตร์จะมีถิ่นที่อยู่อาศัยตามชายฝั่งทะเลแถบนี้ จากการสำรวจโดยละเอียดทั้งของกรมศิลปากรและคณะจากมหาวิทยาลัยโอตาโก ประเทศนิวซีแลนด์พบหลายสิ่งหลายอย่างจากหลักฐานร่องรอยที่ได้จากโคกพนมดีนี้ ยืนยันว่าชุมชนแห่งนี้เป็นระยะเวลาการตั้งถิ่นฐาน ณ ที่นี้ระหว่าง 3,000 ปีก่อนคริสตกาล หรือ 5,000 ปีมาแล้ว อันเป็นระยะเวลาตรงกับกรเริ่มต้นของอารยธรรมบ้านเชียง จึงถือได้ว่า พวกที่ไปสร้างอารยธรรมบ้านเชียงเคลื่อนย้ายมาจากดินแดนโคกพนมดีนี้เอง...” (เกษม หมายคอนและคณะ. 2540 : 1 ; อ้างอิงจาก กศก. นามแฝง. 2528 : 11)

โคกพนมดี ปัจจุบันอยู่ในเขตการปกครอง อำเภอพนสนธิคม จังหวัดชลบุรี เขตติดต่ออำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จากกายภาพทางภูมิศาสตร์ย่อมบ่งบอกได้ชัดเจนว่า บริเวณที่เป็นเมืองฉะเชิงเทรานั้นจะมีผู้คนมาตั้งตั้งครั้งโบราณแล้ว และอย่างน้อยก็ตั้งแต่สมัยหินตอนปลายแล้ว และชุมชนที่อยู่เหนือขึ้นไป เช่นเมืองศรีมโหสถ ที่ปราจีนบุรีและดงละครที่นครนายก

4.3 บุคคลที่สำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา

4.3.1 พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย) ต้นสกุลอาจารย์ยางกูร

พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารย์ยางกูร) นักปราชญ์คู่พระบารมีพระบาทสมเด็จพระปิยมหาราช เป็นลูกแปดริ้ว มีความสำคัญสมัยรัชกาลที่ 5 และถือเป็นนักปราชญ์คู่พระบารมีของพระบาทสมเด็จพระปิยมหาราช ท่านได้เป็นองคมนตรีที่ปรึกษาราชการแผ่นดิน ทำหน้าที่เป็นเลขาธิการของสภาที่ปรึกษาให้มีการปฏิรูปการศึกษา โดยตั้งโรงเรียนหลวงแห่งแรกในพระบรมมหาราชวัง พ.ศ. 2414 โดยมีพระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารย์ยางกูร) เป็นอาจารย์ใหญ่คนแรก พระยาศรีสุนทรโวหารภูมิลำเนาเดิม บรมนารถนิตยภักดีพิริยะพาหะ นามเดิม น้อย ต้นสกุล อาจารย์ยางกูร เป็นบุตรคนที่ 6 ของนายทองดี และนางบัว เกิด ณ บ้านเกิดคลองโสรฐ แขวงเมืองฉะเชิงเทรา เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2365 (เมื่อ 171 ปีมาแล้ว) (กองบรรณาธิการฉบับพิเศษ หนังสือพิมพ์ผังเมือง. 2537 : 63)



ภาพประกอบ 3 พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย) ต้นสกุลอาจารย์ยางกูร

4.3.2 พลตรี พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์

พลตรี พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ ทรงดำรงตำแหน่งข้าหลวงเทศาภิบาล (สมัยรัชกาลที่ 5 จึงเปลี่ยนชื่อเป็น สมุหเทศาภิบาล) มณฑลปราจีน สมัยที่โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายที่ว่าการ มณฑลปราจีนมาตั้งที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ตั้งแต่วันที่ 8 มกราคม ร.ศ.121 (พ.ศ. 2445) พระองค์ทรงเข้ารับ ตำแหน่งต่อจากหม่อมเจ้าอลังการ (ต่อมาได้เลื่อนพระยศเป็นพระวรวงศ์เธอเจ้าอลังการ) ในปี ร.ศ.122 (พ.ศ. 2446) รวมเวลาทั้งหมด 12 ปี เต็ม ได้ทรงบริหารบ้านเมือง สร้างสรรค์ความเจริญไว้อย่างมากมาย โดยเฉพาะถือว่า พระองค์เป็นผู้ริเริ่มสร้างเมืองใหม่ขึ้นให้สามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงทางด้านวัตถุที่ไหล บ่ามาตามกระแสลัทธิจักรวรรดินิยมอันแข็งแกร่ง

เสด็จในกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ เป็นพระราชโอรสองค์ที่ 63 ในพระเจ้าอยู่หัวพระองค์นั้น เป็น องค์ต้นราชสกุลวัฒนวงศ์และเป็นพระโอรสองค์ที่ 4 ในเจ้าจอมมารดาบัว ซึ่งเป็นธิดาของท่านพระยานคร (น้อย) เมืองนครศรีธรรมราช ในสกุล ณ นคร ประสูติเมื่อวันพุธ เดือน 7 ขึ้น 10 ค่ำ ปีกุน ตรงกับวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2406 ในพระบรมมหาราชวัง เมื่อเจริญพระชันษา สมเด็จพระบรมชนกนาถโปรดให้ ทรงศึกษาวิชาการอย่างธรรมเนียมราชสกุล อาทิเช่น ทรงศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณีอักษรสมัย คือ หนังสือไทยและภาษาอังกฤษ ขณะนั้นเป็นเวลาที่บ้านเมืองกำลังเปลี่ยนแปลงการปกครองอยู่พอดี (กอง บรรณธิการฉบับพิเศษ หนังสือพิมพ์เมือง. 2537 : 63)

4.4 ฉะเชิงเทราวันนี้

ฉะเชิงเทรา แบ่งการปกครอง ออกเป็น 10 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอบางคล้า อำเภอบางน้ำเปรี้ยว อำเภอบางปะกง อำเภอบ้านโพธิ์ อำเภอพนมสารคาม อำเภอสนามชัยเขต อำเภอแปลง ยาว อำเภอราชสาส์น อำเภอท่าตะเกียบ และกิ่งอำเภอคลองเขื่อน

ตาราง 1 แสดงรายนามผู้ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดตั้งแต่อดีต - ปัจจุบัน

ลำดับที่ / ชื่อ-สกุล	ปีพ.ศ.ดำรงตำแหน่ง
1. ร.อ.พระวิชิต สงคราม	2457 - 2459
2. อ.อ.พระยาสุนทรพิพิธ	2459 - 2459
3. อ.ท.พระศุภกิจวิเลขการ	2459 - 2460
4. พระยาวิเศษฤาชัย	2460 - 2468
5. พระอินทราสา	2468 - 2475
6. พระศรีสุทัศน์	2475 - 2476
7. พระยาประเสริฐสุนทราศรัย	2476 - 2479
8. หลวงนรกิจบริหาร	2479 - 2482
9. หลวงสนิทอนุรักษ์(แป๊ะ จันทนจุลกะ)	2482 - 2483
10. พ.อ.พินิจเสนาการ	2483 - 2484
11. หลวงนรนิมิตตบุตร	2483 - 2484
12. พระพินิจเสนาการ	2484 - 2485
13. นายอุดม บุญประกอบ	2485 - 2487
14. ขุนธรรมรัศราทร	2487 - 2489
15. หลวงสวรรค์ประศาสน์	2489 - 2490
16. นายชื่น ไชยศิริ	2490 - 2492
17. นายพรหม สุตระสุนทร	2492 - 2495
18. ขุนวรคฤตย์คณาภิรักษ์	2495 - 2496
19. นายพยุ่ง ตันติลีปกร	2496 - 2497
20. นายยุทธ จรรย์ยานนท์	2497 - 2508
21. นายเกษม สุขุม	2508 - 2510
22. นายคำรณ สังขกร	2510 - 2511
23. นายจาด อรัญยานันท์	1 ตุลาคม 2511 ถึง 29 ตุลาคม 2516
24. พลตรีวิทย์ นิ่มนวล	2 พฤศจิกายน 2516 ถึง 13 ตุลาคม 2517
25. นายสุจินต์ กิตยารักษ์	14 ตุลาคม 2517 ถึง 22 สิงหาคม 2522
26. นายสุกิจ จุลละนันท์	23 สิงหาคม 2522 ถึง 2 ตุลาคม 2526
27. นายฉลอง วงษา	3 ตุลาคม 2526 ถึง 30 กันยายน 2529
28. ร้อยตรีกิตติ ประทุมแก้ว	1 ตุลาคม 2529 ถึง 30 กันยายน 2533
29. ร้อยตรียาวิ ผดุงรัตน์	1 ตุลาคม 2533 ถึง 30 ก.ย. 2535
30. นายสุชาติ ธรรมมงคล	1 ตุลาคม 2535 ถึง 4 ตุลาคม 2536
31. นายฐิระวัตร กุลละวณิชย์	5 ตุลาคม 2536 ถึง 30 กันยายน 2542
32. นายสว่าง ศรีตฤณ	1 ตุลาคม 2542 ถึง 30 กันยายน 2544
33. นายพิสิฐ เกตมาสุบ	1 ตุลาคม 2544 ถึง 27 ตุลาคม 2545
34. นายชัยฤกษ์ ดิษฐอำนาจ	28 ตุลาคม 2545 ถึง 30 กันยายน 2546
35. นายโกเมศ แดงทองดี	1 ตุลาคม 2546 ถึง ปัจจุบัน



ภาพประกอบ 4 นายโกเมศ แดงทองดี ผู้ว่าราชการคนปัจจุบัน

4.4.1 คำขวัญประจำจังหวัดฉะเชิงเทรา

แม่น้ำบางปะกงแหล่งชีวิต พระศักดิ์สิทธิ์หลวงพ่อโสธร พระยาศรีสุนทรปราชญ์ภาษาไทย
อ่างฤๅไนป่าสมบูรณ์

4.4.2 ตราประจำจังหวัด

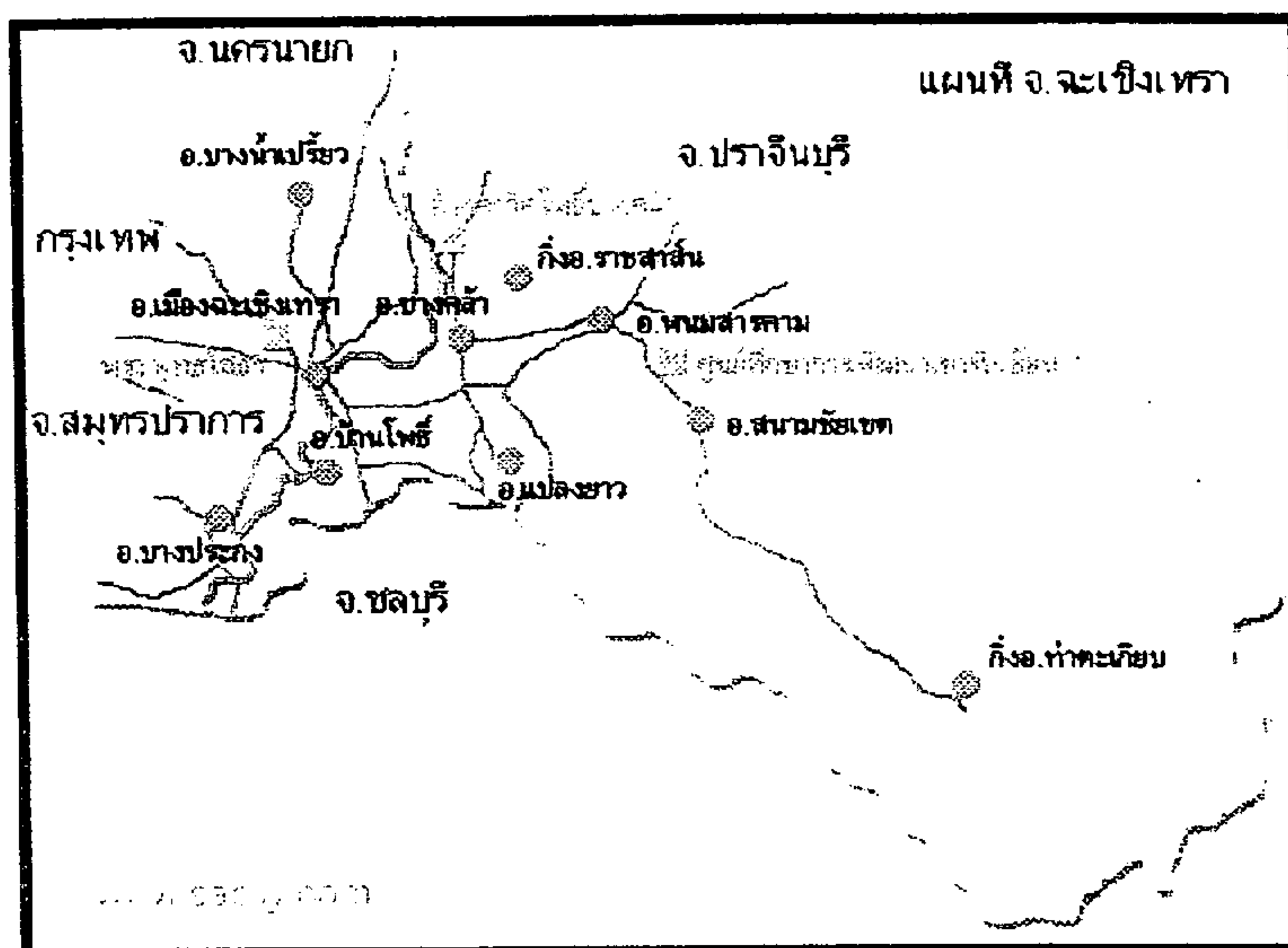
รูปพระอุโบสถที่ประดิษฐานพระพุทธโสธรอันเป็นพระพุทธรูปคู่เมือง



ภาพประกอบ 5 แสดงตราประจำจังหวัด

4.4.3 อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดปราจีนบุรีและนครนายก
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดชลบุรีและจันทบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสระแก้ว
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดสมุทรปราการและกรุงเทพฯ



ภาพประกอบ 6 แผนที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

4.4.4 รายละเอียดการเดินทาง

4.4.4.1 รายละเอียดการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว

หากเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว สามารถไปได้หลายเส้นทาง ดังนี้

4.4.4.1.1 สายกรุงเทพฯ - มีนบุรี - ฉะเชิงเทรา บนทางหลวงหมายเลข 304 ระยะทาง 82 กิโลเมตร ซึ่งปัจจุบันมีการปรับปรุงการจราจรและขยายถนนกว้างขวาง

4.4.4.1.2 สายกรุงเทพฯ - บางนา - บางปะกง บนทางหลวงหมายเลข 34 แล้วเลี้ยวเข้าทางหลวงหมายเลข 314 สายบางปะกงฉะเชิงเทรา ระยะทาง 100 กิโลเมตร

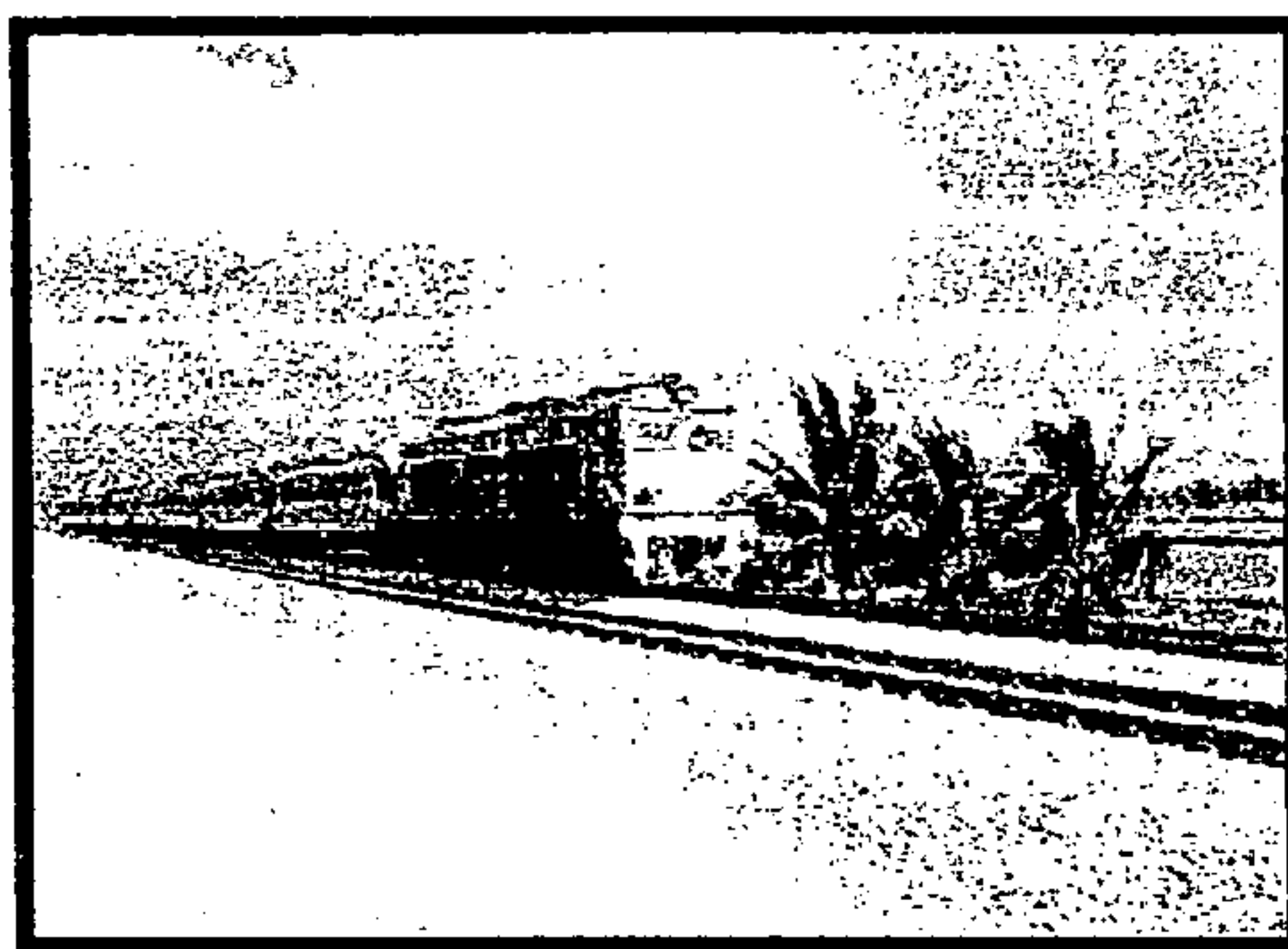
4.4.4.1.3 สายกรุงเทพฯ - สมุทรปราการ - บางปะกง ทางหลวงหมายเลข 3 ต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 314 สายบางปะกง - ฉะเชิงเทรา ระยะทาง 106 กิโลเมตร

4.4.4.2 รายละเอียดการเดินทางโดยรถยนต์โดยสารประจำทาง

4.4.4.2.1 สถานีขนส่งสายเหนือ (หมอชิต 2) โทรศัพท์ 0 - 2936 - 2961 มีทั้งรถโดยสารปรับอากาศ ป.1 (วิ่งบนมอเตอร์เวย์) และ ป.2 เทียบแรก 04.10 น. เทียบสุดท้าย 21.00 น. ออกทุก 30 นาที ค่าโดยสาร ป.1 50 บาท ป.2 40 บาท

4.4.4.2.2 สถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย) โทรศัพท์ 0 - 2391 - 0062 เทียบแรก 05.30 น. เทียบสุดท้าย 21.00 น. ออกทุก 30 นาที ค่าโดยสาร ป.1 55 บาท ป.2 45 บาท

4.4.4.3 รายละเอียดการเดินทางโดยรถไฟ จากสถานีรถไฟหัวลำโพงตั้งแต่เวลา 5.10 น. จนถึง 17.25 น. ทุกวัน ค่าโดยสารรถปรับอากาศ 40 บาท รถธรรมดา 13 บาท โทรศัพท์ 0 - 2223 - 7010 , 0 - 2223 - 7020



ภาพประกอบ 7 แสดงการเดินทางโดยรถไฟสายตะวันออก

4.5 รายละเอียดเกี่ยวกับตำบลต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมือง

4.5.1 ตำบลหน้าเมือง

สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร , ศาลหลักเมือง , สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ระยอง , ศาลากลางจังหวัด

4.5.2 ตำบลโสธร

สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร , สำนักสงฆ์พุทธคยา , ที่ทำการ อบต. , ที่ทำการสาธารณสุขตำบล , ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

4.5.3 ตำบลบางพระ

เมื่อนานมาแล้วมีพระเป็นพี่น้องกัน 3 องค์มีวิชาสามารถในทางแปลงองค์ได้ พระ 3 องค์นี้อยู่ทางเมืองเหนือ ได้ปลอมแปลงเป็นพระพุทธรูปลอยน้ำมาเพื่อจะมาลงดินทางใต้ จนในที่สุดไปผุดขึ้นในลำน้ำบางปะกง จ.ระยองและแสดงฤทธิ์เดชลอยทวนน้ำได้ทั้ง 3 องค์ ชาวบ้านได้พบเห็นจึงพากันไปมัดทั้ง 3 องค์แต่ทำการไม่สำเร็จ ครั้นแล้วก็จมหายไป พระพุทธรูปองค์ดังกล่าวคือ หลวงพ่อโสธร ล่องแม่น้ำบางปะกงเลยผ่านพ้นวัดโสธรไปจนถึงคุ้มไต้วัดโสธร ชาวเมืองได้พบเห็นก็พากันจุดลากจะอัญเชิญขึ้นประดิษฐานก็ไม่สำเร็จสมประสงค์ จึงเรียกหมู่บ้านแถบนี้ว่าบ้านบางพระสืบมา จนถึงปัจจุบัน ต่อจากนั้นพระพุทธรูปองค์นี้ได้ลอยนิ่งอยู่ที่แหลมหนึ่งซึ่งเวลานี้เรียกว่า แหลมห้วยนิงอยู่ ณ ที่นั้นจนทำให้เกิดน้ำวนขึ้นต่อมามีอาจารย์ได้ทำพิธีบวงสรวงเพื่ออัญเชิญพระพุทธรูปองค์นี้

4.5.4 ตำบลบ้านใหม่

ประมาณ 200 ปี ประชาชนได้มาตั้งบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง และได้เกิดไฟไหม้ชาวบ้านจึงได้สร้างบ้านเรือนขึ้นใหม่ และได้ตั้งตำบลขึ้นมา เป็นตำบลบ้านใหม่ สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ ที่ทำการ อบต. , วัดสายชล , วัดเจติย์ , วัดสัมปทวน(วัดไชยพุฒาราม) , สถานีอนามัย , โรงเรียนวัดสายชลรังษี , ศาลเจ้าไต้เขียบูนโจ้ว

4.5.5 ตำบลท่าไข่

ตำบลท่าไข่นี้แต่เดิมได้มีคนเล่าขานต่อๆมาว่า เป็นท้องถิ่นที่มีการประกอบอาชีพทางเลี้ยง เป็ดไข่ ไข่ไก่มากที่สุด มีพ่อค้าแม่ค้าทั้งต่างถิ่นและในตำบลต่างๆหลั่งไหลกันเข้ามาซื้อไข่ในตำบลแห่งนี้ เพื่อนำไปจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง มีทำขึ้นไข่แทบจะทุกหมู่บ้าน บางหมู่บ้านถึง 1-3 ทำ เมื่อการปกครองแยกเป็น จังหวัด อำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน ท้องที่แห่งนี้จึงมีชื่อว่าตำบล "ทำขึ้นไข่" ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็นตำบล "ท่าไข่" ในปัจจุบัน สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดประตู่หน้า , วัดกระทุ่ม , สถานีอนามัย ต.ท่าไข่ , ที่ทำการ อบต.ท่าไข่ , วัดอุดมมงคล , วัดถวิลศีลามงคล

เมื่อเอ่ยชื่อลูวงนิทย์ ปัสร้อย ธรรมดาที่ป แห่งบ้านคลองขุดใหม่ ต.ท่าไข่ อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา น้อยคนนักที่จะรู้จักว่าสองตาขายเป็นใครมาจากไหน แต่หากคนในวงการทองเหลืองसानแล้วทุกคนที่ได้ยินชื่อจะร้องออกมาเป็นคำเดียวกันว่า "สุดยอดฝีมือ"

ลูวงนิทย์ เป็นชาวเมืองแปดริ้ว เล่าถึงความหลังว่า สมัยก่อนทำงานเป็นลูกจ้างโรงงานผลิตเครื่องใช้ทองเหลืองจำพวกภาตใส่ผลไม้ ถังไวน์ ถังน้ำแข็ง ช้อนส้อม ในกรุงเทพฯ จากนั้นได้ออกมารับจ้างทำทองตั้งแต่บาทละ 200 ก่อนจะหยุดทำในราคาทองบาทละ 300 และหันไปประกอบอาชีพอื่น จนอยู่มาวันหนึ่งก็ไปเห็นถ้วยที่หลอมขึ้นโบหนึ่งในบ้านค้า จึงเกิดความคิดว่าเราน่าจะทำถ้วยแบบนี้ได้ แต่ต้องไม่เหมือนกัน "ลูวงเริ่มคิดหาวิธีอยู่นานจนกระทั่งมาได้แนวคิดในสมัยทำทอง จึงเริ่มต้นทำขึ้นจากนั้นมาถึงวันนี้ก็กินเวลา 53 ปีแล้วที่ทำทองเหลืองสานและยังเป็นคนแรกของประเทศไทยที่คิดค้นวิธีการทำอย่างนี้ขึ้นมา"

ส่วนวิธีการทำลูวงนิทย์ บอกว่าเริ่มแรกต้องสั่งซื้อทองแดงในราคากิโลกรัมละ 50 บาทสังกะสี กิโลกรัมละ 150 บาท ซึ่งการสั่งซื้อแต่ละครั้งก็เป็นจำนวนมาก จากนั้นก็นำมาเทใส่ในเตาหลอมรวมกันในอัตราส่วนทองแดง 5 กิโลต่อสังกะสี 1 กิโล หลังจากนั้นก็เทเข้ากันแล้วก็นำมาเทใส่แม่พิมพ์สี่เหลี่ยมขนาด 3 คูณ 3 เซนติเมตร ก่อนที่จะนำไปตีให้เป็นเส้น สุดท้ายก็นำเข้าเครื่องชักเพื่อให้ออกมาเป็นเส้นลวดขนาดต่างๆ กระบวนการเริ่มตั้งแต่ทำทองเหลืองเส้นมาตัดตามขนาดความยาวที่ต้องการ จากนั้นนำเส้นทองเหลืองมาขึ้นโครงสร้างส่วนฐานโดยขดให้เป็นวงกลมหรือสี่เหลี่ยม ตามแบบที่ต้องการจะทำ จากนั้นสานต่อด้วยเส้นทองเหลืองเสร็จแล้วนำเส้นทองเหลืองมาหุ้มขอบริม เพื่อให้เกิดความสวยงามจากนั้นก็ขึ้นรูปตามแบบ เมื่อได้ชิ้นงานแล้วก็นำไปล้างด้วยน้ำยาเคมีเพื่อกัดสนิมก่อนจะนำไปเคลือบซิลิโคนเพื่อให้เกิดสีเหลืองสวยงามไม่ดำ ลูวงนิทย์ บอกถึงชิ้นงานที่ทำว่าส่วนมากก็จะเป็นชุดน้ำชากาแฟ ถ้วยใส่กระดาษ ตะกร้า กระบุง กระเช้า โคมไฟ และอีกมากมายกว่า 300 ชนิด จนไม่สามารถที่จะจำได้สำหรับราคาจะคิดจากน้ำหนักของทองแดงบวกค่าแรง ซึ่งราคาที่ขายก็มีตั้งแต่ 10 บาทไปจนถึง 40,000 บาท ส่วนการจำหน่ายนั้นจะมีบริษัทมารับซื้อเพื่อนำไปขายอีกทอดหนึ่ง

เมื่อเราถามถึงราคาที่ได้จากการส่งขายเครื่องทองเหลืองสาน ลูวงบอกพร้อมกับหัวเราะอย่างขบขันว่าไม่รู้เรื่อง เพราะเป็นหน้าที่ของปัสร้อยเท่านั้น ลูวงมีหน้าที่ในการตรวจสอบสินค้าอย่างเดียวปัจจุบันปัสร้อยก็ให้เงินไว้วันละ 100-200 บาทเท่านั้น บางวันใช้มากก็จะถูกดู หว่าใช้เงินเยอะ เมื่อถามถึงปัญหาที่มีลูวงนิทย์บอกอย่างท้อแท้ แต่ในตามีความหวังว่าสมัยก่อนเคยส่งสินค้าไปขายเองที่ประเทศซาอุฯ แต่ปรากฏว่าเราไม่รู้เรื่องเนื่องจากลูวงและปัสร้อยจบแค่ชั้น ป.4 จึงไม่มีความรู้อะไรเวลาผ่านไปประมาณ 4 เดือน บริษัทที่อยู่ต่างประเทศก็ไม่ยอมส่งเงินมาให้ตอนนั้นประมาณ 1 ล้านบาท เราไม่รู้จะทำอย่างไร ก็ไปติดต่อสถานทูตจึงได้เงินจำนวนนั้นมาหลังจากนั้นมาก็ไม่เคยติดต่อขายเอง เนื่องจากกลัวจะไม่ได้เงินต้องขายผ่านบริษัททำให้เราไม่สามารถกำหนดราคาได้เองมากเท่าไรนักตรงนี้ก็จะต้องรอลูกค้าที่กำลังเรียนด้านการส่งออกกลับมาทำงานแทน ลูวงนิทย์ บอกว่า ปัจจุบันปัสร้อยและลูวงไม่ได้ลงมือทำเครื่องทองเหลืองสานเอง

แล้ว เนื่องจากวิวุฒิมากขึ้น แต่จะแบ่งงานให้ชาวบ้านในละแวกใกล้เคียงไปทำโดยกำหนดระยะเวลาที่ต้องเสร็จโดยเฉลี่ยหากเป็นชิ้นเล็กสามารถผลิตได้ประมาณเดือนละ 1,200 ชิ้น ชิ้นใหญ่ 30 ชิ้น ต่อเดือนโดยลุงจะเป็นผู้ตรวจสอบสินค้าเองว่ามีคุณภาพมากน้อยแค่ไหน ซึ่งสินค้าที่ผ่านมือออกไปรับรองได้ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพจนได้รับรางวัลการันตีมาแล้วมากมาย การทำทองเหลืองสานนั้นลุงไม่ได้หวงห้ามว่าใครจะนำไปประกอบอาชีพแต่ปรากฏว่ามีคนไปทำแต่ก็เจ๊งทุกราย เนื่องจากลูกค้าไม่ซื้อเราก็ไม่รู้ว่าเป็นเพราะอะไร แต่ปัจจุบันก็มีนักเรียนของกรมการศึกษานอกโรงเรียนมาเรียนเหมือนกัน ซึ่งลุงก็สอนให้โดยไม่ได้หวงวิชาแต่อย่างใด

หากใครที่สนใจผลิตภัณฑ์ทองเหลืองสานของลุงวินัย สามารถติดต่อได้ที่ บ้านเลขที่ 56 หมู่ 13 บ้านคลองขุดใหม่ ต.ท่าไข่ อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000 หรือโทร. 0-3851-3857 โทรสาร 0-3881-7106



ภาพประกอบ 8 ผลิตภัณฑ์ทองเหลืองสาน

4.5.6 ตำบลคลองนา

สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดป่าชินรังษี (วัดคลองนา) , วัดใหม่พรหมสุวรรณ , ที่ทำการ อบต.คลองนา , สถานีอนามัยตำบลคลองนา

4.5.7 ตำบลบางขวัญ

แต่เดิมรวมอยู่กับตำบลบางแก้ว เหตุที่เรียกว่าตำบลบางขวัญ เนื่องจากในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้แบ่งการปกครองโดยให้ขุนบางขวัญมาปกครองดูแลต่างพระเนตรพระกรรณ เมื่อมีการแบ่งเขตพื้นที่ตำบลออกจากตำบลบางแก้ว จึงใช้ชื่อตำบลตามชื่อของผู้มาปกครองคนแรกว่า “ตำบลบางขวัญ” สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดราษฎร์ศรัทธาทำ (วัดปากแยก) , วัดเที่ยงพิมลมุข (วัดใหม่บางขวัญ) , วัดวิเวกอาคมธรรมปฏิบัติ , ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลบางขวัญ

4.5.8 ตำบลบางตีนเป็ด

ตั้งเดิมบริเวณนี้ตามริมหนองน้ำมีต้นหญ้าลักษณะใบเป็น 3 แฉกลายตีนเป็ดขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ชาวบ้านในแถบนี้เรียกว่าต้นหญ่าตีนเป็ด ต่อมาเมื่อตั้งเป็นตำบล จึงเรียกตำบลนี้ว่า “ตำบลบางตีนเป็ด” สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ อบต.บางตีนเป็ด , ขนส่งทางบกจังหวัดฉะเชิงเทรา , สำนักงานประกันสังคมจังหวัดฉะเชิงเทรา , โรงเรียนท่าแฉรง , สถาบันสารพันช่าง

4.5.9 ตำบลบางแก้ว

สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดสัมปทวนนอก ,วัดสมานรัตนาราม , วัดบางแก้ว , โรงเรียนบางแก้วพิทยาคาร , วัดเกาะจันทร์าราม , ที่ทำการ อบต.บางแก้ว , โรงเรียนเกาะจันทร์าราม , โรงเรียนบ้านบางแก้ว

4.5.10 ตำบลบางเตย

ในอดีตท้องที่บริเวณมีต้นหนามเตย ซึ่งสามารถที่จะนำไปจักสานได้ ลำต้นขนาดใหญ่ขึ้นอยู่ เยอะมาก แต่ในปัจจุบันมีพบเห็นน้อยมาก จึงเป็นที่มาของชื่อตำบล โดยตำบลบางเตย ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของ อ.เมืองฉะเชิงเทรา ประกอบไปด้วย 13 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านดอนดา บ้านหัวแตน บ้านคลองขุด บ้านบางกระโหลก บ้านเกาะดอน บ้านกระรุ บ้านคลองแขวงกลั่น บ้านบางเตย บ้านคลองแขวงกลั่น บ้านคลองวังปลานัก บ้านแพรกวิหารแก้ว บ้านแพรกวังอ้ายคร้อ บ้านแพรกชุมชุม สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดราษฎร์บำรุงวราราม , วัดแพรกนกเอี้ยง , วัดบางปลานัก , โรงเรียนวัดราษฎร์บำรุงวราราม , โรงเรียนวัดแพรกนกเอี้ยง , โรงเรียนบ้านแขวงกลั่น , โรงเรียนวัดบางปลานัก , โรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎิ์ , ที่ทำการ อบต.บางเตย , ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบางปลานัก , สถานีอนามัยวัดเกาะ , สถานีอนามัยบ้านแขวงกลั่น

4.5.11 ตำบลบางไผ่

ตำบลบางไผ่เป็นชื่อที่ชาวบ้านเรียกกันมาเมื่อประมาณ 200 กว่าปีแล้ว เนื่องจากมีคลองบางไผ่ที่แยกมาจากแม่น้ำบางปะกง ซึ่งทั้งสองฝั่งคลองมีต้นไผ่ขึ้นเป็นจำนวนมาก เป็นการป้องกันน้ำท่วมและตลิ่งพังในช่วงฤดูน้ำหลาก ในสมัยก่อนไม่มีถนน ชาวบ้านก็จะตัดไม้ไผ่เป็นลำ ๆ มาขายที่ปากคลองบางไผ่ ชาวบ้านจึงเรียกว่าตำบลคลองบางไผ่ และตัดคำสั้นลงเป็นตำบลบางไผ่ในปัจจุบัน สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดทตเจริญราษฎร์มณีฤทธิ์ , โรงเรียนบางไผ่ , โรงเรียนวัดทต , สถานีอนามัยตำบลบางไผ่ , ที่ทำการ อบต.บางไผ่

4.5.12 ตำบลหนามแดง

ตำบลหนามแดงเนื่องจากว่าเมื่อก่อนในตำบลนี้มีต้นไม้ชนิดหนึ่งเป็นไม้ยืนต้นทรงพุ่มขนาดกลางจำนวน 2-3 ต้นขึ้นอยู่ ลักษณะเด่นคือมีสีแดงและมีหนามเป็นจำนวนมาก ต่อมาชาวบ้านจึงเรียกชื่อตำบลว่า"ตำบลหนามแดง" สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดหนามแดง , ที่ทำการ อบต.หนามแดง , โรงเรียนวันหนามแดง , สถานีอนามัยตำบลหนามแดง

4.5.13 ตำบลวังตะเคียน

เดิมพื้นที่ตำบลนี้เป็นพื้นที่ป่าไม้ มีต้นตะเคียนจำนวนมาก มีคลองน้ำไหลผ่าน และมีต้นตะเคียนใหญ่อยู่ค้ำวังน้ำวน ชาวบ้านจึงเรียกบริเวณนี้ว่า ตำบลวังตะเคียนสถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดนครเนื่องเขต , ร้านอาหารนายแก้ว , อบต.เนื่องเขต

4.5.14 ตำบลบางกระไห

ตำบลบางกระไหแยกมาจากตำบลบางเตย เหตุที่ได้ชื่อว่าบางกระไหเนื่องจากในหมู่บ้านมีไหลเป็นจำนวนมากและมีลำคลองไหลผ่านหลายสาย สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ ที่ทำการ อบต.บางกระไห สถานีอนามัยตำบลบางกระไห , โรงเรียนวัดบ้านนา , โรงเรียนวัดนาตุ

4.5.15 ตำบลคลองอุดมชลจร

สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ ที่ทำการ อบต.คลองอุดมชลจร , โรงเรียนวัดไชยธารา , วัดไชยธารา , วัดขวัญสะอาด , วัดคู่เกษมสโมสร , วัดสุวรรณมาตร

4.5.16 ตำบลคลองนครเนื่องเขต

สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ ที่ทำการ อบต.คลองนครเนื่องเขต , วัดชนะสงคราม , วัดเขินต์ร็อค , โรงเรียนวัดชนะสงคราม , โรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎิ์ 3 , โรงเรียนดาราสุมุท , นิคมชนมจีน

4.5.17 ตำบลคลองจุกกระเฉด

เดิมเป็นป่ารกมาก มีแต่ต้นไม้ใหญ่น้อย ต่อมาชาวบ้านเข้ามาจับจองที่ดินทำกินและแผ้วถางป่า เพื่อประกอบอาชีพในการทำสวน ส่วนคำว่าจุกกระเฉดนั้น บ้างก็บอกว่ามาจากภาษาเขมرب้าง มาจากชื่อต้นไม้บ้าง ภายหลังมีคลองจุกกระเฉด เมื่อเป็นตำบลจึงตั้งชื่อว่าตำบลคลองจุกกระเฉด สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดจุกกระเฉด , โรงเรียนวัดจุกกระเฉด , ที่ทำการ อบต.คลองจุกกระเฉด , สถานีอนามัยตำบลคลองจุกกระเฉด

4.5.18 ตำบลคลองเปรง

ในอดีตพื้นที่ของตำบลเป็นที่ลุ่มน้ำ มีต้นเปรงขึ้นจำนวนมากสองฟากฝั่งคลอง ชาวบ้านจึงเรียกว่า คลองเปรง และตั้งเป็นชื่อตำบลว่า "ตำบลคลองเปรง" สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลคลองเปรง , ตลาดน้ำคลองเปรง

4.5.19 ตำบลคลองหลวงแพ่ง

ในอดีตคือทุ่งแสนแสบ แขวงมโนบุรี ต่อมาหลวงแพ่งได้ขุดคลองชลประทานเชื่อมกับคลองประเวศบุรีรมย์ เมื่อมีการแบ่งเขตการปกครอง พื้นที่สองฝั่งคลองเป็นเขตตำบลคลองหลวงแพ่ง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา สถานที่สำคัญของตำบล ได้แก่ วัดสุทธาวาส , สำนักสงฆ์ทองธรรมโชติ , สุเหร่าหลวงแพ่ง , สุเหร่าคลองเจ้า , โรงเรียนแพ่งพิทยากุมิ , โรงเรียนสุเหร่าหลวงแพ่ง , โรงเรียนบ้านคลองเจ้า

4.6 สถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

4.6.1 วัดโสธรวรารามวรวิหาร

4.6.1. ประวัติวัดโสธรวรารามวรวิหาร

วัดโสธรวรารามวรวิหารเป็นวัดที่เป็นมรดกคู่แปดริ้ว เป็นวัดที่มีประวัติความเป็นมาเก่าแก่ยาวนานนับร้อย ๆ ปี และเป็นที่เคารพสักการะและเป็นที่พักทางใจของชาวแปดริ้วมาแต่โบราณกาล ตามประกาศในพระราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 71 ตอน 3 วันที่ 5 มกราคม พุทธศักราช 2497 กรมศิลปากรขึ้นทะเบียนวัดโสธรวรารามวรวิหาร ซึ่งตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำบางปะกง ติดกับค่ายศรีโสธร ซึ่งเป็นที่ตั้งกองพันทหารช่างที่ 2 (ช. พัน 2) บนถนนมรุพงษ์ ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง ฉะเชิงเทรา เป็นสมบัติของชาติหรือมรดกของแผ่นดิน มีขอบเขตเนื้อที่ดังนี้

ทิศเหนือ	ยาว	6	เส้น	6	วา
ทิศใต้	ยาว	5	เส้น	10	วา
ทิศตะวันออก	ยาว	4	เส้น	3	วา
ทิศตะวันตก	ยาว	3	เส้น	1	วา
รวมเป็นเนื้อที่ 21 ไร่ 42 ตารางวา					

วัดนี้สร้างขึ้นในตอนปลายกรุงศรีอยุธยา มีประวัติเล่าว่า เดิมมีชื่อว่า วัดหงส์ เพราะมีเสาหงส์อยู่ในวัด เป็นเสาสูง มียอดเป็นตัวหงส์อยู่บนปลายเสา ต่อมาได้เกิดพายุใหญ่ พัดให้หงส์บนยอดเสาดตกลงมาเหลือแต่เสา ชาวบ้านจึงแก้ไขโดยเอาธงขึ้นไปแขวนแทน ชื่อ วัดหงส์ จึงเปลี่ยนเป็นวัดเสาธง ต่อมาก็เกิดพายุพัดเสาหักอีก ชื่อวัดเสาธง จึงเปลี่ยนเป็น วัดเสาธงทอง ครั้นหลวงพ่อบุญรอดได้เสด็จมาประทับที่วัดนี้ วัดเสาธงทอง จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น วัดศรีโสธร ตามชื่อขององค์พระ แรกเริ่มเดิมที ชื่อ วัดศรีโสธร นี้ สะกดว่า โสทร ไม่ใช่ โสธร ดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน เมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จประพาสวัดนี้เมื่อปี พ.ศ. 2451 และทรงมีพระราชหัตถเลขาถึงพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อทรงพระอิสริยยศเป็นพระมงกุฎราชกุมาร ก็ยังได้ทรงเล่าถึงวัด โสทร แต่เดิมนั้น ชื่อวัดเปลี่ยนตัวสะกดเป็น โสธร แล้ว คำนี้มีความหมายว่า บริสุทธิ หรือศักดิ์สิทธิ์ คงจะเนื่องมาจากการที่หลวงพ่อบุญรอดเป็ฯพระพุทธรูปที่มีความศักดิ์สิทธิ์และมีรูปทรงสวยงามนั่นเอง และผู้รู้บางท่านยังกล่าวอีกด้วยว่า โสธร เป็นนามศักดิ์สิทธิ์ โส เป็นอักษรสำเร็จรูป ป้องกันสรรพทุกข์ สรรพโรค สรรพโรคร และสรรพภัยทั้งปวง “ธ” เป็นพยัญชนะอำนาจ มีตบะเดชานุภาพ และ “ร” เป็นตัวอักษรมหานิยมอันเป็นที่ชื่นชมของเทวดาและมนุษย์ แม้เมื่อสมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาวชิรญาณวโรรสเสด็จไปตรวจราชการคณะสงฆ์ที่จังหวัดฉะเชิงเทรา เมื่อ พ.ศ. 2458 และได้เสด็จที่วัดโสธร ก็ยังทรงวินิจฉัยว่าผู้ที่ให้ชื่อวัดนี้ว่า “วัดโสธร” นั้น ไม่ใช่เป็นคนไม่มีความรู้ เพราะชื่อนี้เป็นชื่อที่ไพเราะ ทั้งแปลก็ได้ความหมายดีด้วย

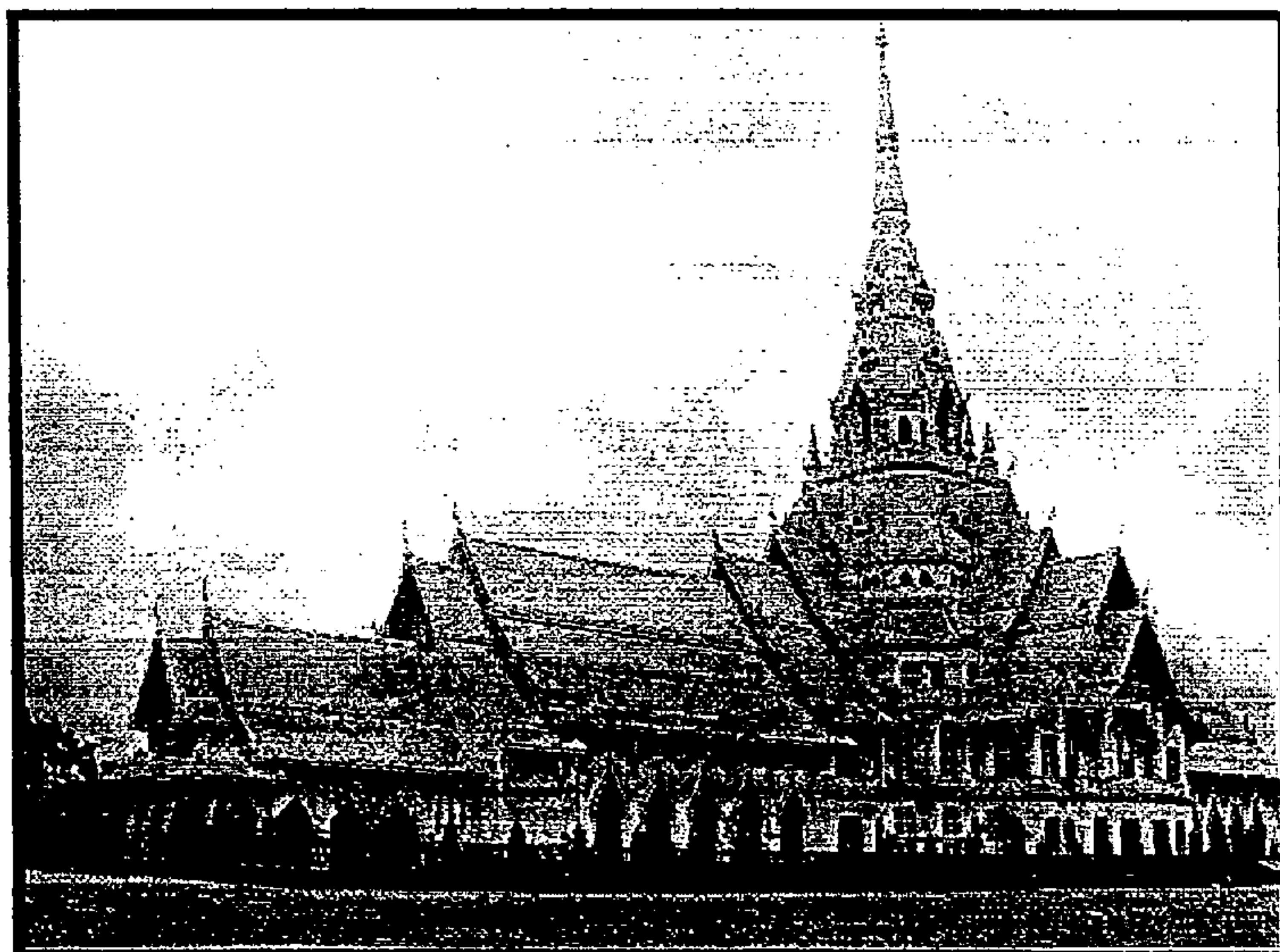
ถ้าพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง วัดโสธรวรารามวรวิหารเป็นวัดที่มีลักษณะดี เพราะตั้งอยู่บนแหลม สถานที่ตั้งของวัดเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และเป็นที่ยึดเหนี่ยวในการรักษาศาสนาสืบต่อไป ตามธรรมเนียมจีนสถานที่ตั้งที่ดีเช่นนี้เรียกว่า “ที่มังกร” ซึ่งมีคำทำนายทายทักว่า หากพระพุทธรูปได้ประทับ ณ สถานที่แห่งนี้จะเกิดรัศมีบารมีและความศักดิ์สิทธิ์ในอันที่จะรักษากันเมืองและสืบทอดพระพุทธศาสนาสืบต่อไป คงจะเป็นด้วยเหตุนี้ หลวงพ่อบุญรอดจึงได้ตัดสินใจขึ้นประทับ ณ วัดหงส์ในเดือนยี่ดัดต่อเดือนสามตามตำนาน

แต่เดิมวัดโสธรเป็นวัดราษฎร์ จนกระทั่งวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2501 จึงได้รับพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ยกขึ้นเป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดวรวิหาร มีนามว่า “วัดโสธรวรารามวรวิหาร”

สถานที่ตั้งของวัดโสธรวรารามวรวิหาร ในสมัยแรกๆ นั้น การคมนาคมทางบกเป็นไปด้วยความยากลำบาก เป็นป่า และมีหมู่บ้านเล็กๆเดินทางไปมาไม่สะดวก เมื่อหลวงพ่อบุญรอดมาประดิษฐานอยู่ที่วัดแล้วชาวบ้านและประชาชนชาวเรือรู้จักและศรัทธากันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนค้าขายเชื่อกันว่าถ้าได้มากกราบไหว้นมัสการหลวงพ่อบุญรอดแล้ว สินค้าต่าง ๆ ของตนจะซื้อขายคล่องเป็นเทน้ำเทท่า ดังนั้นเมื่อเรือสินค้าแล่นผ่านไปมาในแม่น้ำ พอถึงตรงโบสถ์หลวงพ่อบุญรอด ต่างพากันเอาผ้าในแม่น้ำซึ่งศรัทธาว่าเป็นน้ำมนต์หลวงพ่อบุญรอดมาดื่ม มาลูบหัวและล้างหน้า หรือมาประพรมเรือและสินค้าในเรือ ทุกวันนี้ บรรดาพ่อค้าแม่ขายก็ยังกระทำดังกล่าวมาอยู่ ปัจจุบันการคมนาคมทางบกสะดวกสบายขึ้น จึงมีผู้คนมานมัสการหลวงพ่อบุญรอดมากขึ้นทุกวัน



ภาพประกอบ 9 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถเสด็จพระราชดำเนินวัดโสธรวรารามวรวิหารเพื่อทรงเวียนเทียนรอบพระอุโบสถ ในวันวิสาขบูชา



ภาพประกอบ 10 พระอุโบสถหลังใหม่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร

4.6.1.2 ประวัติหลวงพ่อพุทธโสธร

หลวงพ่อพุทธโสธรเดิมเป็นพระพุทธรูปหล่อด้วยสำริดอย่างสวยงาม ปางสมาธิเพชร พระเนตรทราย หน้าตักกว้างศอกเศษ รูปทรงวิจิตรสวยงามมาก แต่ต่อมาพระสงฆ์ในวัดเห็นว่า กาลต่อไป ภายหน้า คนที่กิเลสแรงกล้าอาจจะลักไปเพื่อประโยชน์ส่วนตัว เพื่อความปลอดภัยจึงพอกปูนเสริมให้ใหญ่ หุ้มองค์จริงไว้ภายใน พุทธลักษณะขององค์หลวงพ่อโสธรที่ปรากฏในปัจจุบันจึงเป็นแบบปูนปั้น ลงรักปิดทอง พระวรกายแบบเทวรูป พระพักตร์แบบศิลปะลานนา พระเกตุมาลาแบบป्ली อันหมายถึงความอยู่เย็นเป็นสุข ตามคติของชาวจีน ข้อพระกรข้างขวามีกำไลรัดตรึง เป็นเครื่องหมายความอาทรห่วงใยที่หลวงพ่อทรงมีต่อ สาธุชนผู้เคารพบูชาในองค์ท่าน ทรงจีวรแบบเนื้อ มีความกว้างของพระเพลา 3 ศอก 5 นิ้ว (1 เมตร 65 เซนติเมตร) สูง 1 เมตร 98 เซนติเมตร

ตามประวัติเล่ากันว่า ในสมัยโบราณทางภาคเหนือสมัยนั้น เรียกกันว่าลานช้าง-ลานนา มีเศรษฐีพี่น้อง 3 คน มีจิตเลื่อมใสศรัทธาจะสร้างพระพุทธรูปขึ้นมาเพื่อเสริมสร้างบารมีเพิ่มพูนผลานิสงส์ จึงได้เชิญพราหมณ์มาทำพิธีหล่อพระพุทธรูปปางต่างๆตามวัดเกิด อันมีปางสมาธิ หมายถึง พระพุทธรูปประจำวันพฤหัสบดี ปางสะดุ้งมารตามโหราศาสตร์กล่าวว่าพระเกตุ ปางอุ้มบาตร หมายถึง พระพุทธรูปประจำวันพุธ เมื่อทำพิธีบวงสรวงชุมชน เทวดาตามโหราศาสตร์ ในสมัยโบราณด้วยแรงศรัทธาและกุศลที่สร้างในครั้งนั้นทำให้เมืองนั้นรับรู้ ว่า ถ้าสร้างพระพุทธรูป 3 องค์นี้แล้ว ต่อไปภายภาคหน้าจะต้องไปคุมถึง 3 ทิศ 3 ทาง (ได้แก่หลวงพ่อวัดบ้านแหลม จังหวัดสมุทรสงคราม หลวงพ่อโต บางพลีจังหวัดสมุทรปราการ และหลวงพ่อพุทธโสธร จังหวัดฉะเชิงเทรา) เพราะฉะนั้นจึงได้อัญเชิญเทพเมืองบนมาสิงสถิต อยู่ในองค์พระแต่ละปาง แต่โบราณพระพุทธรูป เรียกว่า "พระพุทธรูปหรือปางต่าง ๆ ของพระพุทธองค์" มีเทพชั้นสูง ได้มาจุติในพระพุทธรูปที่หล่อขึ้นมา เมื่อทำพิธีปลุกเสกแล้วจึงได้อัญเชิญเข้าสู่วัด ต่อมาพระพุทธรูปทั้ง 3 องค์ที่หล่อขึ้นมามีดังกล่าวดำเนินโยกย้ายมาหลายยุคหลายสมัย นับเป็นพันๆ ปี จนได้มาอยู่ที่จังหวัดสุโขทัย



ภาพประกอบ 11 ประชาชนเข้านมัสการและปิดทององค์หลวงพ่อพุทธโสธร

กาลต่อมาสุโขทัยได้เกิดยุคเข็ญขึ้น พม่าได้ยกทัพมาตีหลายครั้งหลายหน จวบครั้งสุดท้าย ประมาณครั้งที่ 7 ก็ตีเมืองแตกพม่าได้เผาบ้านเผาเมือง ตลอดจนวัดวาอารามต่าง ๆ รวมทั้งวัดพระศรีมหาธาตุ 3 พี่น้องจึงได้ปรึกษากัน เนื่องจากว่าเหตุการณ์คับขันจึงได้แสดงอภินิหารเดินลงแม่น้ำปิง และล่องลงมาทางใต้มาตลอด 7 วัน จนกระทั่งมาถึงแม่น้ำเจ้าพระยาตรงบริเวณที่ปัจจุบัน เรียกว่า “สามเสน” จึงได้แสดงอภินิหารลอยให้ชาวบ้านชาวเมืองเห็น ชาวบ้านจึงได้ทำการจุดหลวงพ่อกทั้ง 3 องค์ โดยใช้เวลา 3 วัน 3 คืน ก็จุดไม่ขึ้น กล่าวกันว่า ครั้งนั้นได้ใช้ผู้คนชาวบ้านประมาณแสนๆคน ก็ทำการไม่สำเร็จ ต่อมานั้นจึงได้ชื่อว่า “สามแสน” ต่อมาเพี้ยนเป็น “สามเสน” หลวงพ่อกทั้ง 3 องค์ก็จมน้ำลง จนกระทั่งลอยล่องเข้าสู่คลองพระโขนงลัดเลาะจนไปสู่แม่น้ำเจ้าบางปะกงก่อนที่จะถึงวัด ได้ลอยผ่านคลอง ซึ่งปัจจุบันเรียกว่า คลองชักพระ หลวงพ่อกก็ได้แสดงอภินิหารลอยขึ้นมาให้ชาวบ้านเห็น โดยต้องการให้ชักพระทั้ง 3 องค์ขึ้น ชาวบ้านประมาณ 3 พัน ทำการชักพระขึ้นจากน้ำแต่ก็ไม่เป็นผลสำเร็จ จึงขนานนามคลองนี้ว่า คลองชักพระ หลวงพ่อกทั้ง 3 องค์ ได้ลอยทวนน้ำขึ้นไปทางหัววัดอีก สถานที่นั้นจึงเรียกว่า วัดสามพระทวน ต่อมาเรียกเพี้ยนว่า วัดสัมปทวน จากนั้นหลวงพ่อกก็ลอยตามแม่น้ำบางปะกง เลียบผ่านหน้าวัดโสธรไปถึงคู้้งน้ำใต้วัดโสธร จึงได้แสดงอภินิหารให้ชาวบ้านเห็นอีก ชาวบ้านได้ช่วยกันจุด แต่ก็ไม่สำเร็จ จึงเรียกหมู่บ้านและคลองนี้ว่า บางพระ จนทุกวันนี้ จากนั้นพระพุทธรูปก็ลอยทวนน้ำ วนอยู่ที่หัวเลี้ยวตรงกองพันทหารช่างที่ 2 ณ สถานที่ลอยวนอยู่นั้นเรียกว่า แหลมหัววน และคลองนั้นได้นามว่า คลองสองพี่น้อง หลังจากนั้นหลวงพ่อกจึงมาขึ้นที่วัดโสธรวรารามวรวิหารในปัจจุบันนี้

ด้วยอนุภาพความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อโสธร มีมากมายเหลือที่จะเล่าสู่กันฟังให้หมดได้ เพราะหลวงพ่อโสธรได้ดลบันดาลความเป็นสิริมงคลความเจริญรุ่งเรือง โชคลาภนานับการอยู่บนพื้นฐานแห่งความศรัทธาและเชื่อมั่น ทรงเป็นร่มโพธิ์ร่มไทรอันใหญ่ให้สรรพสัตว์ได้พำนักอาศัย เป็นร่มใหญ่กางกั้นสรรพภัยอันตรายความเดือดร้อนลำเค็ญให้สรรพสัตว์ได้อยู่เย็นเป็นสุข เป็นแพทย์ผู้วิเศษพยาบาลผู้อาพาธให้หายขาดไม่กลับคืน เป็นสรณะที่พึ่งพิง ของหมู่พระบริษัทผู้ถูกภัยคุกคาม เป็นหมอดูพยากรณ์ทายโชคชะตาวิชาทั้งอดีต ปัจจุบันและอนาคต ให้ทุกท่านผู้ต้องการทราบ หลวงพ่อกเป็นสัพพัญญูสำเร็จทุกวิชา ทุกอย่างทั้งทางโลกและทางธรรม อันสรรพสัตว์และเวไนยสัตว์ได้ดื่บร้อนและทุกข์เข็ญ หลวงพ่อโสธรเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง อันจะจรรโลงชาติและพระพุทธศาสนาให้ยั่งยืนสืบไปตลอดกาลนาน

ด้วยความศักดิ์สิทธิ์ทรงอนุภาพของหลวงพ่อโสธรเป็นที่เลื่องลือกระฉ่อนไปทั่วประชาชนพากันเลื่อมใสทั่วประเทศ ที่สำคัญยังเป็นที่เคารพของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์จึงทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้า ฯ ให้ย้ายพิธีถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยา ของเหล่าข้าราชการในจังหวัดฉะเชิงเทราจากวัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎ์ มากระทำในพระวิหารวัดโสธรวรารามวรวิหาร เพื่อให้การกระทำพิธีถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยานั้น ได้กระทำต่อหน้าพระพักตร์หลวงพ่อโสธร เพื่อให้ขลังและศักดิ์สิทธิ์ยิ่ง พิธีดังกล่าวได้กระทำตลอดมา จวบจนกระทั่งสิ้นสุดการปกครองระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช

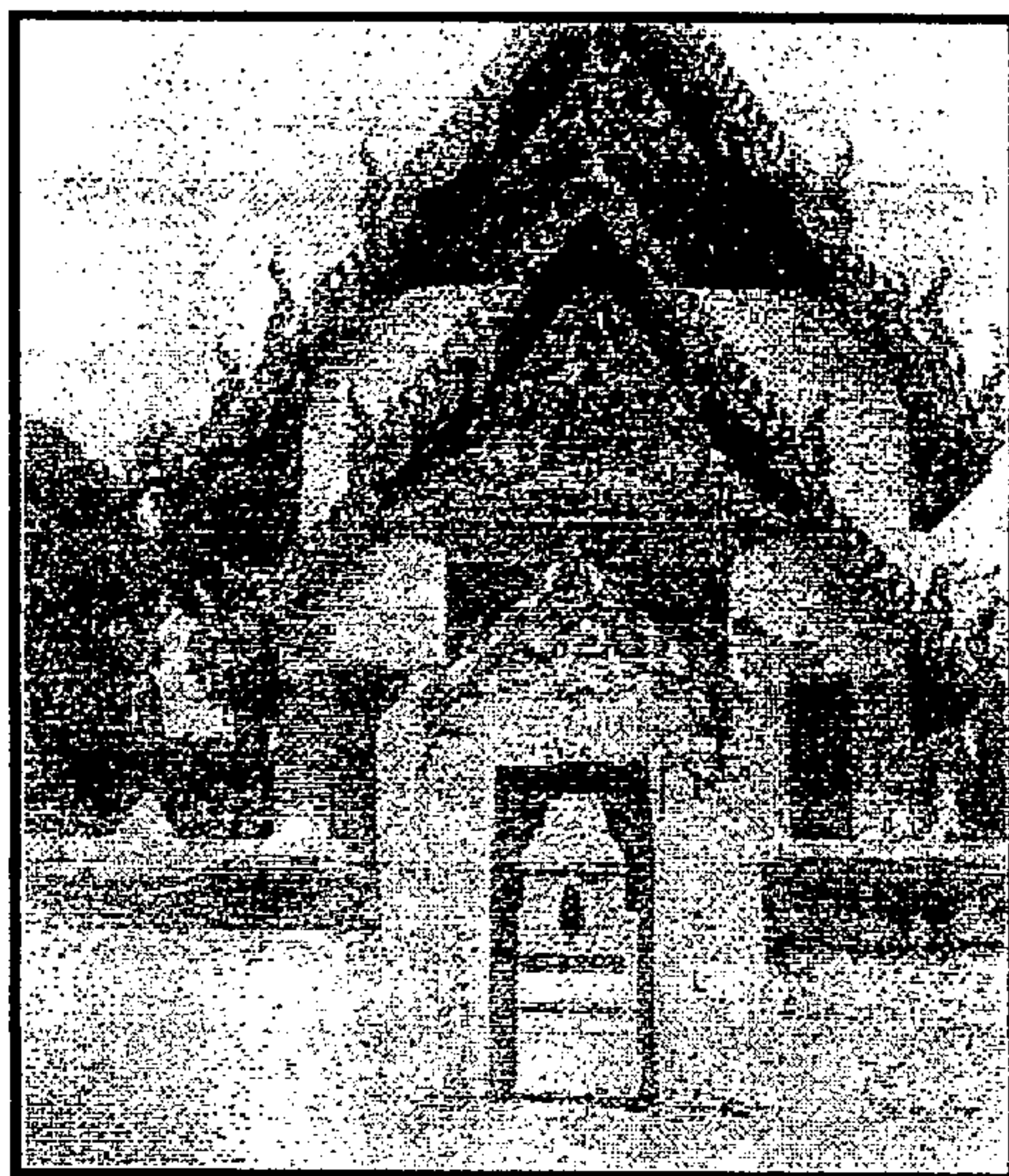
ปัจจุบันการที่เราท่านจะไปกราบนมัสการหลวงพ่อบุญศรี ไม่ใช่เรื่องยากลำบากอย่างแต่ก่อน ซึ่งจะให้สะดวกต้องไปทางเรือ แต่ปัจจุบันการคมนาคมสะดวก ถนนหนทางดีมีอยู่หลายสายที่มุ่งสู่จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่สำคัญที่ท่านจะเข้าไปกราบนมัสการหลวงพ่อฯ ควรจะทำจิตใจให้สะอาด บริสุทธิ์ มีความตั้งใจจริง มีสัจจะและมีธรรมะภายในพอสมควร สิ่งที่ท่านประสงค์หรือปรารถนาย่อมประสบความสำเร็จได้รวดเร็ว อนึ่งเทพยดาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ที่ปกป้องรักษาองค์หลวงพ่อฯ ทั้งปวงนั้น นอกจากท่านนิยมชมชื่นกับเสียงปี่พาทย์ตะโพนและการรำร่ำทำเพลงแล้ว ท่านยังนิยมชมชอบไข้จิดตัม ไข้เค็มตัม แต่ต้องนำมาจุ่มหรือชุบสีแดง ผึ่งให้แห้ง แล้วนำมาถวาย ท่านจะโปรดมาก ทั้งนี้อาจจะเป็นว่าองค์เดิมของหลวงพ่อบุญศรี เคยได้รับการขโมยองค์ด้วยชาดสีแดงมาก่อน พลอยทำให้เหล่าเทพยดาผู้มาปกป้องรักษาองค์พระชมชื่นสีแดงไปด้วย ดังนั้นจึงมักให้ผลแก่ผู้นำมาถวาย



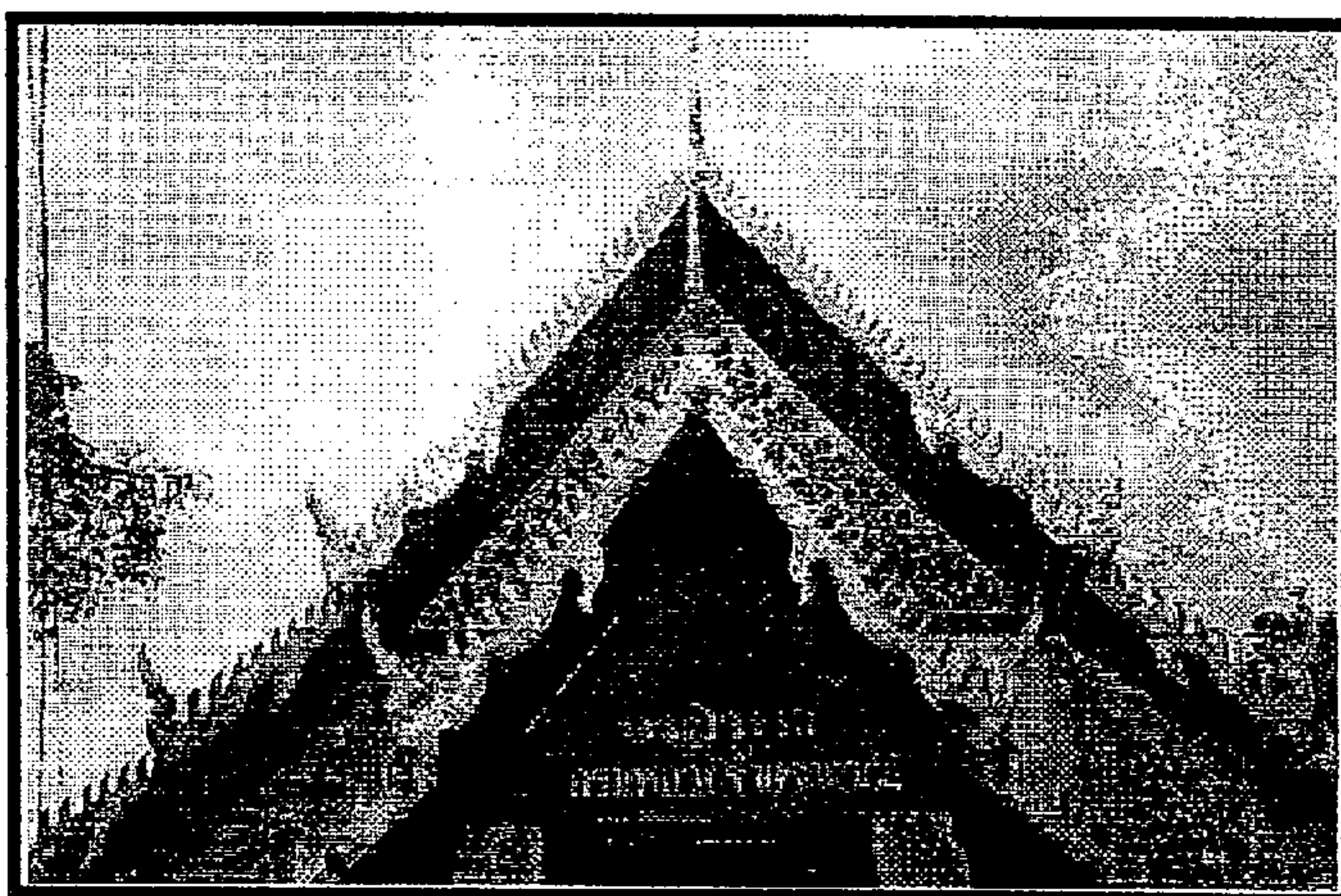
ภาพประกอบ 12 ประชาชนนำขอมถวายหลวงพ่อบุญศรีเพื่อแก้บน

4.6.2 วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์

วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์หรือวัดเมือง ตั้งอยู่ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา เป็นโบราณสถานอีกแห่งหนึ่ง ที่สร้างขึ้นเมื่อเกิดการสร้างบ้านแปลงเมืองใหม่ของฉะเชิงเทรา ในสมัยรัชกาลที่ 3 ปี พ.ศ. 2377 เมื่อมีการสร้างกำแพงเมือง เพื่อกำหนดขอบเขตของแปดริ้วและให้เมืองนี้เป็นปราการรักษาพระนครและชาวบ้านชาวเมืองให้ปลอดภัยจากข้าศึกศัตรูนั้น ศรัทธาในพุทธศาสนาได้ทำให้มีการสร้างวัดขึ้นด้วย เพื่อเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่เมืองและที่พึ่งพิงทางจิตใจในยามศึกสงคราม เนื่องจากวัดนี้ตั้งอยู่ในเมืองชาวบ้านจึงเรียกกันโดยทั่วไปว่า วัดเมือง สร้างขึ้นโดยกรมหลวงรักษ์รณเรศร์ (หม่อมเกสร) ฝีมือช่างก่อสร้างจากเมืองหลวง รูปแบบสถาปัตยกรรมใกล้เคียงกับพระปรางค์วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และวัดนี้ถือได้ว่ามีความสำคัญยิ่งในยุคนั้น เพราะได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา กว้าง 17 เมตร ยาว 29.50 เมตร ในปีพ.ศ. 2451 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เสด็จประพาสจังหวัดฉะเชิงเทราและได้พระราชทานนามวัดใหม่ว่า วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์ ซึ่งแปลว่า วัดที่ลู่ของพระเจ้าแผ่นดินทรงสร้าง



ภาพประกอบ 13 พระอุโบสถหลังเก่า วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์



ภาพประกอบ 14 พระวิหารกรมหลวงรักษรณเรศร์

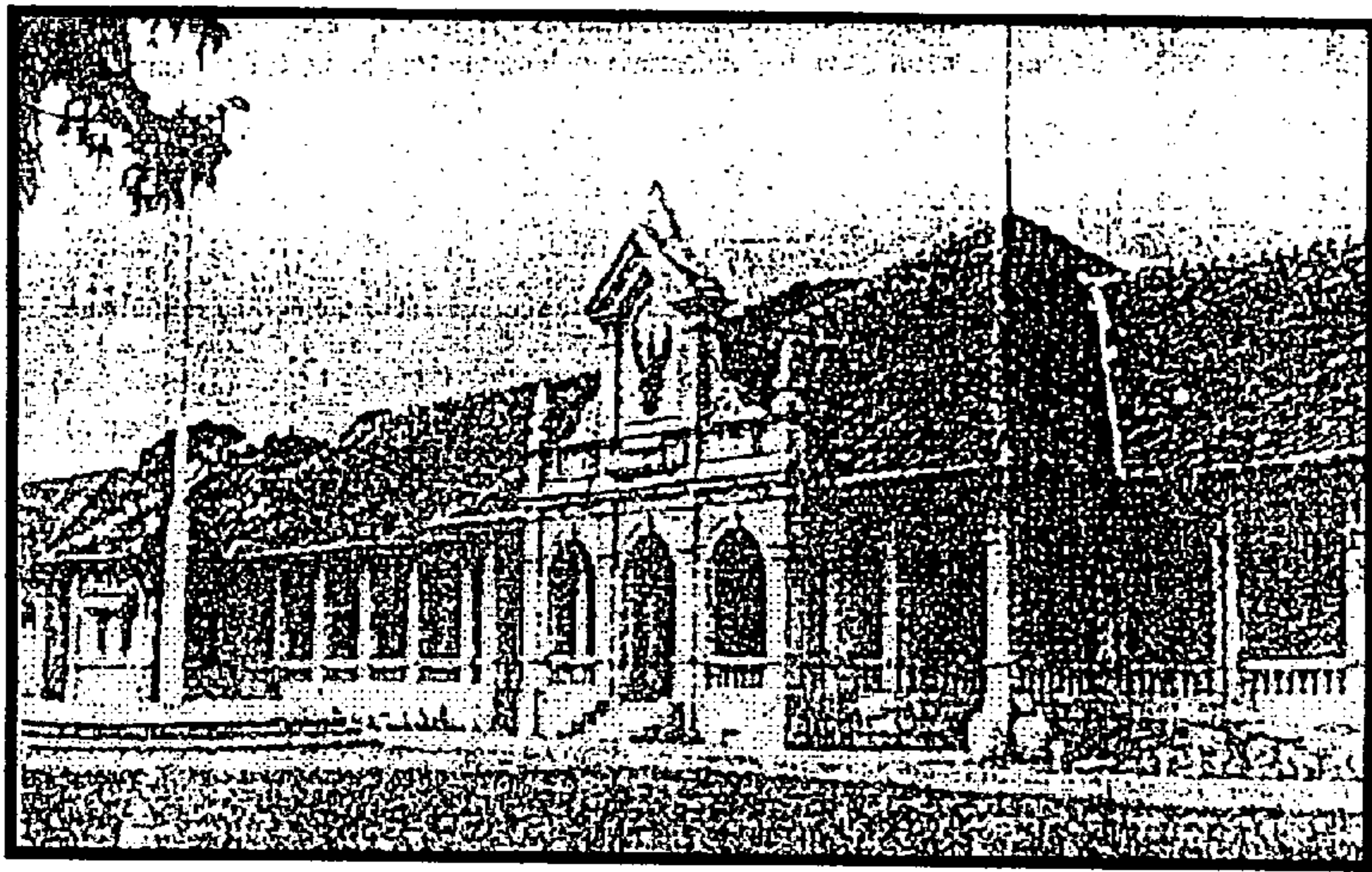
4.6.3 ศาลากลางจังหวัดหลังเก่าหรือศาลารัฐบาลมณฑลปราจีน

ศาลากลางจังหวัดหลังเก่าหรือศาลารัฐบาลมณฑลปราจีน ตั้งอยู่ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง ฉะเชิงเทรา ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 94 ตอนที่ 39 วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2520 มีประวัติโดยสังเขปดังนี้ ศาลากลางจังหวัดหลังเก่าหรือศาลารัฐบาลมณฑลปราจีนเป็นอาคารชั้นเดียวผนังก่อด้วยอิฐถือปูน ยกพื้นสูง ประมาณ 1 เมตร ผนังพื้นดิน คานตง โครงสร้างหลังคาเป็นไม้เนื้อแข็ง มุงด้วยกระเบื้องซีเมนต์สีเหลี่ยมแบบกระเบื้องว่าว สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2449 และทรงโปรดให้ใช้เป็นที่พักการมณฑลปราจีนในสมัยนั้น ซึ่งมณฑลปราจีนถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2435 ตามระบบเทศาภิบาล ซึ่งเป็นการปกครองแบบใหม่ จากการรวมตัวของเมืองฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครนายก และพนมสารคาม เมื่อมณฑลปราจีนขยายเขตการปกครองออกไป และเมืองฉะเชิงเทราได้เป็นศูนย์อำนาจรัฐและเป็นที่ตั้งของที่ว่ากรมณฑล จึงได้ก่อสร้างศาลารัฐบาลมณฑลปราจีนขึ้น ศาลารัฐบาลมณฑลปราจีนแห่งนี้มีบทบาทในการบริหารบ้านเมืองฉะเชิงเทราอย่างสม่ำเสมอ

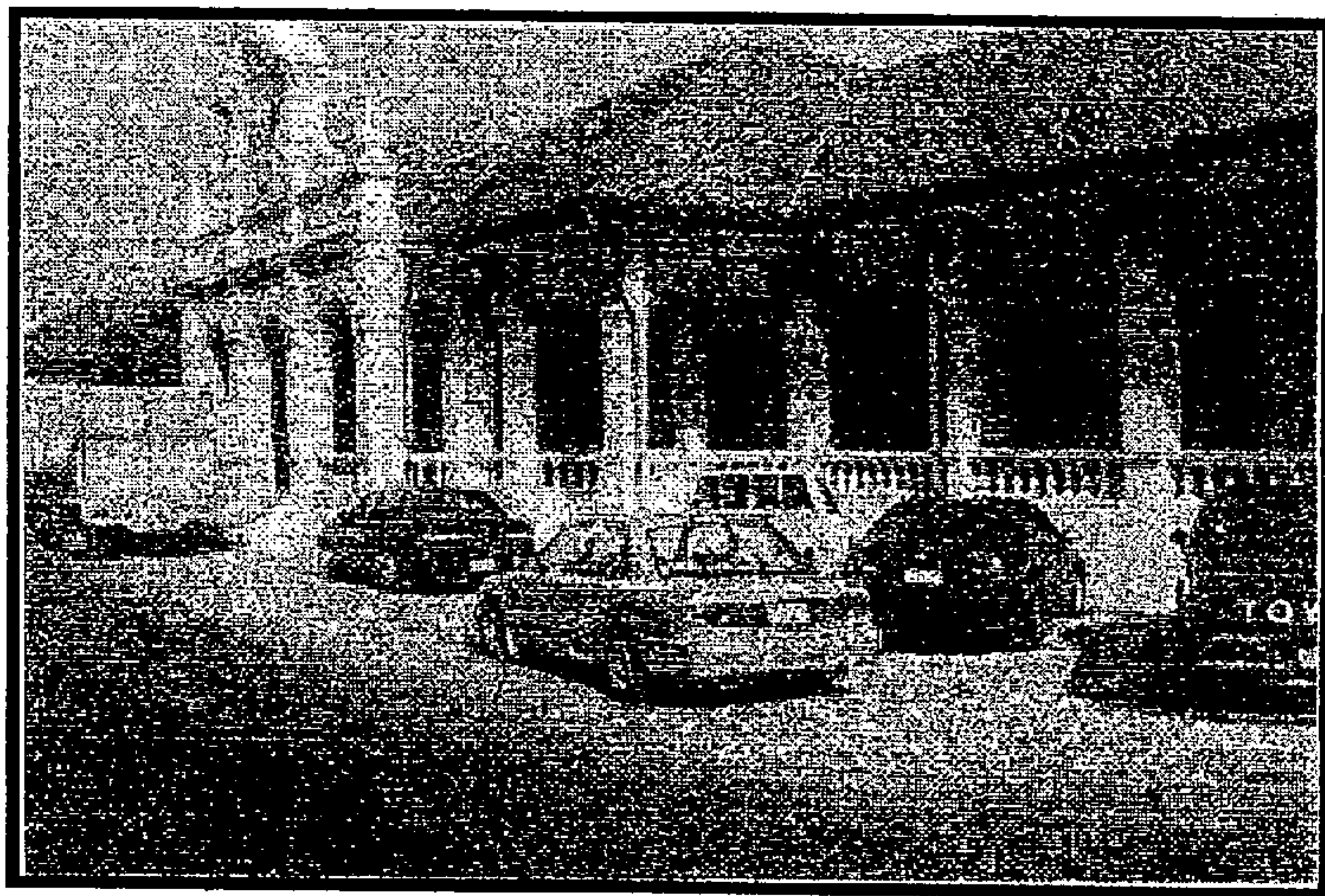
ศาลากลางจังหวัดหลังเก่าหรือศาลารัฐบาลมณฑลปราจีน เป็นบันทึกของการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองครั้งใหญ่ และเป็นสัญลักษณ์ของการต่อสู้เพื่อรักษาเอกราชของไทยในยุคจักรวรรดินิยม จนมีผู้ขนานนามว่าเป็น “อนุสาวรีย์แห่งเสรีภาพ” ของฉะเชิงเทรา

สงครามเย็นจากยุคล่าอาณานิคมซึ่งเริ่มขึ้นในช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ได้ระอุถึงขีดสุดในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ไทยจึงเร่งปรับปรุงเมืองให้ทันสมัย เป็นวิเทโศบายหลักในการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับคนไทยที่กำลังหวาดหวั่นต่อการคุกคามของมหาอำนาจ

แม้เมื่อไทยยกเลิกระบบเทศาภิบาล ศาลารัฐบาลมณฑลปราจีนแห่งนี้ก็ได้ใช้เป็นศาลากลางจังหวัด และสุดท้ายในปี พ.ศ. 2506 ได้เป็นที่ตั้งสำนักงานเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา จนถึงปี พ.ศ. 2518 เมื่อเทศบาลฯ ได้ย้ายไปใช้ที่ทำการใหม่จึงได้ให้เอกชนเข้ามาเช่าช่วงที่ดินแห่งนี้ และผลของการเช่าช่วงที่ดินนี้เอง ทำให้โฉมหน้าของอาคารศาลากลางหลังเก่าในอดีต กลับกลายเป็นห้างสรรพสินค้าในปัจจุบัน และบริเวณที่รอบๆตัวอาคารก็มีการปลูกสร้างอาคารพาณิชย์ ซึ่งนับเป็นความชอบด้วยกฎหมายแล้วหลังจากมีคดีฟ้องร้องกันระหว่างเอกชนผู้เช่าช่วงเป็นโจทก์ยื่นฟ้องเทศบาล ในเรื่องการทำผลประโยชน์ในที่ดินเช่านี้ ซึ่งปรากฏว่าในวันที่ 13 พฤษภาคม 2520 ศาลจังหวัดฉะเชิงเทราได้พิพากษาคดีนี้พ่งให้เทศบาลส่งมอบที่ดินที่ปลูกสร้างอาคารศาลากลางหลังเดิมกับที่ดินฟากถนนด้านหน้า ศาลากลางหลังเดิมให้โจทก์เข้าทำการปลูกสร้างอาคารพาณิชย์ และวันที่ 28 ธันวาคม 2521 ศาลจังหวัดฉะเชิงเทราได้อ่านคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ให้เทศบาลส่งมอบที่พิพาทให้กับโจทก์ก่อสร้างอาคารตามที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต ซึ่งเทศบาลก็ได้ยื่นฎีกาขอทุเลาการบังคับคดี ต่อศาลจังหวัดฉะเชิงเทราเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2522 ต่อมาในวันที่ 19 ตุลาคม 2524 ทั้งสองฝ่ายยินยอมทำสัญญาประนีประนอมยอมความกัน โดยเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรายินยอมส่งมอบที่ดินให้โจทก์ตามสภาพปัจจุบัน ซึ่งเดิมกรมธนารักษ์ได้วางผังตามที่กรมศิลปากรขอคืนที่ดินไว้เป็นเขตโบราณ ให้ปลูกสร้างอาคารพาณิชย์

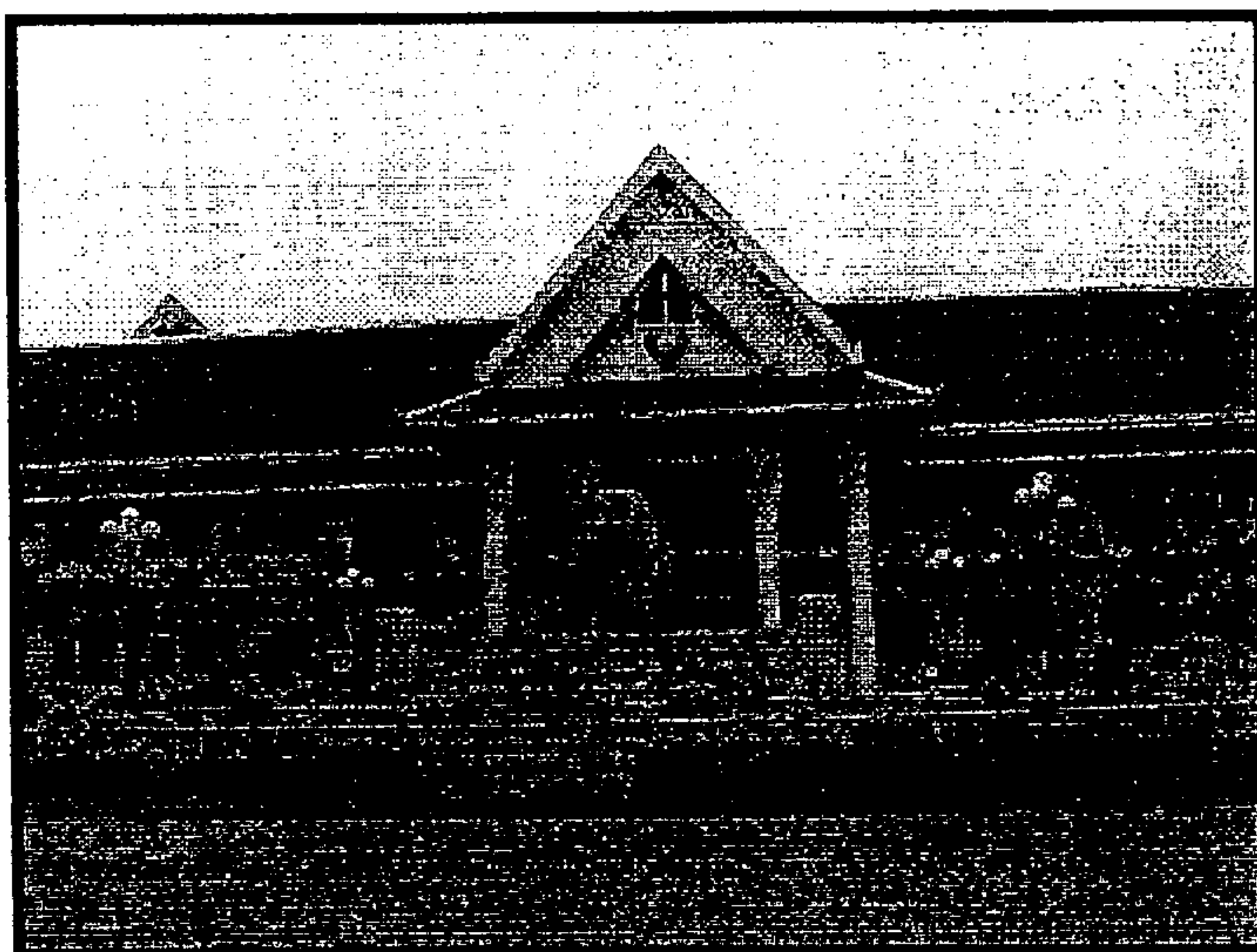


ภาพประกอบ 15 ศาลากลางหลังเก่าในอดีต



ภาพประกอบ 16 ศาลากลางหลังเก่าในปัจจุบัน

นำเสียดายอย่างยิ่ง ในวันที่ 1 มกราคม 2527 สมบัติอันทรงค่าของชาติแห่งนี้ได้ถูกเพลิงไหม้จนหมดสิ้น โดยไม่เหลือร่องรอยของอาคารเดิม และในปัจจุบัน บริเวณรอบศาลากลางหลังเก่าในอดีตมิได้เป็นเขตโบราณสถานอีกต่อไปแล้ว หากกลายสภาพเป็นห้างสรรพสินค้าและมีอาคารพาณิชย์ปลูกสร้างโดยรอบอย่างเห็นอยู่ในปัจจุบัน



ภาพประกอบ 17 ศาลากลางจังหวัดในปัจจุบัน

4.6.4 ตำแหน่งกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์

ตำแหน่งกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ ตั้งอยู่ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา ปัจจุบันคือ จวนผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นโบราณสถานแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ไม่แพ้ศาลากลาง จังหวัดหลังเก่าหรือศาลารัฐบาลมณฑลปราจีน

เมื่อไทยใช้นโยบายการเมืองนำหน้าการทหาร และเปลี่ยนแปลงระบบการปกครองจาก จตุสดมภ์มาเป็นระบบเทศบาล ฉะเชิงเทราได้เป็นที่ตั้งของที่ว่ากรมณฑลปราจีน และกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์สมุหเทศาภิบาลผู้ทรงปรีชาชาญในวิชาการปกครอง ก็ได้รับการแต่งตั้งเป็นเจ้าเมืองในช่วงเวลานั้น

การวางแผนก่อสร้างอาคารสถานที่ต่าง ๆ ในมณฑลปราจีนนั้น แท้จริงก็คือการเริ่มต้นวางผัง เมืองฉะเชิงเทรานั้นเอง ตำแหน่งกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ซึ่งเป็นเรือนไม้สองชั้น สร้างขึ้นเป็นที่พำนักของสมุหเทศาภิบาลในยุคนั้น จึงอาจถือได้ว่าเป็นก้าวแรก ๆ ของการก่อสร้าง “บ้านพักข้าราชการ” ของแปดริ้ว

ความสำคัญทางประวัติศาสตร์อีกอย่างหนึ่ง ซึ่ง เป็นความภูมิใจอย่างยิ่งของชาวเมือง คือ ตำแหน่งแห่งนี้เคยเป็นที่ประทับพักแรมของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวในคราวที่เสด็จประพาส ฉะเชิงเทราถึง 2 ครั้ง พระบรมฉายาลักษณ์ของพระองค์ท่าน ซึ่งได้พระราชทานไว้ตั้งแต่เสด็จประทับครั้งแรก พร้อมลายพระหัตถ์มีความว่า “ให้ไว้สำหรับเรือนเทศาภิบาลมณฑลปราจีน เป็นที่ระลึกในการที่ได้มา อยู่ในที่นี้ ได้ความสุขสบายมาก ตั้งแต่วันที่ 24 ถึงวันที่ 29 มกราคม ร.ศ. 126 ” (พ.ศ. 2450) ยังอยู่เป็น ของคู่ตำแหน่งมาจนทุกวันนี้

ปัจจุบันตำแหน่งกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ ยังใช้เป็นที่ประทับและทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ และสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ยามที่เสด็จเยือนฉะเชิงเทรา

4.6.5 เจ้าแม่กวณโณมลออยน้ำ (สมาคมสงเคราะห์การกุศล)

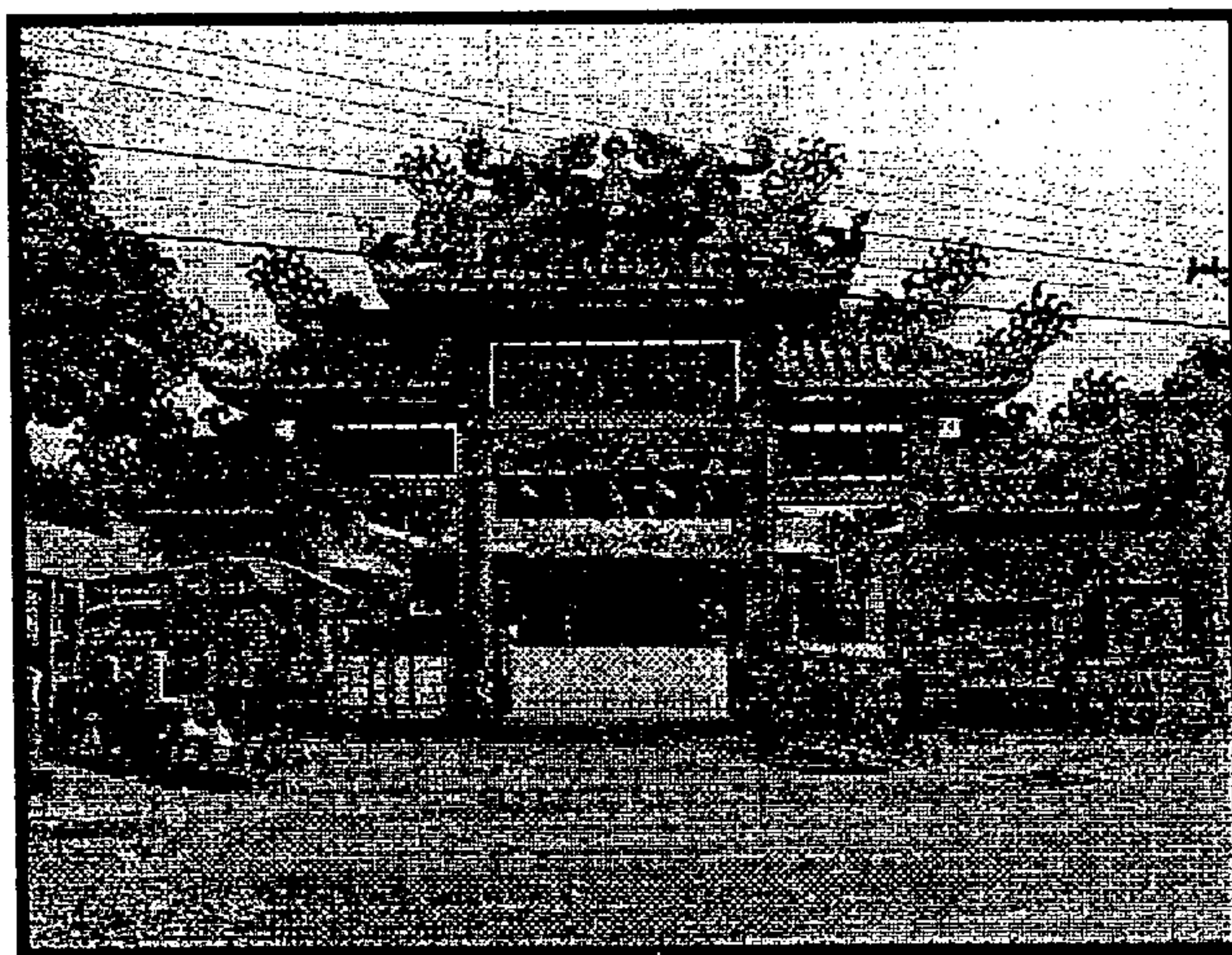
ประดิษฐานอยู่ที่สมาคมสงเคราะห์การกุศลจะเชิงเตา ถนนสุขุมวิท เป็นรูปปั้นองค์ลอย สูงประมาณ 1 เมตรเศษ หนัก 40 กิโลกรัม ทำจากเซรามิก เมื่อปี 2540 มีคนพบลอยน้ำมาติดฝั่งบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำบางปะกง ชาวแปดริ้วจึงได้อัญเชิญมาประดิษฐาน ณ ที่แห่งนี้ มีผู้ศรัทธาเลื่อมใสเดินทางไปสักการะเป็นประจำ ซึ่งมีความเป็นมาดังนี้

ภายในอาคารหลังใหม่สร้างด้วยสถาปัตยกรรมทรงจีนห้องโถงกลางพื้นที่ประมาณ 600 ตารางเมตร มีรูปองค์ลอยเจ้าแม่กวณโณมทำด้วยเซรามิกขนาดเกือบเท่าคนจริง ตั้งเด่นเป็นสง่าอยู่มีผู้คนไปกราบนมัสการมากหลายไม่แพ้ที่แห่งใดพระที่วัดสนามจันทร์ ซึ่งมีผู้ยืนยันว่า “องค์นี้แหละที่ลอยน้ำมา”

เมื่อเวลา 01.30 น. ของวันที่ 21 พฤศจิกายน 2540 สภ.อ.เมืองจะเชิงเตา ได้รับแจ้งว่าคนหาปลาที่แม่น้ำบางปะกงได้พบศพผู้หญิงตายลอยน้ำมาติดที่ฝั่งแม่น้ำใกล้ ๆ กับห้างตะวันออกปลาซ่า หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่ตำรวจก็ไปที่เกิดเหตุพร้อมกับเจ้าหน้าที่ของสมาคม ฯ เพื่อทำหน้าที่เก็บศพตามที่ได้รับรายงาน แต่พอไปถึงต่างก็เบิกตาโพล่งกันแทบทุกคน เมื่อภาพที่เห็นจากการส่องแสงของสปอตไลต์นั้นก็คือ “เทวรูปเจ้าแม่กวณโณม” ซึ่งเป็นที่น่าแปลกใจไม่น้อย เมื่อเทวรูปหรือ “องค์ลอยพระโพธิสัตว์กวณโณม” ทำด้วยเซรามิก ซึ่งเป็นของหนักแต่กลับลอยน้ำมาได้ แทนที่จะจมน้ำเหมือนกับกระเบื้องทั่ว ๆ ไป พอถึงช่วงที่กู้ขึ้นมาจากน้ำ ทั้ง ๆ ที่เจ้าแม่มีน้ำหนักเพียง 40 กิโลกรัมเท่านั้น แต่ทำไมคนตั้ง 5-6 คนจึงไม่สามารถดึงขึ้นจากน้ำได้ พวกเขาจึงเอาชูปมาจุดแล้วอธิษฐานขอให้เจ้าแม่ฯ ขึ้นจากน้ำ เจ้าแม่ก็ขยับขึ้นจากน้ำนั้นอย่างสบาย ๆ โดยคนเดียวอุ้มเท่านั้น

พอนำมาพักไว้ที่สถานี่ตำรวจ ทาง ร.ต.อ.สุพรรณ พลภักดิ์ ร้อยเวรสอบสวน เห็นว่า เจ้าแม่กวณโณมนั้นเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ไม่เหมาะสมที่จะนำมาประดิษฐานไว้ที่นี่เนื่องจากไม่สะอาดพอ เพราะเจ้าหน้าที่บางคนยังบริโภคเนื้อโคกระบืออยู่ จึงส่งมอบให้แก่เจ้าหน้าที่สมาคมสงเคราะห์การกุศลจะเชิงเตา เพื่อนำไปประดิษฐานไว้ที่สมาคมฯ ซึ่งถือว่ามีความเหมาะสมกว่า ดังนั้นคุณวิสิทธิ์ แซ่ลือ และคุณสมศักดิ์ กิจการนันทศรี หัวหน้าหน่วยกู้ภัย จึงได้นำมาที่ทำการสมาคมฯ

ในช่วงแรกเพียง 10 วันที่เจ้าแม่กวณโณมมาประดิษฐานที่สมาคมฯแห่งนี้ ชาวบ้านชาวตลาดได้แปรเหตุการณ์ของเจ้าแม่มาเป็นตัวเลข ซึ่งในวันที่เจ้าแม่ลอยน้ำมาประมาณ 2 นาฬิกา และมีน้ำหนักประมาณ 40 กิโลกรัม เขาจึงเอามารวมกันเป็นเลข 240 จากนั้นก็พากันไปซื้อหวย ปรากฏว่า งวดนี้ไม่ออกแต่ออกในงวดถัดไป พลังความศักดิ์สิทธิ์อันเป็นโชคลี้ที่ได้รับจากบารมีของเจ้าแม่กวณโณมนี้นี้มีมากหรือน้อยยังไม่มีการบันทึกเป็นหลักฐาน

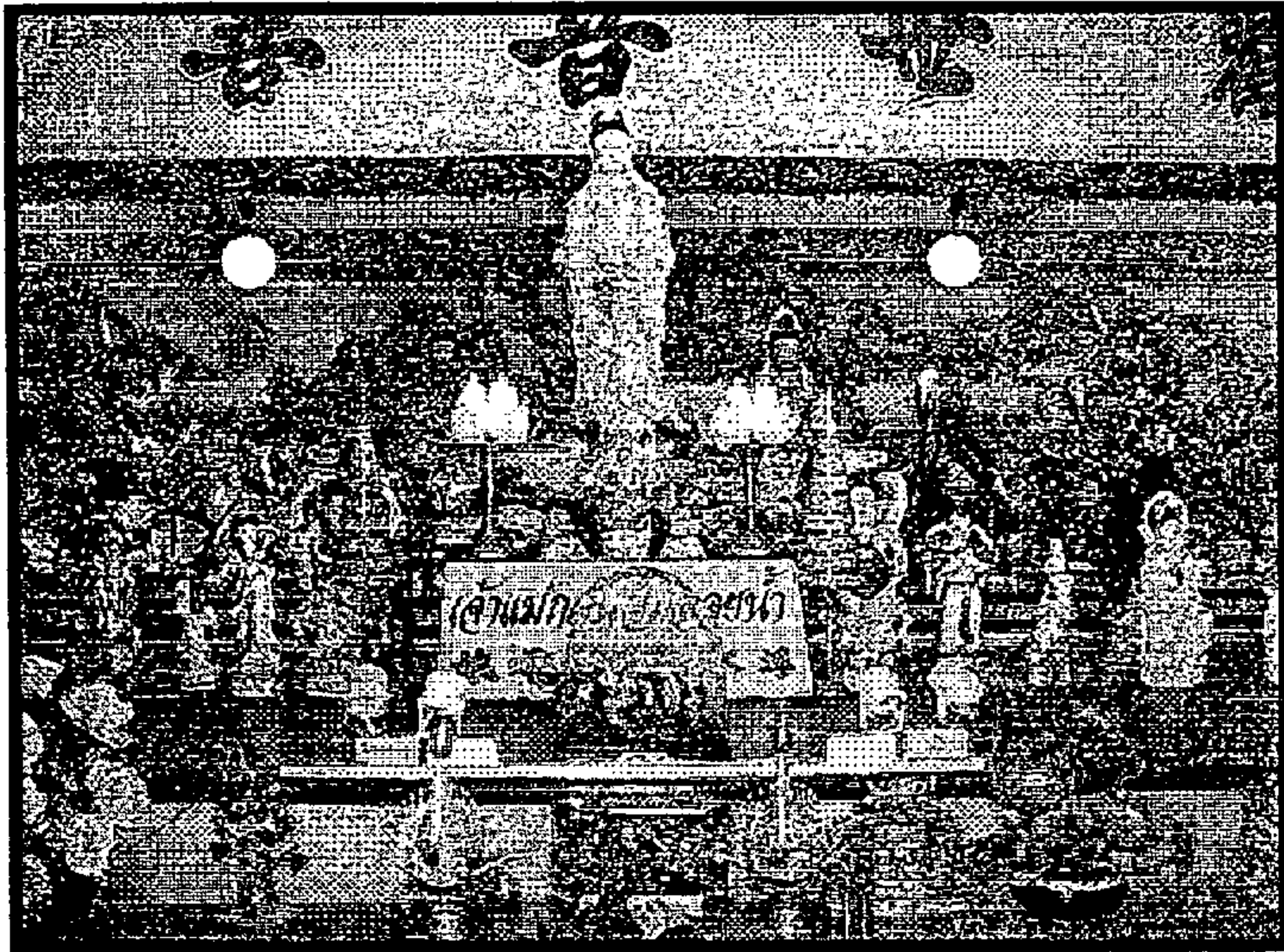


ภาพประกอบ 18 แสดงชุมประตุมuseumสงเคราะห์การกุศลจะเซ่งเทร



ภาพประกอบ 19 ห้องโถงกลางภายในmuseumสงเคราะห์การกุศลจะเซ่งเทร

นักธุรกิจรายหนึ่งชื่อ คุณปัญญา หล้าประเสริฐ ได้บริจาคเงินในการติดป้ายตกแต่งภายใน museum พร้อมกับสร้าง “อุยฮวดเต้ง” ศาลา 8 เหลี่ยม เพื่อให้เป็นที่พักผ่อนสำหรับคนที่เดินทางมาที่ museum แห่งนี้เป็นมูลค่า 999,999 บาท เขาบอกว่าในยุคไอเอ็มเอฟที่ใคร ๆ ทำธุรกิจแล้วมั่งคั่ง บางราย ถึงกับขาดทุน เขาเองก็ซวดเซเช่นกัน แต่เขาได้มาอธิฐานขอโชคจากเจ้าแม่กวนอิมองค์นี้ หลังจากนั้นก็ รุ่งเรืองขึ้น ก็เลยมาตอบแทนตามที่ได้นบนานไว้กับเจ้าแม่กวนอิม



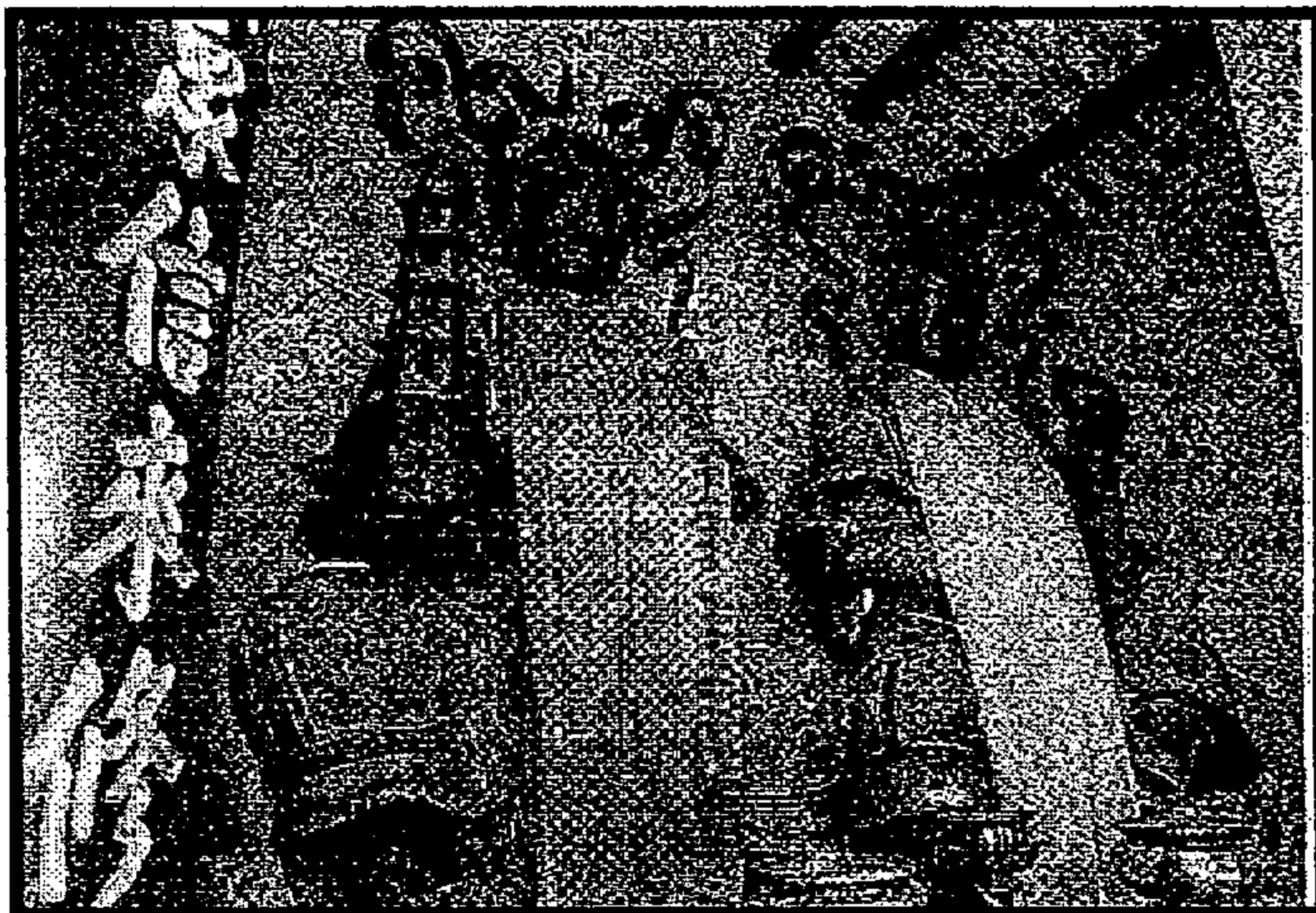
ภาพประกอบ 20 เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำซึ่งประดิษฐานอยู่ภายในสมาคมสงเคราะห์การกุศล



ภาพประกอบ 21 เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ

4.6.6 วัดจีนประชาสโมสร (วัดเล่งฮกยี่)

ตั้งอยู่ที่ถนนสุขุมวิท ตำบลบ้านใหม่ ห่างจากศาลากลางจังหวัด 1 กิโลเมตร เป็นวัดจีนในพุทธศาสนาฝ่ายมหายานที่ขยายมาจากวัดเล่งเน่ยยี่ในกรุงเทพฯ สร้างในสมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2449 สิ่งที่น่าสนใจในวัดได้แก่ รูปปั้นขนาดใหญ่ของจตุโลกบาล และเทวรูปจีนอ้วยโห้ซึ่งแต่งกายชุดนักรบ นอกจากนี้มีวิหารศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ เช่น วิหารบูรพาจารย์ วิหารเจ้าแม่กวนอิม วิหารว่องอ้วนตี้ วิหารตี้ซังอ่อง และสระนทีสวรรค์ เป็นต้น



ภาพประกอบ 22 รูปปั้นจตุโลกบาล

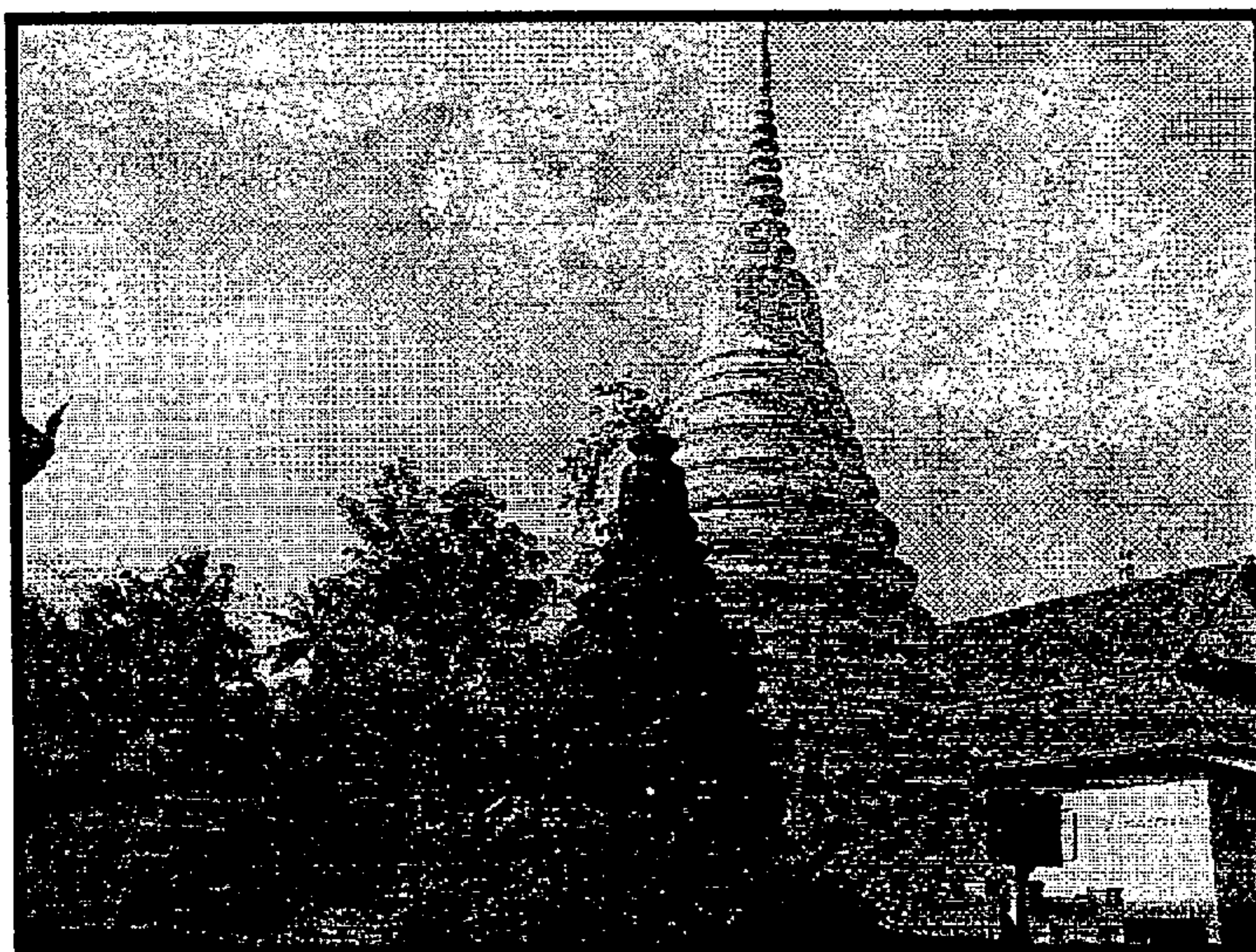
4.6.7 วัดพยัคฆอินทาราม (วัดเจติย)

ตั้งอยู่ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จະเซียงเทรา ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 99 ตอนที่ 172 วันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2525 พื้นที่โบราณสถานประมาณ 1 ไร่ 4 ตารางวา ประกอบด้วยวิหารพระพุทธบาท เจติยองค์ใหญ่ 1 องค์ เจติยองค์เล็ก 2 องค์ สุสานเก่า อุโบสถ และ หอระฆัง

จากหลักฐานแผ่นเงินที่พบบริเวณรอยแตกตรงคอระฆังของเจติยองค์ใหญ่ทราบว่าสร้างในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยนายเสือหรือพระเกรียงไกรกระบวนบุททิศปลัดเมืองจະเซียงเทรากับภรรยาชื่ออิน เมื่อปี พ.ศ. 2416 ส่วนวัดนั้นสร้างเสร็จภายหลังในราวปี พ.ศ. 2424 การตั้งชื่อว่า “วัดพยัคฆอินทาราม” นั้นคงจะใช้ชื่อ เสือ ซึ่งแปลเป็น “พยัคฆ์” บวกเข้ากับ อิน ภรรยาผู้สร้างเป็น “วัดพยัคฆอินทาราม”



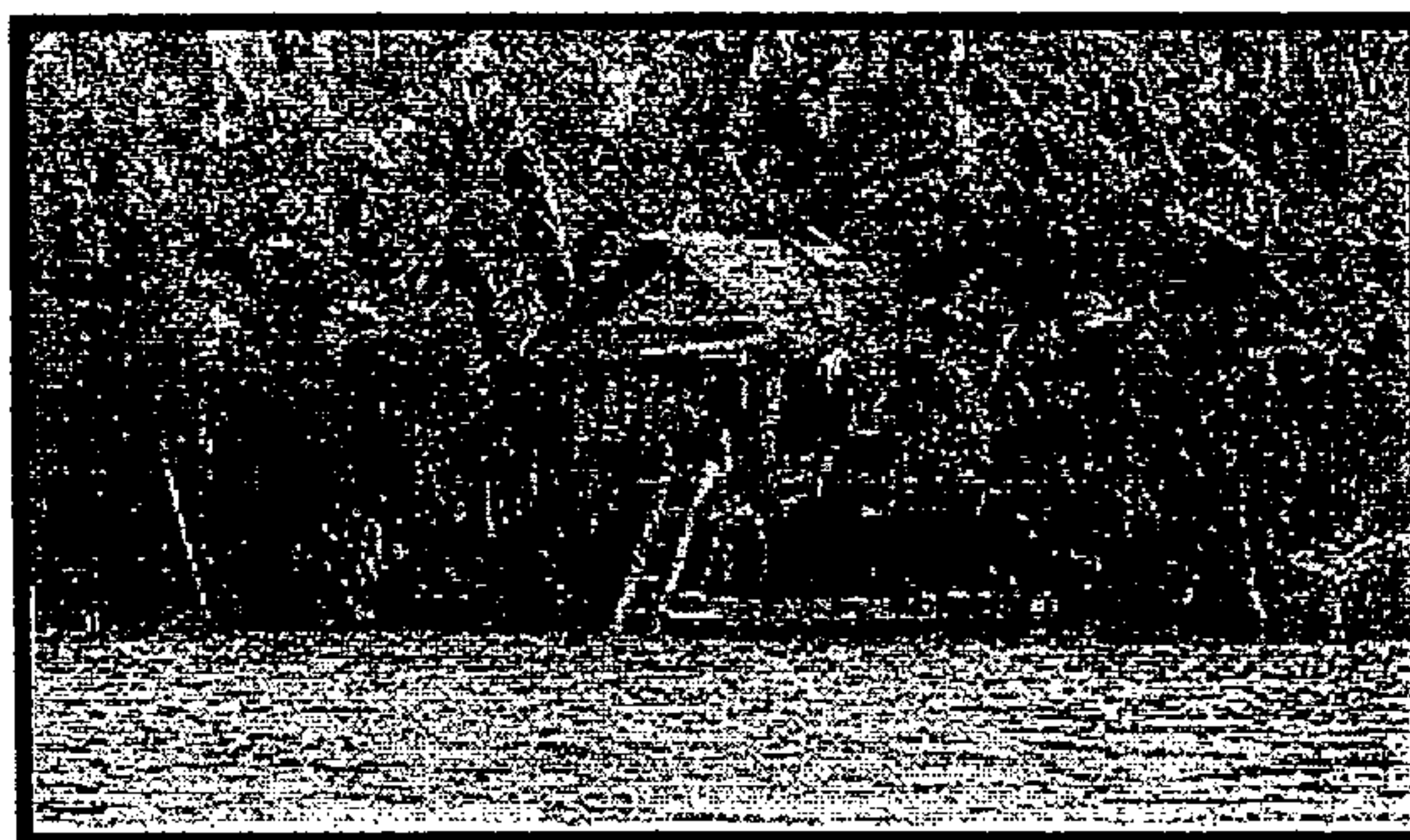
ภาพประกอบ 23 แสดงเจดีย์ องค์ใหญ่ 1 องค์ เจดีย์ องค์เล็ก 2 องค์ ภายในวัดเจดีย์



ภาพประกอบ 24 แสดงเจดีย์ภายในวัดเจดีย์

4.6.8 การท่องเที่ยวทางเรือตามลำน้ำบางปะกง

ลำน้ำบางปะกงมีต้นกำเนิดจากทิวเขาชันกำแพงบนที่ราบสูงโคราช ไหลผ่านจังหวัดปราจีนบุรี (เรียกว่าแม่น้ำปราจีนบุรี) ผ่านอำเภอบางน้ำเปรี้ยว (เรียกว่าแม่น้ำแปดริ้ว) ผ่านอำเภอบางคล้า อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา และออกสู่อ่าวไทยที่อำเภอบางปะกง ระยะทาง 230 กิโลเมตร การท่องเที่ยวทางเรือในลำน้ำบางปะกง เริ่มจากตัวเมืองฉะเชิงเทราเพื่อชมธรรมชาติ สองฝั่งน้ำชมบ้านเรือน ซึ่งยังคงสภาพความเป็นอยู่อย่างไทย ผ่านสถานที่ที่น่าสนใจ เช่น อาคารตำหนักกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ ป้อมและกำแพงเมืองโบราณ อาคารศาลากลางหลังเก่า กลุ่มเรือนแพสมัยเก่า วัดวาอาราม ทั้งวัดไทย จีน ฝรั่ง เช่น วัดเมือง วัดสัมปทวน วัดแหลมใต้ วัดสายชล วัดเชนทร์ปอล ไปขึ้นฝั่งที่วัดโพธิ์บางคล้า เพื่อชมค้างคาวแม่ไก่ ระยะทางประมาณ 25 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 3 ชั่วโมง สามารถติดต่อเช่าเรือได้ที่ท่าหน้าวัดโสธรวรารามวรวิหาร หรือที่ทำน่าน้ำตลาดในตัวเมือง มีทั้งเรือหางยาวจุคนได้ 8-10 คน เรือสำราญจุคนได้ 40 คน อัตราค่าเช่าเรือตามแต่ละตกลงกันตามจำนวนผู้โดยสารและระยะทาง



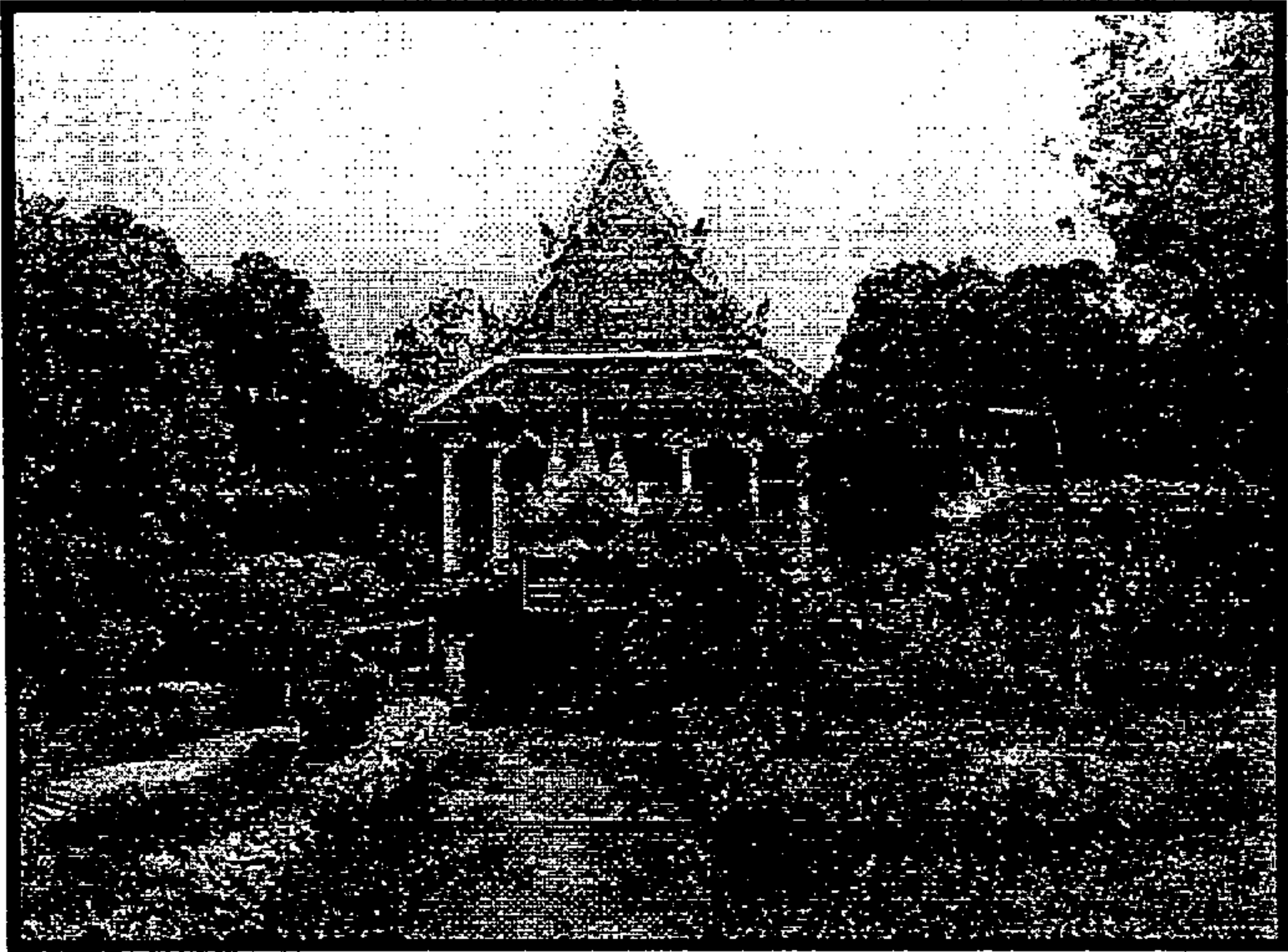
ภาพประกอบ 25 ลำน้ำบางปะกง



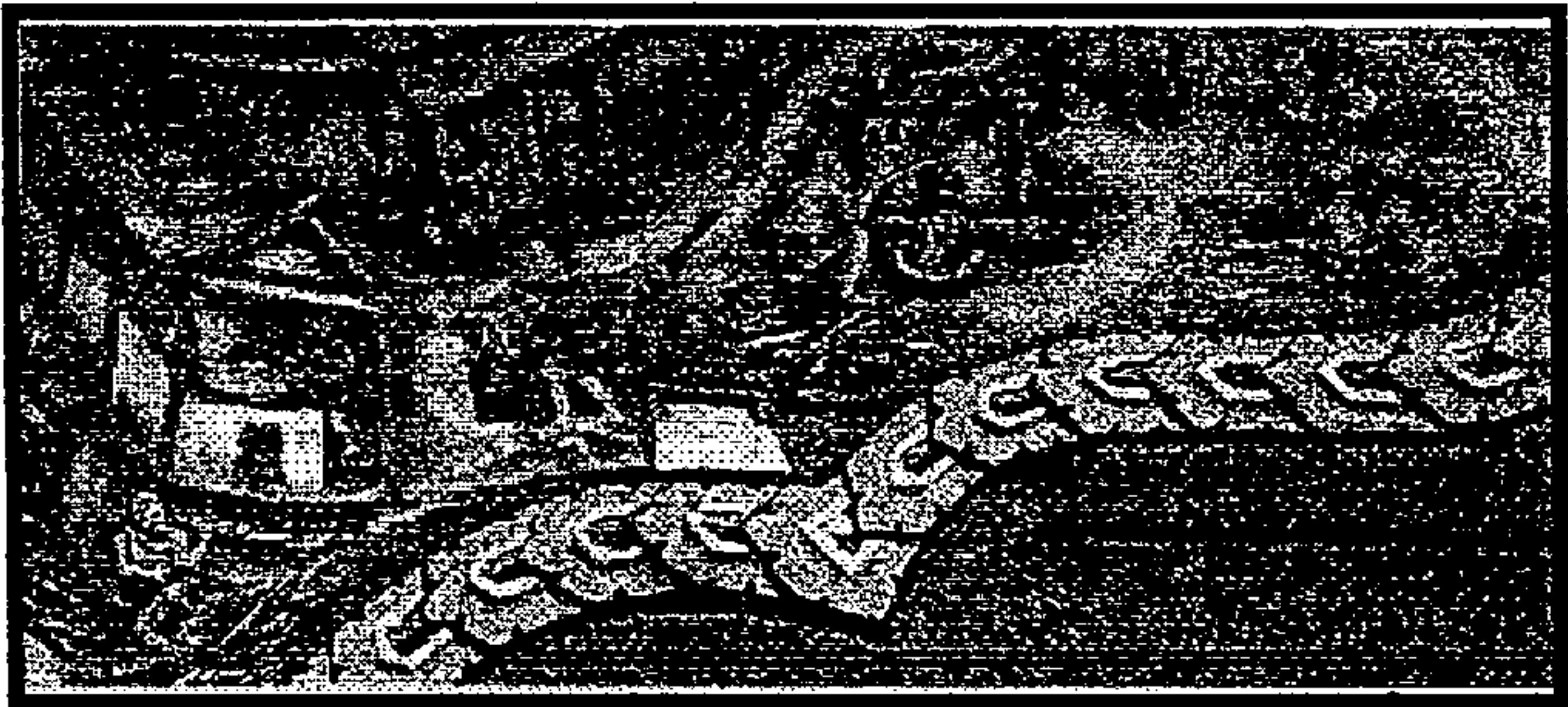
ภาพประกอบ 26 ลำน้ำบางปะกง แหล่งชุมชนที่มีวิถีชีวิตผูกพันกับแม่น้ำ

4.6.9 วัดสัมปทวน

เดิมชื่อวัด “ สามพระทวน” ตั้งอยู่ถนนศุภกิจ เป็นวัดเก่าแก่ มีตำนานเกี่ยวกับหลวงพ่พุทธรโสรฐ สิ่งที่น่าสนใจคือ พระอุโบสถที่มีลายปูนปั้นอยู่ด้านบนระเบียงโบสถ์ แสดงภาพพระเวสสันดรชาดก อีกด้านหนึ่งเป็นภาพวิถีชีวิตชาวแปดริ้วในอดีต



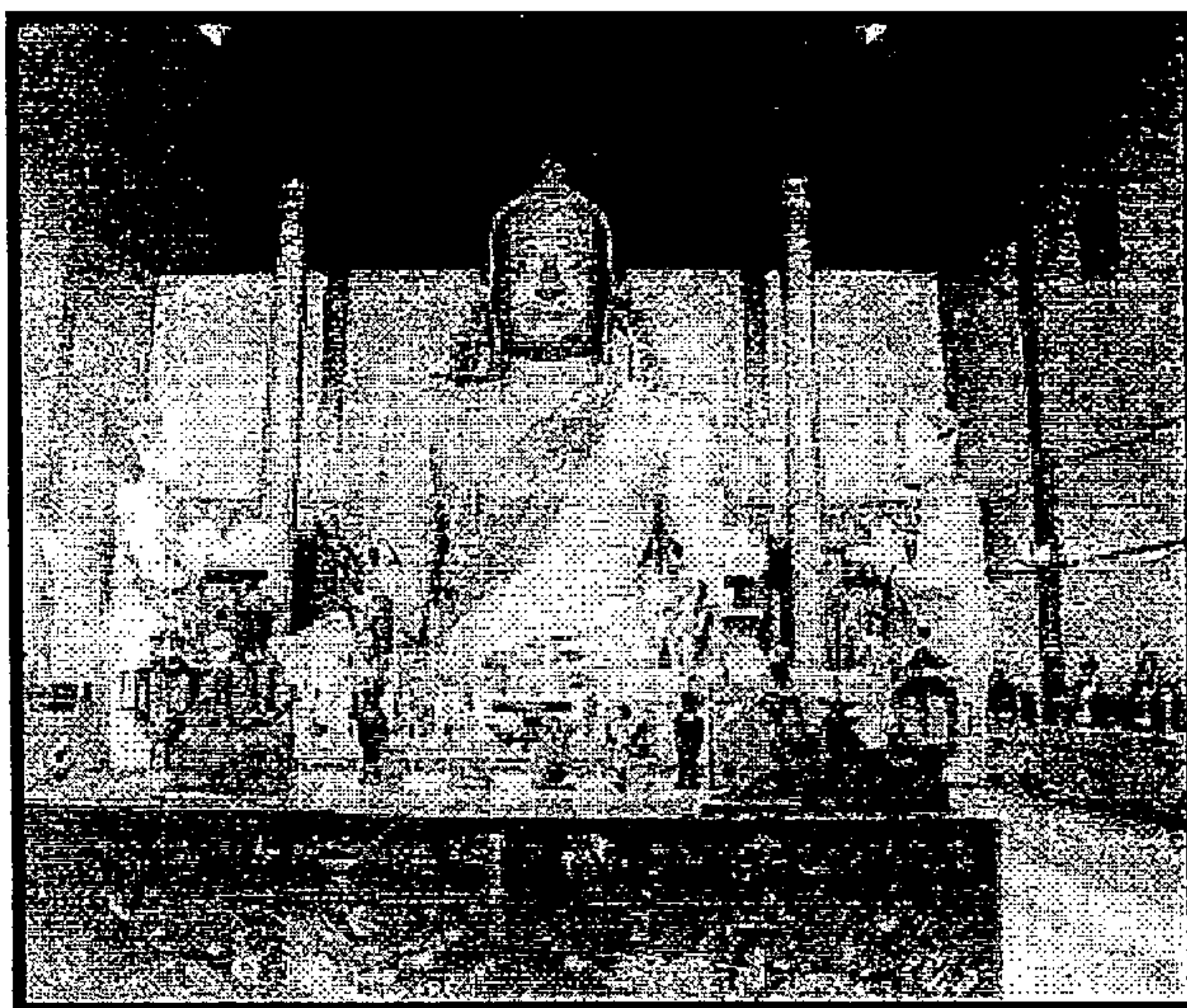
ภาพประกอบ 27 พระอุโบสถวัดสัมปทวน



ภาพประกอบ 28 ภาพวิถีชีวิตชาวแปดริ้วในอดีตบนผนังพระอุโบสถ

4.6.10 วัดอุภัยภาติการาม (วัดชำปอกง)

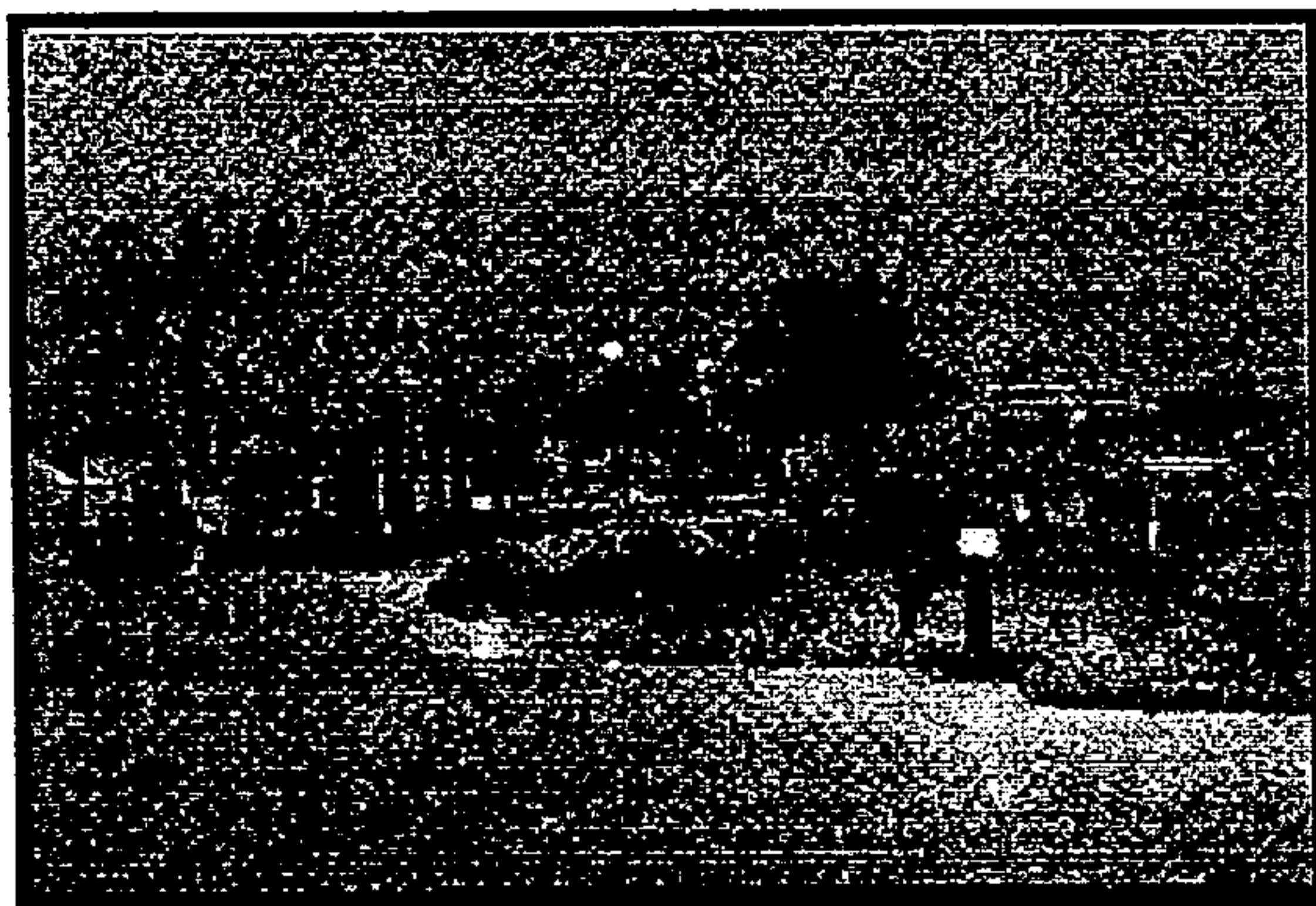
ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท ใกล้กับบริเวณตลาดบ้านใหม่ เดิมเป็นวัดจีนแต่ปัจจุบันแปรสภาพเป็นวัดญวนในลัทธิมหายาน ภายในวัดมีวิหารลักษณะเหมือนศาลเจ้า เป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่โต (พระไตรรัตนนายก) หรือที่ชาวจีนเรียกว่า “เจ้าพ่อชำปอกง” ในประเทศไทยมีเพียง 3 องค์เท่านั้น ประดิษฐานอยู่ที่วัดกัลยาณมิตร (ฝั่งธนบุรี) จังหวัดกรุงเทพฯ วัดพนัญเชิง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและวัดอุภัยภาติการาม จังหวัดฉะเชิงเทรา ทุกวันเสาร์ อาทิตย์ จะมีนักท่องเที่ยวจากฮ่องกง สิงคโปร์ และไต้หวัน มานมัสการอยู่เป็นประจำ



ภาพประกอบ 29 หลวงพ่โต วัดอุภัยภาติการาม สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5

4.6.11 สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา

ตั้งอยู่หน้าศาลากลางจังหวัด บนเนื้อที่ประมาณ 90 ไร่ เป็นสวนสาธารณะที่มีสระน้ำขนาดใหญ่อยู่กลางสวน มีทางเดินโดยรอบสระและต้นไม้ขึ้นร่มรื่น เหมาะเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ



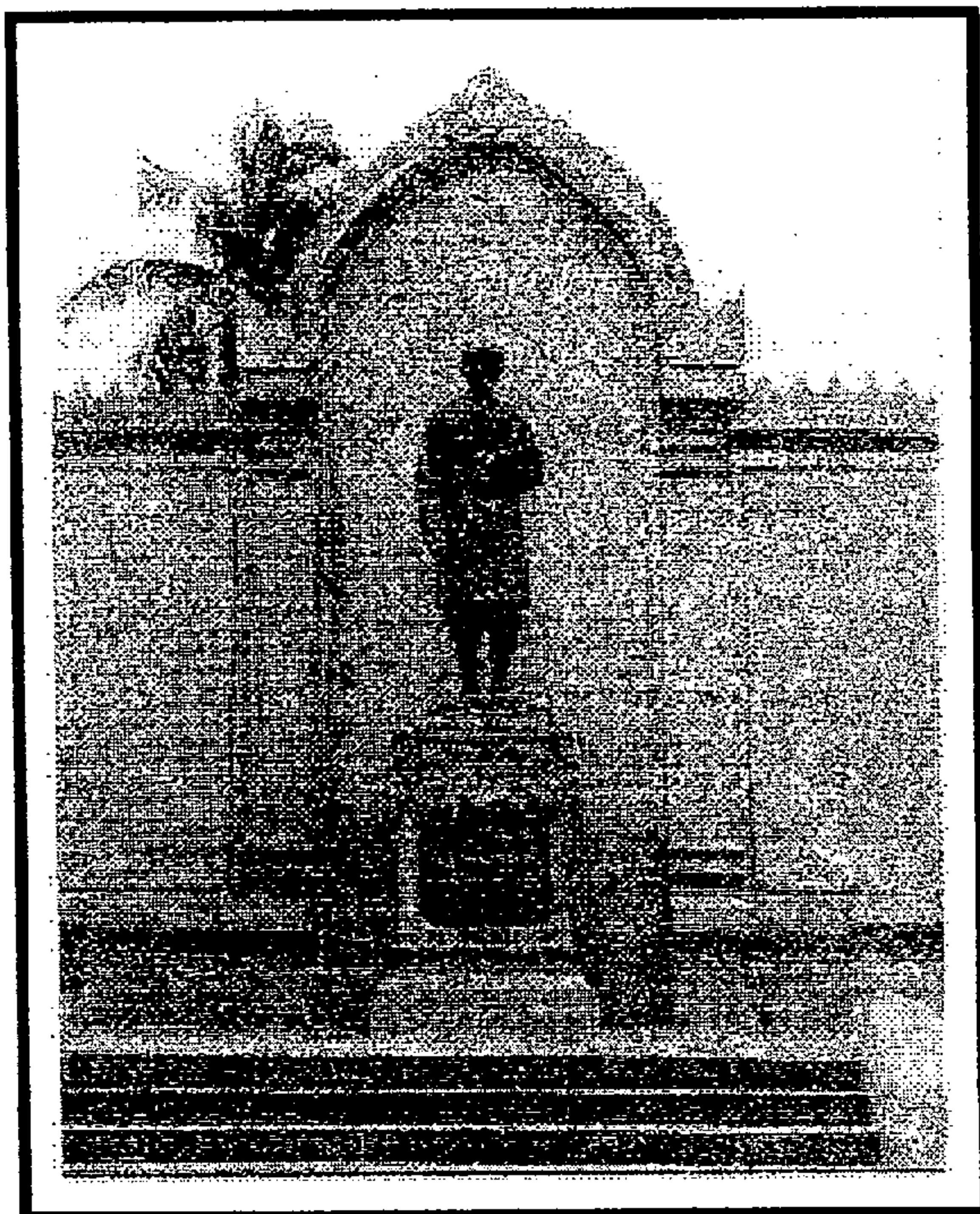
ภาพประกอบ 30 บริเวณสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์จะเชิงเทรา



ภาพประกอบ 31 พระบรมรูปสมเด็จพระศรีนครินทร์ภายในสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์จะเชิงเทรา

4.6.12 อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร)

ตั้งอยู่ถนนศรีโสธร ตรงข้ามค่ายทหารศรีโสธร พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) เป็นชาวแปดริ้ว เป็นนักปราชญ์ภาษาไทยคู่พระบารมีแห่งองค์พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ท่านแต่งแบบเรียนภาษาไทยหลายชุด นับเป็นแบบเรียนภาษาไทยที่สมบูรณ์ที่สุดสำหรับเยาวชนไทยในยุคนั้น



ภาพประกอบ 32 ด้านหน้า อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร)

4.6.13 ป้อมและกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา

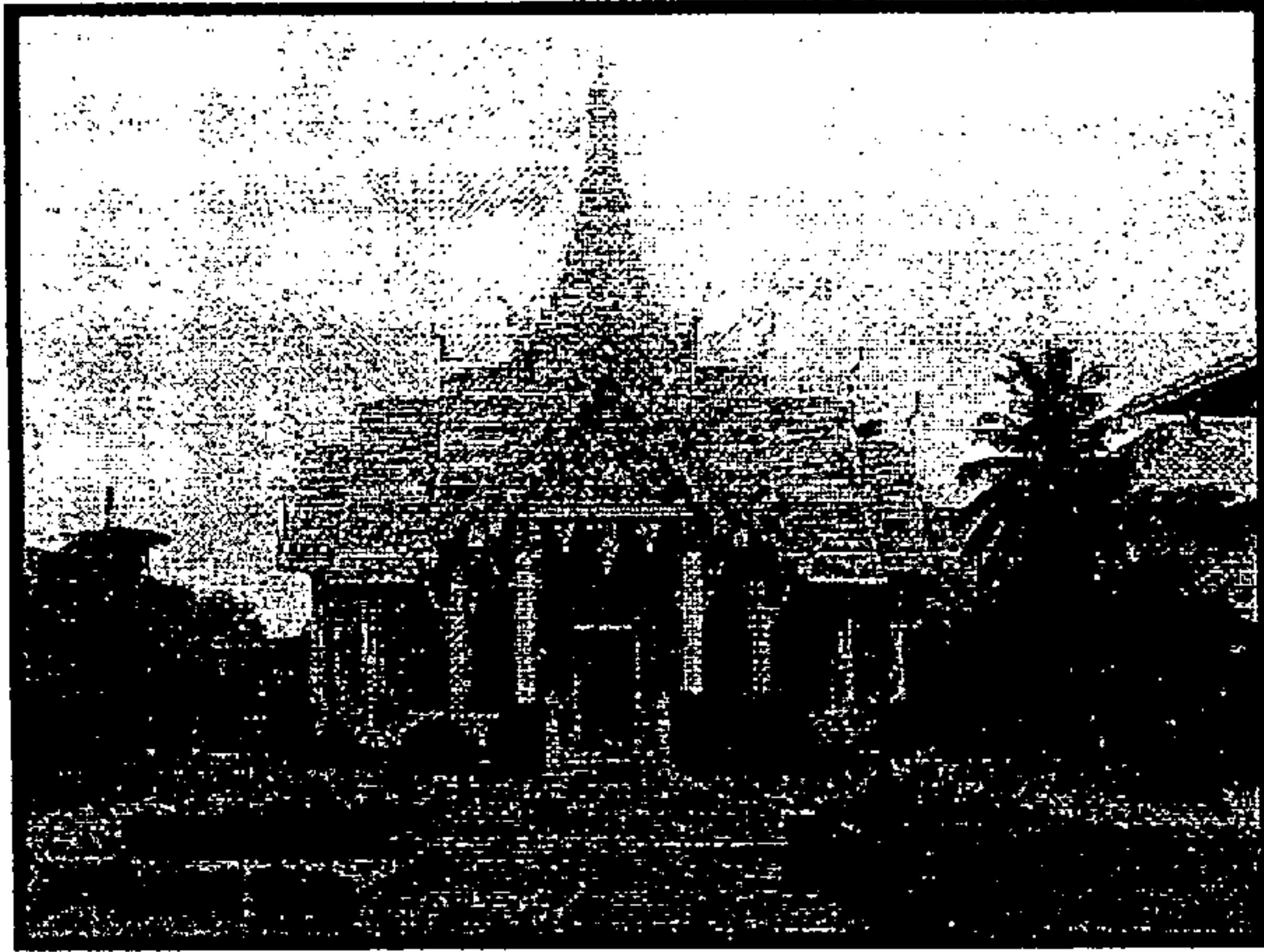
อยู่ที่ถนนมรุพงษ์ สร้างในสมัยรัชกาลที่ 3 เพื่อป้องกันข้าศึกศัตรูมารุกราน ในสมัยรัชกาลที่ 5 ใช้เป็นที่ตั้งมั่นกองทัพในการปราบกบฏอั้งยี่ ซึ่งเป็นพ่อค้าฝิ่นเถื่อนชาวจีนที่ก่อความวุ่นวายปล้นสะดมชาวเมือง บริเวณหน้าป้อมจัดเป็นสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ชมทิวทัศน์แม่น้ำบางปะกง มีปืนใหญ่ตั้งอยู่ตามกำแพงเมือง



ภาพประกอบ 33 บริเวณด้านหน้ากำแพงเมืองฉะเชิงเทรา

4.6.14 ศาลหลักเมือง

เป็นศาลที่สร้างขึ้นใหม่ตั้งอยู่ถนนหน้าเมือง เป็นอาคารสถาปัตยกรรมไทยหลังคาทรงจตุรมุข ส่วนบนเป็นยอดปราสาท ภายในศาลมีเสาหลักเมือง 2 เสา เสาหนึ่งเป็นเสาหลักเมืองเก่าสร้างเมื่อพ.ศ. 2377 อีกเสาหนึ่งเป็นเสาหลักเมืองปัจจุบันสร้างเมื่อ พ.ศ. 2438 นอกจากนั้นยังมีศาลเจ้าพ่อหลักเมืองอยู่ในบริเวณเดียวกัน เปิดให้เข้าชมเวลา 07.00 – 16.00 น.



ภาพประกอบ 34 ศาลหลักเมือง



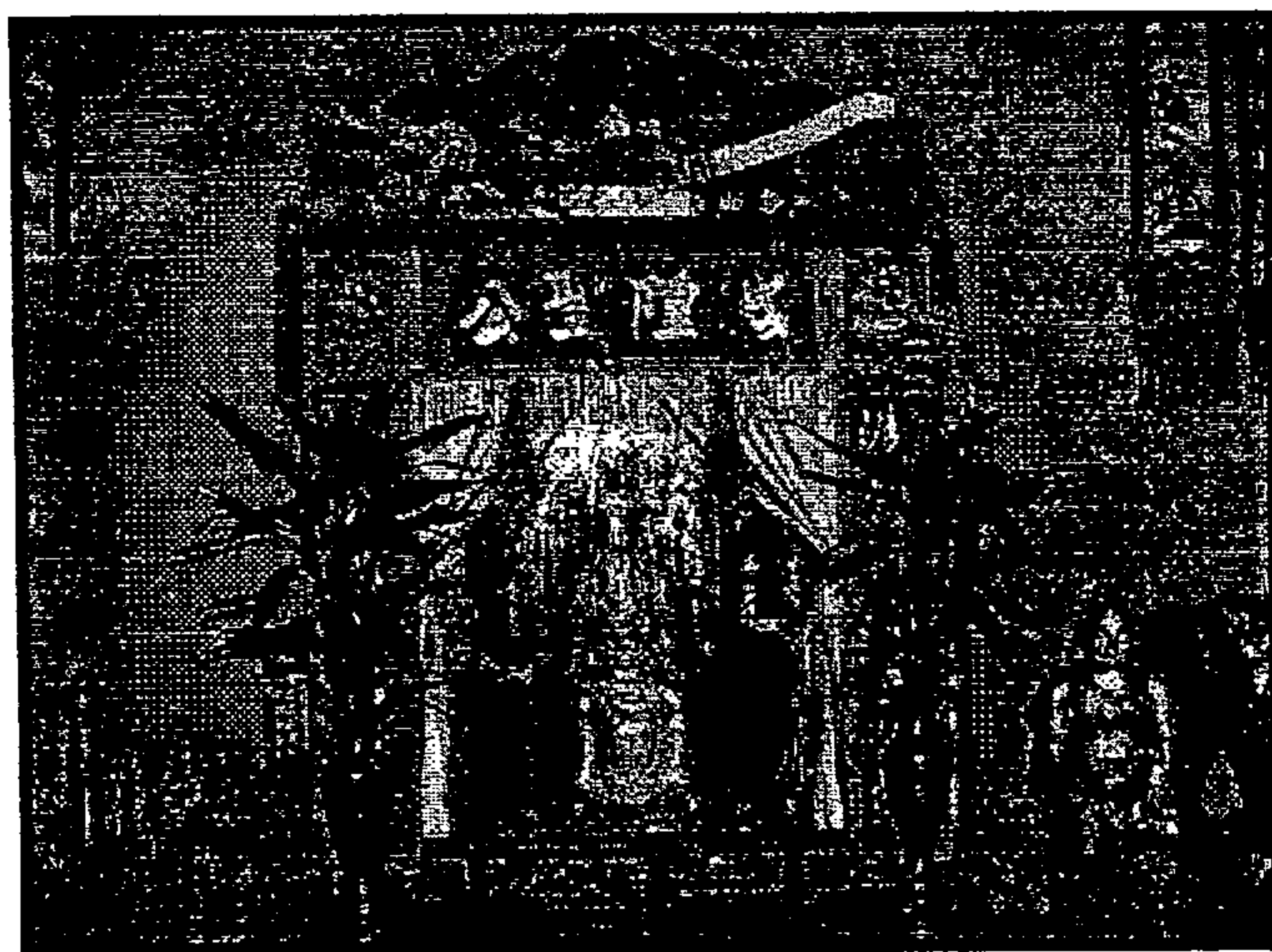
ภาพประกอบ 35 เสาหลักเมืองซึ่งอยู่ภายในศาลหลักเมือง

4.6.15 ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง

ตั้งอยู่ตำบลหน้าเมือง แนวเดียวกับป้อมกำแพงเมือง ใกล้ๆ กับศาลหลักเมือง ภายในศาลมี
เสาหลักเมืองยอดหัวเม็ด ซึ่งมีลักษณะเป็นศิลปะจีนคล้ายศาลเจ้าจีน



ภาพประกอบ 36 ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง



ภาพประกอบ 37 เจ้าพ่อหลักหลักซึ่งอยู่ภายในศาลเจ้าพ่อหลักเมือง

4.6.16 อาคารไปรษณีย์โทรเลขหลังเก่า

ตั้งอยู่ตำบลหน้าเมือง ติดกับวิทยาลัยอาชีวศึกษาฉะเชิงเทรา สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2458 เป็นอาคารก่ออิฐถือปูนชั้นเดียว เครื่องบนเป็นไม้มุงกระเบื้องว่าว กรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานเมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2532 เนื้อที่ 98.16 ตารางวา ปัจจุบันได้รับการบูรณะอยู่ในสภาพเดิมทุกประการ

4.7 วัฒนธรรมและประเพณี

4.7.1 ประเพณีแห่หลวงพ่อกุศลโสธร

ประเพณีการแห่หลวงพ่อกุศลโสธร เริ่มขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2433 โดยนายทรัพย์หัวหน้าคณะละครคลองโสธรเป็นผู้เริ่มจัดให้มีขึ้น ซึ่งมีมูลเหตุจาก ปี 2433 ได้เกิดฝัฒาระบาด คณะละครนายทรัพย์เป็นโรคฝัฒา จนต้องหยุดแสดงละครอาชีพ นายทรัพย์จึงได้ขนานหลวงพ่อกุศลโสธร ถิ่นรักษาหายจะจัดการฉลองสมโภชหลวงพ่อกุศลโสธรให้เป็นที่สนุกสนาน ด้วยอภินิหารของหลวงพ่อกุศลโสธรที่เป็นฝัฒารวมทั้งชาวบ้านหายขาดจากโรคฝัฒาเป็นมหัศจรรย์ นายทรัพย์จึงได้จัดการแห่สมโภชทั้งกลางคืนและกลางวัน และเป็นประเพณีสืบมาจนทุกวันนี้

เดิมทีเดียวไม่มีการแห่หลวงพ่อกุศลโสธรลงไปถึงตำบลท่าพลับ (โรงสีล่าง) และที่อำเภอบ้านโพธิ์ แต่เนื่องจากนายทรัพย์ผู้เป็นหัวหน้าละครอาชีพดังกล่าวซึ่งชาวบ้านเรียกว่า โตโหมทรัพย์ ได้นำละครไปแสดงในที่ต่าง ๆ เมื่อประมาณ 90 ปีล่วงมาแล้ว ได้นำคณะละครไปแสดงที่โรงบ่อนท้ายตลาดโรงสีล่าง ตำบลท่าพลับ อำเภอบ้านโพธิ์ ขณะที่ลูกสาวโตโหมทรัพย์กำลังแสดงละครอยู่ ได้มีสมัครพรรคพวกของผู้มีอิทธิพลอยู่ในขณะนั้นอุ้มลูกสาวโตโหมทรัพย์ไปทั้งเครื่องละคร โตโหมทรัพย์ไม่มีทางเลือกปฏิบัติเป็นอื่น นอกจากจะหันเข้าพึ่งบารมีหลวงพ่อกุศลโสธร โดยขนานว่าถ้าได้ลูกสาวกลับคืนมาจะแห่หลวงพ่อกุศลโสธรมาสมโภชที่โรงสีล่าง ตำบลท่าพลับ ด้วยบุญญาธิการของหลวงพ่อกุศลโสธรทันตาเห็น โตโหมทรัพย์ก็ได้ลูกสาวกลับคืนมาภายใน 3 วัน นับแต่นั้นมาก็ได้มีการแห่หลวงพ่อกุศลโสธรทางเรือมาถึงโรงสีล่าง แล้วแห่ต่อไปถึงอำเภอบ้านโพธิ์เป็นประเพณีสืบมาจนบัดนี้



ภาพประกอบ 38 การแห่หลวงพ่อกุศลโสธร

4.7.2 งานนมัสการหลวงพ่อโสธร

งานนมัสการหลวงพ่อโสธรนั้น ปีหนึ่งมี 3 ครั้ง กำหนดทางจันทรคติตามลำดับคือ

งานเทศกาลกลางเดือน 5 ซึ่งถือเป็นงาน วันเกิด หลวงพ่อโสธร จัดขึ้นรวม 3 วัน 3 คืนตั้งแต่วันขึ้น 14 ค่ำจนถึงวันแรม 1 ค่ำเดือน 5 เทศกาลนี้เรียกได้ว่ามีมาก่อนเทศกาลอื่น ถือว่าเป็นงานฉลองสมโภชวันคล้ายวันที่อาราธนาหลวงพ่อขึ้นจากน้ำและอัญเชิญท่านมาประดิษฐานที่วัดโสธร

ในวันขึ้น 14 ค่ำเดือน 5 ชาวแปดริ้วจะแห่หลวงพ่อโสธรทางบกไปตามหมู่บ้านใกล้ๆวัด แล้วอัญเชิญองค์ท่านกลับมายังวิหาร ครั้นตกเย็น พระสงฆ์ก็จะเจริญพระพุทธมนต์ ในวันรุ่งขึ้นคือวันขึ้น 15 ค่ำ จะมีการทำบุญใส่บาตรฉลอง เวียนเทียน และสงฆ์นำหลวงพ่อ มหรสพสมโภชประจำคือละครหรือลิเก และจั่วที่น่าสังเกตก็คืองานเทศกาลนมัสการหลวงพ่อทุกคราว จะมีมหรสพไทยและจีนคู่กันเสมอ ไม่เคยเว้นเพราะถือว่าประชาชนทั้งชาวไทยและจีนได้ร่วมใจกันอาราธนาหลวงพ่อขึ้นจากน้ำ

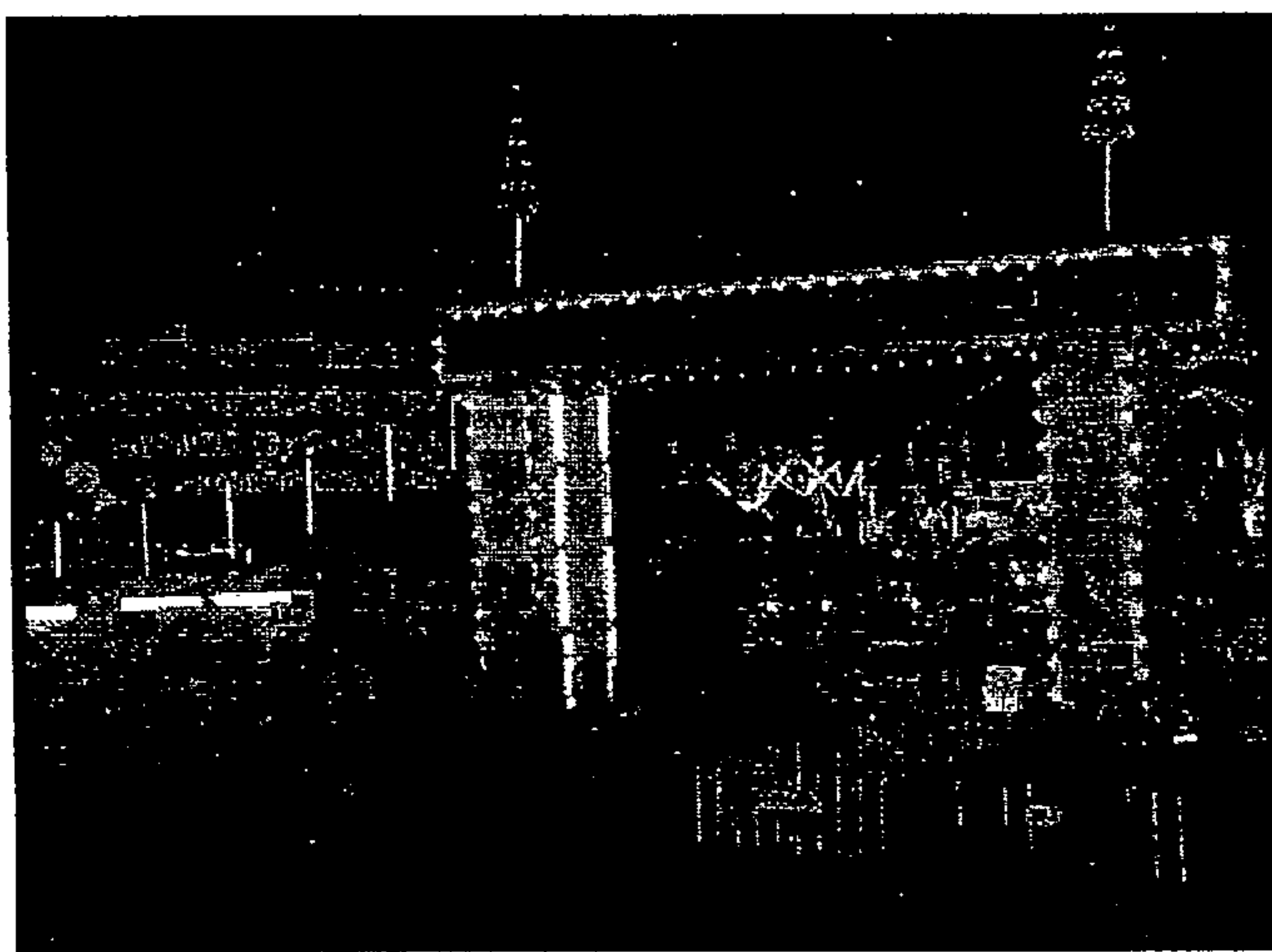


ภาพประกอบ 39 การแห่หลวงพ่อโสธรทางบก

งานเทศกาลกลางเดือน 12 จัดขึ้นรวม 5 วัน 5 คืนตั้งแต่วันขึ้น 12 ค่ำจนถึงวันแรม 1 ค่ำเดือน 12 งานเทศกาลนี้จัดมาเนิ่นนานกว่าร้อยปีแล้ว คือเริ่มมีขึ้นในราว พ.ศ. 2434 ผู้ริเริ่มจัดงานกลางเดือน 12 คือไต้โผทรัพย์ เจ้าของละครคลองโสธร มูลเหตุมีอยู่ว่า ในปีนั้นประชาชนชาวโสธรประสบทุกข์ภัย ข้าวยากมากแพง ฝนแล้ง ข้าวและผลหมากรากไม้ไม่ได้ผล โรคห่า(อหิวาต์) และโรคพุพอง (ฝีดาษ) ระบาดทั่วไป ผู้คนและสัตว์เลื่องล้มตายเป็นอันมาก ประชาชนทั้งบ้านเรือนไร่นาเพื่อหนีโรคภัย ผู้เจ็บป่วยไปไม่ไหวก็รอวันตาย เพราะหาหมอรักษาได้ยาก บรรดาคนที่ป่วยเหล่านั้นถึงตนไม่ป่วยเองก็ญาติมิตรป่วย เมื่อถึงคราวเข้าตาจนเช่นนี้ บรรดาพุทธศาสนิกชนจะมีอะไรเป็นที่พึ่งยังไปกว่าพระ ต่างคนจึงพากันบนบานศาลกล่าวต่อหลวงพ่อให้ช่วยลูกช้างด้วย บ้างก็ขอยาดีหลวงพ่อ คือขี้หนูบ้างน้ำมันตังบ้าง ดอกไม้ที่บูชาบ้าง รับมาทานมหา บ้างก็บนบานว่า ถ้าหายแล้วจะปิดทอง บ้างก็บนบานด้วยละครและมหรสพสมโภช คนไทยบนด้วยลิเกและละครกับบน ฝ่ายคนจีนก็บนจั่ว ล่อไก่ สิงโต ความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อ

เป็นเรื่องมหัศจรรย์ยิ่งนัก จู่ๆฟ้าฝนซึ่งแห้งแล้งอยู่นานก็โปรยปรายลงมา นำพาให้ประชาเบิกบาน แผ่นดินชุ่มชื้น โรคภัยไข้เจ็บต่างๆ หายเป็นปลิดทิ้ง ชาวบ้านชาวเมืองจึงร่วมกับนายทรัพย์สินจัดงานฉลองสมโภชหลวงพ่อครั้งใหญ่เพื่อแก้บน

แรกทีเดียว งานเทศกาลในเดือนนี้มี 3 วัน คือวันขึ้น 14 - 15 ค่ำและวันแรม 1 ค่ำเดือน 12 ต่อมาในปี พ.ศ. 2494 จึงได้เพิ่มอีก 2 วัน คือวันขึ้น 12 - 13 ค่ำเดือน 12 จึงรวมทั้งสิ้นเป็น 5 วันและถือปฏิบัติสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบันนี้ ในวันขึ้น 14 ค่ำ มีการแห่หลวงพ่อบก วันขึ้น 15 ค่ำ มีการแห่ทางน้ำและวันแรม 1 ค่ำ ซึ่งเป็นวันสุดท้ายมีการเวียนเทียนและสงฆ์น้ำพระ



ภาพประกอบ 40 บริเวณงานนมัสการหลวงพ่อบุญโศธรและงานกาชาด

งานเทศกาลตรุษจีน จัดตามจันทรคติของจีน คือตั้งแต่วันขึ้น 1 ค่ำ ปีใหม่ (ชิวอิด) ไปจนถึงวันขึ้น 5 ค่ำ (ชิวโหงว) รวม 5 วัน 5 คืน ถ้าเทียบเป็นเดือนไทยก็คือกลางเดือนยี่หรือเดือน 3 ในเทศกาลตรุษจีนนี้ มีประชาชนชาวจีนไปนมัสการหลวงพ่อบกมากกว่าปกติ แรกเริ่มเดิมที ถึงเทศกาลตรุษจีนครั้งใด ชาวจีนจะจัดงานรื่นเริงถวายหลวงพ่อบก มีจิว ล่อเก้ และเชิดสิงโต หัวหน้างานก็ทำหน้าที่ต้อนรับบริการเลี้ยงดูและจัดให้มีโรงทาน ต้มข้าวต้มให้เป็นทานตลอดงาน มีอยู่ช่วงหนึ่งที่ยานนี้ดไปหลายปี จนกระทั่งปี พ.ศ.2502 คณะกรรมการจัดงานมีนายประพันธ์(หงิน) เจริญรุ่งเรือง เป็นประธานพร้อมด้วยสมาคมชาวจีน พ่อค้า ข้าราชการและประชาชนจึงได้จัดให้มีงานต้อนรับเทศกาลตรุษจีนขึ้นที่วัดโสมรเป็นการเปิดศักราชใหม่ โดยกำหนดให้มีงาน 5 วัน 5 คืน มีทั้งการแห่หลวงพ่อบกเพื่อประพรมน้ำพระพุทธมนต์และอวยพรปีใหม่วันชิวอิด และจัดแสดงมหรสพ ทั้งจิว ลิเก และการละเล่นอื่นๆ เป็นการสมโภช งานเทศกาลตรุษจีนจึงกลายเป็นงานประจำของหลวงพ่อบกนับแต่นั้นเป็นต้นมา

4.7.3 ละครรำกัณฑ์

การเลือกขนานสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามสถานที่ต่าง ๆ ความสำคัญของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ภายในสถานที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะประชาชนส่วนใหญ่ยังให้ความเชื่อถือศรัทธาอาศัยสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหล่านี้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ ความมีชื่อเสียงของวัดโสธรวรารามวรวิหารก็เช่นเดียวกัน เหตุที่ประชาชนทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดให้ความเชื่อถือศรัทธากันมาก เป็นเพราะความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อที่ประดิษฐานอยู่ในวัด

จากความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อโสธร นอกจากจะบูชาด้วยเครื่องสังเวท พวงมาลัยหรือดอกไม้ธูปเทียนแล้ว ละครรำกัณฑ์ก็ยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ประชาชนยังใช้บริการอยู่ตลอดเวลา

ละครรำกัณฑ์ที่วัดโสธรวรารามวรวิหารจะเริ่มแสดงตั้งแต่ 7.00 – 16.30 น. ทุกวันไม่มีเว้นวันเสาร์ – อาทิตย์ โดยผู้แสดงทุกคนจะแต่งกายชุดละครพร้อมที่จะแสดงตลอดทั้งวัน หากวันใดมีผู้มาใช้บริการน้อยก็จะแสดงเพียงครึ่งวันเท่านั้น

คณะละครรำกัณฑ์ที่วัดโสธรวรารามวรวิหาร มีอยู่ 5 คณะ คือ

คณะที่ 1 คณะพรพิทักษ์ เจ้าของคณะละครชื่อ ร้อยตรีสินี เรืองฤทธิ์ ผู้ฝึกหัดรำให้กับคณะคือ นางจำลอง ดารา ซึ่งเป็นคนเก่าแก่ของชาวคณะ จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นผู้มีความสามารถด้านการละคร เคยเรียนและฝึกรำมาตั้งแต่เด็ก มีผู้แสดงเฉลี่ย 2 -3 คน เป็นผู้หญิงล้วน

ตารางที่ 2 อัตราค่าจ้างละครของพรพิทักษ์

ชุด	จำนวนผู้แสดง	จำนวนเงิน
รำชุดเล็ก	2 คน	90 บาท
รำชุดใหญ่	4 คน	190 บาท

คณะที่ 2 คณะรวมไทยบันเทิง เจ้าของคณะละครชื่อ นางเอิบ พิมพ์สุวรรณ แต่ปัจจุบันพบว่า คณะนี้ได้เลิกกิจการแล้ว เพราะเจ้าของคณะได้ย้ายไปอยู่ต่างจังหวัด จึงไม่มีผู้รับช่วงต่อ

คณะที่ 3 คณะ ร. รัตนศิลป์ เจ้าของคณะละครชื่อ นายวิรัตน์ เรือนพล เป็นหลานของนางจำลอง ดารา ซึ่งเป็นผู้ฝึกหัดรำละครให้คณะพรพิทักษ์และเป็นผู้ฝึกหัดรำให้กับคณะนี้ด้วย มีผู้แสดงเฉลี่ย 2 -3 คน เป็นผู้หญิงล้วน

ตารางที่ 3 อัตราค่าจ้างละครของร. รัตนศิลป์

ชุด	จำนวนผู้แสดง	จำนวนเงิน
รำชุดเล็ก	2 คน	90 บาท
รำชุดใหญ่	4 คน	190 บาท

คณะที่ 4 คณะปราชญ์เพชรโสธร เจ้าของคณะละครชื่อ นายชัยยันต์ พรหมศรีโชติ ผู้ฝึกหัดรำให้กับคณะคือนางจำลอง จารุ ในปัจจุบันนี้คณะละครของพรพิทักษ์ คณะละครของร. รัตนศิลป์และคณะละครปราชญ์เพชรโสธร ได้รวมคณะเข้าด้วยกัน โดยนักแสดงและนักดนตรีสามารถขอยืมตัวกันได้ แต่ยังคงใช้ชื่อแยกกันเหมือนเดิม

ตารางที่ 4 อัตราค่าจ้างละครของปราชญ์เพชรโสธร

ชุด	จำนวนผู้แสดง	จำนวนเงิน
รำชุดเล็ก	2 คน	90 บาท
รำชุดใหญ่	4 คน	190 บาท

คณะที่ 5 คณะประจวบเจริญศิลป์ เจ้าของคณะละครชื่อ นางประจวบ เพชรพันธุ์ อายุ 64 ปี ตั้งคณะละครขึ้นราว พ.ศ. 2503 นางประจวบจะเป็นผู้ฝึกหัดละครให้กับลูกน้องในคณะทั้งหมด จะเริ่มฝึกซ้อมรำตั้งแต่ 18.00 น. – 20.00 น. เป็นประจำทุกวัน สาเหตุที่นางประจวบตั้งคณะละครขึ้นมา ก็เพราะอยากมีอาชีพและรายได้ โดยนำความสามารถที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ ปัจจุบันเป็นคณะที่มีชื่อเสียงที่สุดของวัดโสธร ฯ เนื่องจากสาเหตุหลายประการ คือเป็นคณะเดียวที่ประมูลสถานที่กักกันได้ภายในโบสถ์ เพราะประชาชนส่วนใหญ่ต้องการที่จะรำละครภายในโบสถ์ ต่อหน้าหลวงพ่อโสธร จึงทำให้มีผู้มาใช้บริการแต่คณะนี้ และสาเหตุอีกประการหนึ่งคือคณะประจวบเจริญศิลป์มีผู้แสดงมากกว่าคณะอื่นจึงสามารถสับเปลี่ยนผู้แสดงได้โดยไม่เหน็ดเหนื่อยเหมือนกับคณะอื่น อีกทั้งยังได้จ้างผู้ที่เป็นนายหน้าหาละครไว้หลายคน จึงได้ลูกค้ามาใช้บริการคณะของตนมากกว่าคณะอื่น มีสมาชิกประมาณ 30 – 34 คน คือเป็นผู้แสดงประมาณ 30 คน นักดนตรี 4 คน สำหรับผู้แสดงจะผลัดเปลี่ยนกันแสดงชุดละไม่เกิน 10 คน และผู้แสดงเป็นผู้หญิงล้วน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16 – 24 ปี มีความรู้ระหว่าง ป.4 – ป.6 พื้นเพส่วนใหญ่เป็นคนจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตารางที่ 5 อัตราค่าจ้างละครของประจวบเจริญศิลป์

ชุด	จำนวนผู้แสดง	จำนวนเงิน
รำชุดธรรมดา	4 คน	190 บาท
รำชุดกลาง	6 คน	290 บาท
รำชุดใหญ่พิเศษ	8 คน	390 บาท

ชุด	จำนวนผู้แสดง	จำนวนเงิน
รำถวาย	4 คน	290 บาท
รำถวาย	6 คน	390 บาท
รำถวาย	8 คน	590 บาท

ราชูธรรมดา ราชูคกลาง และราชูคใหญ่พิเศษ หมายถึงการรำเบ็ดเตล็ด ในชุดต่าง ๆ บางครั้งอาจรำในชุดเดียวกัน แต่จะเพิ่มหรือลดจำนวนผู้แสดงตามอัตราค่าจ้าง

ชุดการรำถวาย หมายถึง รำถวายพรในชุดสั้น ๆ เนื้อเพลงเกี่ยวกับเรื่องที่เป็นสิริมงคล เช่น พุทธาณภาพ เชิญพระขวัญ



ภาพประกอบ 41 นางรำคณะประจวบเจริญศิลป์

4.7.4 วันมะม่วง

มะม่วงเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของฉะเชิงเทรา มีมะม่วงกว่า 200 ชนิด รับประทานได้ทั้งสุกและดิบ ตลอดจนแปรรูป เช่น มะม่วงทอง น้ำมะม่วง แยมมะม่วง มะม่วงแช่อิ่ม มะม่วงแปดริ้วมีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ และในต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง และอเมริกา นอกจากปลูกตามสวนแล้ว ตามบ้านเรือนถึงจะมีเนื้อที่อยู่น้อย ก็ยังปลูกกันในสวนหลังบ้าน ไว้เก็บผลกินและแจกจ่ายญาติพี่น้อง ถือเป็นของฝากยอดนิยมนานาน

ด้วยเหตุผลที่มะม่วงเป็นผลไม้ที่ขึ้นหน้าขึ้นตา ทางจังหวัดจึงจัดงานวันมะม่วง เพื่อเผยแพร่สินค้าเกษตรที่เลื่องลือ ซึ่งจะจัดขึ้นประมาณเดือนมีนาคม-เมษายนของทุกปี เป็นช่วงที่มะม่วงให้ผลผลิต งานจัดขึ้นบริเวณโรงเรียนพุทธโสธร อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา ในงานมีการออกร้านจำหน่ายมะม่วงและผลิตผลทางการเกษตร การประกวดผลิตผลทางการเกษตร และนิทรรศการด้านการเกษตร

4.8 ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยว

4.8.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือข้อมูลสถานที่นั้นๆ ก่อน เช่น ด้านประวัติศาสตร์

4.8.2 ศึกษาฤดูกาลของธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ นกอพยพ หรือช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทาง

4.8.3 ช่วยรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

4.8.4 ไม่ประพฤติปฏิบัติขัดต่อวิถีชีวิตและประเพณีนิยมของคนในท้องถิ่น

4.8.5 ในระหว่างการเดินทางไม่ควรประมาทและต้องคำนึงถึงความปลอดภัย

4.8.6 ปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่โดยเคร่งครัด

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐปณี สุวรรณฉัตรชัย (2542 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะประชากรทางสถานภาพ อาชีพ รายได้และประเทศ ที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการใช้ ประโยชน์จากข่าวสาร
3. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสาร
4. การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสาร

ธิป ศรีสกุลไชยรัก (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การอนุรักษ์ย่านบางรักเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม” ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่มีคุณค่าเพียงพอต่อการอนุรักษ์และพัฒนา จึงทำการศึกษาย่านบางรักโดยกำหนดพื้นที่ศึกษา 0.175 ตาราง กิโลเมตร ซึ่งเป็นบริเวณที่มีอาคารเก่าและยังคงมีรูปแบบการอยู่อาศัย แบบชุมชนเก่าปรากฏอยู่ หลังจากการศึกษาความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ พบว่า ในอดีตบางรักมีลักษณะเด่นทางด้านการค้าขาย และ เป็นที่อาศัยของ ชุมชนต่างชาติ 3 กลุ่ม มีวัฒนธรรมเป็นของตนเองที่สืบเนื่องมาจากศาสนา และจากการศึกษาสำรวจและวิเคราะห์สภาพทั่วไปของพื้นที่ศึกษา พบว่า ความสำคัญในด้านต่าง ๆ ในอดีตของพื้นที่ศึกษายังคงอยู่ ทั้งทางด้านกายภาพ และวัฒนธรรม และมีศักยภาพเพียงพอต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น การกำหนดแนวทางการอนุรักษ์จึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย แต่เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้นได้ส่งผลกระทบต่อกายภาพชุมชน และความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ จึงได้ทำการศึกษาความพร้อมของพื้นที่ ศึกษาด้านการ ท่องเที่ยว และประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว ภายหลังจากการศึกษาพบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวที่ เหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา คือการท่องเที่ยวทาง

วัฒนธรรม จึงได้ทำการเสนอแนะนโยบายการอนุรักษ์ - พัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งทางด้านกายภาพและวัฒนธรรม โดยมีพื้นฐานความคิด มาจากแนวคิดในการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและชุมชน , การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

มารีน รัตนฤทธิกุล (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง " การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา " ผลการวิจัยพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีแนวทางการใช้สื่อใน 3 แนวทางคือ

1) การใช้สื่อเพื่อสร้างการดึงดูดใจ สื่อบุคคลจะใช้ลักษณะทางบุคลิกภาพและทักษะการ สื่อสารในการสร้างการดึงดูดใจ ส่วนสื่อเฉพาะกิจใช้ลักษณะทางกายภาพของสื่อและการใช้ จุดเร้าใจในสารในการสร้างการดึงดูดใจ

2) การใช้สื่อเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ด้วยการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ความเป็นมา สถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง พิธีกรรมความเชื่อ หัตถกรรมพื้นบ้าน งานเทศกาลประเพณี สิ่งที่น่าสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และเรื่องราวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ จุดเด่นหรือจุดขายของสถานที่นั้นๆ

3) การใช้สื่อเพื่อการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว ด้วยการสร้างเนื้อหาสาระในลักษณะของ การห้าม การเตือน การแนะนำ การบอกทิศทาง และการบอกเงื่อนไขบางอย่างเพื่อควบคุม ปริมาณนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ดี แนวทางการใช้สื่อดังกล่าวยังไม่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนา การท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน ในด้านการพัฒนาจิตใจและการรักษาสภาพแวดล้อม

ศศิธร สามารณ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยปรากฏว่า

ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน / รับจ้าง มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาทมากที่สุด

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด สถานที่พักแรมคือโรงแรม ใช้เวลาช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทกิจกรรมที่ชอบคือ การดำน้ำ / ชมปะการัง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากที่สุดคือ 4,001 – 5,000 บาท และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุดคือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวน 1 ครั้ง ในระยะเวลา 3 ปี และใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดกระบี่ประมาณ 3 – 5 วัน และส่วนใหญ่มีความมั่นใจว่าในอนาคตจะมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่อีกแน่นอน

ข้อมูลด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์มากที่สุด และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจต่อหมู่เกาะพีพีมากที่สุด

ผลการทดสอบความแตกต่าง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ ต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างกัน

ความแตกต่างด้านพฤติกรรม นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงความตั้งใจในการมาเที่ยว แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่ใช้พาหนะในการเดินทาง และสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ ควรให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาด ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งรณรงค์ให้ผู้ประกอบการ ประชาชนในท้องถิ่นให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ร่วมกันดูแลรักษาปะการัง รวมทั้งควรมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาดูแลเรื่องอัตราค่าโดยสารเรือและรถ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ และควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ เช่น น้ำตก การเดินป่าให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากจังหวัดกระบี่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย และหลายรูปแบบ

ปาริชาติ รอยเรืองพานิช (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริม การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมา ท่องเที่ยวในภาคใต้ของคนไทย (ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่) ผลการวิจัยปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากรับข่าวสารข้อมูลจากโทรทัศน์ และเจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่ออยู่ในระดับปานกลาง โดยสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีค่าเฉลี่ย ของการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และต่ำที่สุดคือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทาง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับจากโทรทัศน์รองลงมา เป็นหนังสือพิมพ์ นักท่องเที่ยวส่วนมากใช้เวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวน้อยกว่า 1 เดือน ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในภาคใต้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ ความถี่ของการรับสื่อ ส่วนสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จากการคำนวณจากสูตรการหาขนาดตัวอย่างจากประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2} \quad (\text{กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 26})$$

เมื่อ	n	แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	Z	แทนระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้คือ
		Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ($\alpha = 0.05$)
	E	แทนระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$
$$= 385$$

ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน ผู้วิจัยขอกำหนดเป็น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ป้อมเมืองและกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา สมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ) และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota Sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดโสธรวรารามวรวิหาร ป้อมเมืองและกำแพงเมือง สมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ) และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา สถานที่ละ 100 คน จากการเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก(Convenience Sampling) โดยตามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆในขั้นที่ 1 โดยใช้แบบสอบถาม

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีคำตอบให้เลือกตอบ รวมทั้งหมด 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ โดยใช้แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย

ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน	6	ข้อ
ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	จำนวน	5	ข้อ
ความพึงพอใจที่มีต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	จำนวน	5	ข้อ
ความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	จำนวน	4	ข้อ
ความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	จำนวน	3	ข้อ
ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ	จำนวน	17	ข้อ
รวมทั้งหมด	จำนวน	48	ข้อ

ลักษณะของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร วารสาร นิตยสาร สื่ออินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามโดยรวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆจากตำรา เอกสาร วารสาร นิตยสาร สื่ออินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา ได้แก่
 - 4.1 รศ.ดร.สุภาพรพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์
 - 4.2 ผศ.ผจงศักดิ์ หมวดสง
 - 4.3 อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว เสนอต่อกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำมาทดลอง (Try Out)
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้ว ไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 50 คน โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126) ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.96

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ดำเนินการติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอให้ออกหนังสือขอความร่วมมือไปยังผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร และสมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ)
2. ติดต่อผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร และสมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ) เพื่อขอความอนุญาตนแจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ
3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เพื่อแจกให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษา
4. แจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาในช่วงเดือนกันยายน 2546

4. การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลในแบบสอบถามที่เก็บได้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์แปลงข้อมูลและเข้ารหัส เพื่อทำการประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC+(Statistical Package For The Social Sciences/Personal Computer Plus) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว โดยคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านและรายข้อ ซึ่งพิจารณาประเมินตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	4.50 - 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	3.50 - 4.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	2.50 - 3.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.50 - 2.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 - 1.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
3. เปรียบเทียบความพึงพอใจ ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t - test ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
4. เปรียบเทียบความพึงพอใจ ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way Anova (Analysis of Variance) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้

- 1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ใช้สูตร

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามข้อนั้น}}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}} \times 100$$

- 1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 39)

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

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

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 48)

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

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	x_i	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	$\bar{x}$	แทน	คะแนนเฉลี่ย
	$n - 1$	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2.1 ค่า t - test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มตามตัวแปร เพศ
(กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 135)

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

เมื่อ	t	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	กรณีความแปรปรวนของประชากรเท่ากัน		
	df	=	$n_1 + n_2 - 2$

กรณีความแปรปรวนของประชากรทั้งสองไม่เท่ากัน

$$df = \frac{\left[\frac{(S^2_1)}{n_1} + \frac{(S^2_2)}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{(S^2_1)}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{(S^2_2)}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

2.2 ค่า F – test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานที่ที่มาท่องเที่ยวมากที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 176-20)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติจากการแจกแจงแบบ F เมื่อทราบนัยสำคัญ
	MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
	MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)
	df_b	=	$k - 1$
	df_w	=	$n_T - 1$
เมื่อ	k	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มที่ 1
	n_T	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Case) ทั้งหมดในแต่ละกลุ่ม

หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีการของ Least Significant Difference (LSD) โดยใช้สูตร (สรชัย พิศาลบุตร. 2542 : 228)

$$\text{ถ้าพบ } n_i = n_j \text{ ใช้สูตร } LSD = t(0.05) \sqrt{\frac{2S^2}{n}}$$

$$\text{ถ้าพบ } n_i \neq n_j \text{ ใช้สูตร } LSD = t(0.05) \sqrt{S^2 \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

S^2	แทน	ค่าความแปรปรวนรวม หรือค่า MS_w
T	แทน	ระดับชั้นความเสรีของความแปรปรวนภายในประชากร (df_w)
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาจากประชากร

3. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficaient) ของครอน บัค (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126)

	α	=	$\frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$
เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่างๆ 3 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ในภาพรวมและรายด้าน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	164	41.0
1.2 หญิง	236	59.0
รวม	400	100.0
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	74	18.5
2.2 21 ถึง 30 ปี	179	44.8
2.3 31 ถึง 40 ปี	66	16.5
2.4 มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	81	20.2
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	112	28.0
3.2 ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.	130	32.5
3.3 ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	158	39.5
รวม	400	100.0
4. อาชีพ		
4.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	100	25.0
4.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	74	18.5
4.3 พนักงานบริษัทเอกชน	130	32.5
4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	55	13.8
4.5 รับจ้างทั่วไป	35	8.8
4.6 อื่นๆ *	6	1.4
รวม	400	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	242	60.5
5.2 10,001 – 20,000 บาท	74	18.5
5.3 ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	84	21.0
รวม	400	100
6. สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด		
6.1 วัด	259	64.8
6.2 แหล่งประวัติศาสตร์ *	13	3.2
6.3 สถานที่สักการบูชา	72	18.0
6.4 ธรรมชาติ	56	14.0
รวม	400	100
7. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว		
7.1 เพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญ	311	77.8
7.2 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	69	17.2
7.3 อื่นๆ *	20	5.0
รวม	400	100
8. วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
8.1 รถยนต์ส่วนตัว	283	70.8
8.2 รถยนต์โดยสาร	74	18.5
8.3 รถตู้เช่า	33	8.2
8.4 อื่นๆ *	10	2.5
รวม	400	100

* ไม่นำมาวิเคราะห์

จากตาราง 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี มีการศึกษาระดับตั้งแต่ปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดบ่อยที่สุด มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญ และเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 7 - 13

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.91	0.47	มาก
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.74	0.53	มาก
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.39	0.86	ปานกลาง
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.71	0.68	มาก
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.93	0.68	มาก
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.47	0.62	ปานกลาง
รวม	3.69	0.48	มาก

จากตาราง 7 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ และด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก นอกนั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา	3.91	0.63	มาก
คุ่มค่ากับการมาท่องเที่ยว			
2. จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา	3.75	0.67	มาก
3. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา	3.94	0.77	มาก
4. การมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา	4.15	0.58	มาก
5. ความรู้ที่ได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา	3.89	0.60	มาก
6. ความประทับใจที่ได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา	3.87	0.68	มาก
รวม	3.91	0.47	มาก

ตาราง 8 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาจังหวัดฉะเชิงเทรา	3.83	0.57	มาก
2. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา	3.81	0.61	มาก
3. ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.61	0.72	มาก
4. ราคาของของฝาก	3.69	0.80	มาก
5. ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.82	0.71	มาก
รวม	3.74	0.53	มาก

จากตาราง 9 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทรา	3.46	0.96	ปานกลาง
2. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา	3.37	0.93	ปานกลาง
3. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.24	1.02	ปานกลาง
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับของฝากที่มีจำหน่ายในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา	3.48	0.98	ปานกลาง
5. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายของฝากในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา	3.39	0.93	ปานกลาง
รวม	3.39	0.86	ปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ

ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. มารยาทของพนักงานร้านค้า	3.63	0.85	มาก
2. มารยาทของผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.74	0.83	มาก
3. การให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.65	0.85	มาก
4. การให้ความช่วยเหลือและความสนใจของเจ้าหน้าที่เมื่อขอรับความช่วยเหลือ	3.83	0.86	มาก
รวม	3.71	0.68	มาก

จากตาราง 11 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.79	0.90	มาก
2. มีวิธีการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทราได้หลายวิธี	4.10	0.69	มาก
3. ความสะดวกในการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทรา	3.91	0.87	มาก
รวม	3.93	0.68	มาก

จากตาราง 12 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	3.55	0.96	มาก
2. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว	3.49	1.01	ปานกลาง
3. สภาพแวดล้อมบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	3.58	1.00	มาก
4. สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา	3.65	0.90	มาก
5. สภาพของทางหลวงเข้าจังหวัด	2.86	1.34	ปานกลาง
6. สภาพของถนนภายในจังหวัด	2.76	1.22	ปานกลาง
7. สภาพการจราจรภายในจังหวัด	3.00	1.11	ปานกลาง
8. ความชัดเจนของป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว	3.52	0.98	มาก
9. จำนวนร้านค้าของฝาก	3.73	0.75	มาก
10. ความหลากหลายของของฝาก	3.67	0.73	มาก
11. คุณภาพของของฝาก	3.73	0.71	มาก
12. จำนวนร้านอาหารมีเพียงพอ	3.82	0.67	มาก
13. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.76	0.76	มาก
14. ความอร่อยของอาหารและเครื่องดื่ม	3.77	0.77	มาก
15. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม	3.68	0.79	มาก
16. จำนวนห้องสุขามีเพียงพอ	3.43	1.04	มาก
17. ความสะอาดของห้องสุขา	2.94	1.06	ปานกลาง
รวม	3.47	0.61	ปานกลาง

จากตาราง 13 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว สภาพของทางหลวงเข้าจังหวัด สภาพของถนนภายในจังหวัด สภาพการจราจรภายในจังหวัด และความสะอาดของห้องสุขา นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง นอกนั้นมีความพึงพอใจในระดับมาก

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ในภาพรวมและรายด้าน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตาราง 14 ถึง 56

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 14

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวที่เพศแตกต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ชาย					หญิง				
	X	S	ระดับความพึงพอใจ	X	S	ระดับความพึงพอใจ	t	P		
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.87	0.45	มาก	3.95	0.48	มาก	-1.57	0.12		
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.64	0.56	มาก	3.81	0.49	มาก	-3.15**	0.00		
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.31	0.83	ปานกลาง	3.44	0.89	ปานกลาง	-1.39	0.17		
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.68	0.77	มาก	3.73	0.61	มาก	-0.67	0.50		
5. ด้านการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.83	0.59	มาก	4.00	0.73	มาก	-2.48**	0.01		
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.32	0.62	ปานกลาง	3.57	0.60	มาก	-3.89**	0.00		
รวม	3.61	0.47	มาก	3.75	0.48	มาก	-2.86**	0.00		

** แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 14 พบว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าเพศชาย และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากกว่าเพศชาย ส่วนด้านอื่นที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 15 ถึง 22

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี				21 – 30 ปี				31 – 40 ปี				มากกว่า 40 ปีขึ้นไป			
	X		S		X		S		X		S		X		S	
	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ	
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	4.09	0.29	มาก	มาก	3.81	0.54	มาก	มาก	3.83	0.37	มาก	มาก	4.07	0.41	มาก	มาก
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.99	0.48	มาก	มาก	3.67	0.56	มาก	มาก	3.58	0.42	มาก	มาก	3.78	0.50	มาก	มาก
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.87	0.93	มาก	มาก	3.27	0.72	ปานกลาง	ปานกลาง	3.24	0.87	ปานกลาง	ปานกลาง	3.31	0.93	ปานกลาง	ปานกลาง
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.97	0.56	มาก	มาก	3.64	0.74	มาก	มาก	3.79	0.59	มาก	มาก	3.58	0.64	มาก	มาก
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	4.14	0.41	มาก	มาก	3.99	0.72	มาก	มาก	3.53	0.71	มาก	มาก	3.95	0.65	มาก	มาก
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.87	0.63	มาก	มาก	3.36	0.59	ปานกลาง	ปานกลาง	3.27	0.45	ปานกลาง	ปานกลาง	3.50	0.63	มาก	มาก
รวม	3.99	0.41	มาก	มาก	3.62	0.48	มาก	มาก	3.54	0.41	มาก	มาก	3.70	0.49	มาก	มาก

จากตาราง 15 พบว่านักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ และด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีและนักท่องเที่ยวที่อายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ของนักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว						
	ระหว่างกลุ่ม	3	6.70	2.23	10.96**	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	80.74	0.20		
	รวม	399	87.44			
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว						
	ระหว่างกลุ่ม	3	7.36	2.45	9.37**	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	103.67	0.26		
	รวม	399	111.03			
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์						
	ระหว่างกลุ่ม	3	21.69	7.23	10.38**	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	275.80	0.70		
	รวม	399	297.49			
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	7.77	2.59	5.81**	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	176.62	0.45		
	รวม	399	184.39			
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	14.53	4.84	11.25**	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	170.40	0.43		
	รวม	399	184.93			
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ						
	ระหว่างกลุ่ม	3	16.63	5.54	16.13**	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	136.08	0.34		
	รวม	399	152.71			

ตาราง 16 (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	8.89	2965	14.19**	0.00
	ภายในกลุ่ม	396	82.69	0.21		
	รวม	399	91.58			

** แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 16 พบว่านักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านเท่าใดบ้างที่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่อย่างเหมาะสมโดยใช้วิธี LSD (Least significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 17 - 22

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	4.09	3.81	3.83	4.07
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.09	-	.00** (.28)	.00** (.26)	.87 (.01)
21 – 30 ปี	3.81	-	-	.77 (.02)	.00** (.26)
31 – 40 ปี	3.83	-	-	-	.00** (.25)
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	4.07	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่าท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปีและนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปีและนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
	ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.99	3.67	3.58	3.78
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.99	-	.00**	.00**	.01**
21 – 30 ปี	3.67	-	(.32)	(.41)	(.21)
31 – 40 ปี	3.67	-	-	.19	.11
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.78	-	-	(.10)	(.11)
		-	-	-	.02*
		-	-	-	(.21)
		-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 18 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปีและอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
	ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.87	3.27	3.24	3.31
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.87	-	.00** (.60)	.00** (.64)	.00** (.56)
21 – 30 ปี	3.27	-	-	.75 (.04)	.75 (.04)
31 – 40 ปี	3.24	-	-	-	.59 (.07)
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.31	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 19 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปีและนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่นัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
	ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.97	3.64	3.79	3.58
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.97	-	.00** (.34)	.10 (.19)	.00** (.39)
21 – 30 ปี	3.64	-	-	.11 (.15)	.55 (.05)
31 – 40 ปี	3.79	-	-	-	.06 (.20)
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.58	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 20 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปีและนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.99	3.53	3.95
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	4.14	-	.10 (.15)	.00** (.61)	.07 (.19)
21 – 30 ปี	3.99	-	-	.00** (.46)	.65 (.04)
31 – 40 ปี	3.53	-	-	-	.00** (.42)
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.95	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 21 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีและความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.87	-	.00**	.00**	.00**
21 – 30 ปี	3.36	-	(.51)	(.60)	(.37)
31 – 40 ปี	3.27	-	-	.30	.08
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.50	-	-	(.09)	(.14)
				.02*	(.22)
				-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 22 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปีและนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัด จะเชิงเขาโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 23 ถึง 28

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจะเชิงเขา จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.						ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.						ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	
	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ	
	X	S	X	S	X	S	X	S	X	S	X	S	X	S
1. ด้านต่อสถานที่ท่องเที่ยว	3.91	.38	มาก		3.96	.44	มาก		3.88	.54	มาก			
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.84	.45	มาก		3.79	.52	มาก		3.62	.56	มาก			
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.58	.94	มาก		3.43	.83	มาก	ปานกลาง	3.21	.80	ปานกลาง			
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.75	.75	มาก		3.84	.52	มาก		3.58	.72	มาก			
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.90	.43	มาก		3.96	.70	มาก		3.93	.80	มาก			
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.73	.54	มาก		3.53	.64	มาก		3.23	.56	ปานกลาง			
รวม	3.79	.44	มาก		3.75	.47	มาก		3.58	.49	มาก			

จากตาราง 23 พบว่า นักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจะเชิงเขาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ความพึงพอใจที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ และความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจที่มีต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอยู่ในระดับมาก ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ของนักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
1. ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว						
	ระหว่างกลุ่ม	2	.47	.23	1.07	.34
	ภายในกลุ่ม	397	86.98	.22		
	รวม	399	87.44			
2. ความพึงพอใจที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว						
	ระหว่างกลุ่ม	2	3.89	1.95	7.21**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	107.14	.27		
	รวม	399	111.03			
3. ความพึงพอใจที่มีต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์						
	ระหว่างกลุ่ม	2	9.36	4.68	6.45**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	288.13	.73		
	รวม	399	297.49			
4. ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ						
	ระหว่างกลุ่ม	2	4.92	2.46	5.44**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	179.48	.45		
	รวม	399	184.39			
5. ความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ						
	ระหว่างกลุ่ม	2	.20	.10	.21	.81
	ภายในกลุ่ม	397	184.73	.47		
	รวม	399	184.93			
6. ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ						
	ระหว่างกลุ่ม	2	16.78	8.39	24.50**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	135.94	.34		
	รวม	399	152.71			

ตาราง 24 (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	3.54	1.77	7.98**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	88.04	.22		
	รวม	399	91.58			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 24 พบว่านักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ได้บ้างที่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี LSD (Least significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 25 - 28

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
	ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.84	3.79	3.62
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.84	-	.48 (.05)	.00** (.22)
ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.	3.79	-	-	.00** (.18)
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.62	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 25 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส. มีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายคู่ตัววิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.58	3.58	3.43	3.21
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.58	-	.16	.00**
ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.	3.43	-	(.16)	(.37)
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.21	-	-	.03* (.22)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 26 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส. มีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้อง	3.75	3.75	3.84	3.58
ต่างๆ				
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.75	-	.32 (.09)	.04* (.17)
ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.	3.84	-	-	.00** (.26)
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.58	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 27 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส. มีความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.73	3.53	3.23
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.73	-	.00** (.50)	.00** (.50)
ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.	3.53	-	-	.00* (.29)
ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.23	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 28 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวที่อาศัยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 29 ถึง 35

ตาราง 29 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ										พนักงานบริษัทเอกชน				ประกอบธุรกิจส่วนตัว				รับจ้างทั่วไป			
	ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ		ระดับความ พึงพอใจ	
	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S	$\bar{X}$	S
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.97	0.47	มาก	มาก	4.00	0.43	มาก	มาก	3.82	0.52	มาก	มาก	3.95	0.43	มาก	มาก	3.87	0.34	มาก	มาก	3.87	0.34
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.80	0.58	มาก	มาก	3.77	0.51	มาก	มาก	3.65	0.56	มาก	มาก	3.64	0.36	มาก	มาก	3.92	0.54	มาก	มาก	3.92	0.54
3. ด้านการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	3.58	0.96	มาก	มาก	3.35	0.74	ปานกลาง	ปานกลาง	3.14	0.86	ปานกลาง	ปานกลาง	3.49	0.97	ปานกลาง	ปานกลาง	3.55	0.40	มาก	มาก	3.55	0.40
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้อง	3.77	0.73	มาก	มาก	3.61	0.62	มาก	มาก	3.61	0.70	มาก	มาก	3.83	0.62	มาก	มาก	3.90	0.66	มาก	มาก	3.90	0.66
ต่าง ๆ																						
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ	4.13	0.46	มาก	มาก	4.13	0.69	มาก	มาก	3.63	0.87	มาก	มาก	3.99	0.49	มาก	มาก	3.94	0.13	มาก	มาก	3.94	0.13
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.72	0.65	มาก	มาก	3.33	0.60	ปานกลาง	ปานกลาง	3.28	0.64	ปานกลาง	ปานกลาง	3.55	0.50	มาก	มาก	3.52	0.32	มาก	มาก	3.52	0.32
ต่าง ๆ																						
รวม	3.83	0.49	มาก	มาก	3.70	0.46	มาก	มาก	3.52	0.53	มาก	มาก	3.74	0.36	มาก	มาก	3.78	0.28	มาก	มาก	3.78	0.28

จากตาราง 29 พบว่าพบว่านักท่องเที่ยวที่อาศัยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ และด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาและนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจและนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ของนักท่องเที่ยวที่อาชีพแตกต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	2.69	.54	2.50*	.03
	ภายในกลุ่ม	394	84.76	.22		
	รวม	399	87.44			
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	3.39	.68	2.48*	.03
	ภายในกลุ่ม	394	107.64	.27		
	รวม	399	111.03			
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	5	15.59	3.12	4.36**	.00
	ภายในกลุ่ม	394	281.90	.72		
	รวม	399	297.49			
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.79	.96	2.10	.06
	ภายในกลุ่ม	394	179.60	.46		
	รวม	399	184.39			
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	18.42	3.68	8.42**	.00
	ภายในกลุ่ม	394	166.51	.42		
	รวม	399	184.93			
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	14.60	2.92	8.33**	.00
	ภายในกลุ่ม	394	138.12	.35		
	รวม	399	152.71			

ตาราง 30 (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	6.67	1.33	6.19**	.00
	ภายในกลุ่ม	394	84.91	.22		
	รวม	399	91.58			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 30 พบว่านักท่องเที่ยวที่อาศัยพหุวัฒนธรรมมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ยกเว้นความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าการท่องเที่ยวที่อาศัยพหุวัฒนธรรมมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวม ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายด้านตามอาชีพ โดยใช้วิธี LSD (Least significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 31 - 35

ตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.97	-	.65 (.03)	.01**	.81 (.02)	.25 (.10)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.00	-	-	.00**	.54 (.05)	.15 (.14)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.82	-	-	-	.06 (.14)	.56 (.05)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.95	-	-	-	-	.39 (.08)
รับจ้างทั่วไป	3.87	-	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 31 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาและนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกเหนือจากนี้ยังไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.80	-	-	.77	.04*	.07	.24
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.77	-	-	(.02)	(.14)	(.16)	(.12)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.65	-	-	-	.12	.16	.18
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.64	-	-	-	(.12)	(.13)	(.14)
รับจ้างทั่วไป	3.92	-	-	-	-	.86	.01**
						(.01)	(.26)
						-	.01**
							(.28)
						-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 32 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาที่มีความพึงพอใจด้านค่าใช่จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมีความพึงพอใจด้านค่าใช่จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทาง

สถิติ

ตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป
	ด้านการโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	3.58	3.35	3.14	3.49	3.55
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.58	-	.07	.00**	.52	.84
			(.23)	(.44)	(.09)	(.03)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.35	-	-	.09	.36	.26
				(.21)	(.14)	(.20)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.14	-	-	-	.01**	.01**
					(.35)	(.41)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.49	-	-	-	-	.75
						(.06)
รับจ้างทั่วไป	3.55	-	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 33 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษามีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกเหนือจากนี้ยังไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป
	ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	4.13	4.13	3.63	4.00	3.94
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	4.13	-	.10	.00**	.23	.15
			(.00)	(.49)	(.13)	(.18)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.13	-	-	.00**	.25	.17
				(.49)	(.13)	(.18)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.63	-	-	-	.00**	.01**
					(.36)	(.31)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.00	-	-	-	-	.72
						(.05)
รับจ้างทั่วไป	3.94	-	-	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 34 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาและนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้างทั่วไป
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.72	3.33	3.28	3.55	3.52
	ต่างๆ					
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.72	-	.00**	.00**	.10	.09
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.33	-	.39	.44	.16	.20
พนักงานบริษัทเอกชน	3.28	-	-	.54	.03*	.12
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.55	-	-	.05	-.22	.19
รับจ้างทั่วไป	3.52	-	-	-	.00**	.03*
					-.28	-.25
					.80	.03
					-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาที่มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ยังไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 นักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัด จะเชิงทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 36 ถึง 41

ตาราง 36 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจะเชิงทรา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท			10,001 – 20,000 บาท			ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.94	.45	มาก	3.88	.50	มาก	3.90	.48	มาก
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.81	.53	มาก	3.62	.51	มาก	3.62	.50	มาก
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.58	.80	มาก	3.12	.88	ปานกลาง	3.07	.88	มาก
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.76	.63	มาก	3.70	.78	มาก	3.59	.72	มาก
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.98	.56	มาก	3.96	.89	มาก	3.77	.78	มาก
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.59	.60	มาก	3.31	.64	ปานกลาง	3.24	.57	ปานกลาง
รวม	3.78	.45	มาก	3.60	.51	มาก	3.53	.49	มาก

จากตาราง 36 พบว่าพบว่านักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจะเชิงทราโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ และด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 37 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน			df	SS	MS	F	P-VALUE
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม			2	.21	.11	.48	.62
	ภายในกลุ่ม			397	87.23	.22		
	รวม			399	87.44			
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม			2	3.63	1.82	6.71**	.00
	ภายในกลุ่ม			397	107.39	.27		
	รวม			399	111.03			
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม			2	22.69	11.34	16.39**	.00
	ภายในกลุ่ม			397	274.80	.69		
	รวม			399	297.49			
4. ด้านการบริการของผู้ให้บริการต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม			2	1.96	.98	2.13	.12
	ภายในกลุ่ม			397	182.43	.46		
	รวม			399	184.39			
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม			2	2.74	1.37	2.99*	.05
	ภายในกลุ่ม			397	182.18	.46		
	รวม			399	184.93			
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม			2	9.91	4.96	13.78**	.00
	ภายในกลุ่ม			397	142.80	.36		
	รวม			399	152.71			

ตาราง 37 (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	4.58	2.29	10.45**	.00
	ภายในกลุ่ม	397	87.00	.22		
	รวม	399	91.58			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 37 พบว่านักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเนื่องแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้าน การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเนื่องแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่จำแนกตามรายได้ต่อเนื่อง โดยใช้วิธี LSD (Least significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 38 - 41

ตาราง 38 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป
	ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.81	3.62	3.62
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.81	-	.00**	.00**
10,001 – 20,000 บาท	3.62	-	(.20)	(.19)
ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	3.62	-	-	.95
		-	-	(.00)
		-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 38 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาทและนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกเหนือจากนี้ยังไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 39 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป
	ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.58	3.12	3.07
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.58	-	.00**	.00**
			(.46)	(.51)
10,001 – 20,000 บาท	3.12	-	-	.71
				.05
ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	3.07	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 39 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มากกว่านักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาทและนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป
	ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.98	3.96	3.77
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.98	-	.85 (.02)	.02* (.21)
10,001 – 20,000 บาท	3.96	-	-	.08 (.19)
ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	3.77	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 40 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 มีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกเหนือจากนี้ยังมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป
	ด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ	3.59	3.31	3.24
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท		-	.00**	.00**
10,001 – 20,000 บาท		-	.28	.35
ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป		-	-	.50
		-	-	.06

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 41 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาทและนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 นักท่องเที่ยวที่เลือกสถานที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 42 ถึง 49

ตาราง 42 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวนตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	วัด			สถานที่สักการะบูชา			ธรรมชาติ	
	X			X			S	
	ระดับความพึงพอใจ			ระดับความพึงพอใจ			ระดับความพึงพอใจ	
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.94	.45	มาก	3.99	.45	มาก	3.66	.51
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.77	.54	มาก	3.83	.42	มาก	3.55	.47
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.51	.80	มาก	3.13	.97	ปานกลาง	3.06	.89
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.76	.70	มาก	3.68	.69	มาก	3.48	.55
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	4.00	.62	มาก	3.91	.76	มาก	3.66	.77
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.59	.59	มาก	3.24	.57	ปานกลาง	3.21	.63
รวม	3.76	.45	มาก	3.63	.51	มาก	3.44	.47

จากตาราง 42 พบว่าพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆอยู่ในระดับมาก ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัดมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ของนักท่องเที่ยวที่เลือกสถานที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด
แตกต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
1. ด้านที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3	5.00	1.67	8.01**	.00
	ภายในกลุ่ม	396	82.44	.21		
	รวม	399	87.44			
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3	4.66	1.55	5.79**	.00
	ภายในกลุ่ม	396	106.37	.27		
	รวม	399	111.03			
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	16.52	5.51	7.76**	.00
	ภายในกลุ่ม	396	280.97	.71		
	รวม	399	297.49			
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.05	1.35	2.96*	.03
	ภายในกลุ่ม	396	180.35	.46		
	รวม	399	184.39			
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	3	5.26	1.75	3.87**	.01
	ภายในกลุ่ม	396	179.67	.45		
	รวม	399	184.93			
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	3	12.17	4.06	11.43**	.00
	ภายในกลุ่ม	396	140.55	.36		
	รวม	399	152.71			

ตาราง 43 (ต่อ)

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	P-VALUE
ระหว่างกลุ่ม		3	5.21	1.74	7.97**	.00
ภายในกลุ่ม		396	86.37	.21		
รวม		399	91.58			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 43 พบว่านักท่องเที่ยวที่เลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ปลอดภัยที่สุดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ยกเว้นด้านการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

เพื่อให้ทราบถึงนักท่องเที่ยวที่มีเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ปลอดภัยที่สุดแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านผู้ใดบ้างที่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่จำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้วิธี LSD (Least significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 44 - 49

ตาราง 44 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	$\bar{x}$	วัด	สถานที่สักการบูชา	ธรรมชาติ
วัด	3.94	3.94	3.99	3.66
สถานที่สักการบูชา	3.99	-	.47	.00**
ธรรมชาติ	3.66	-	(.05)	(.28)
		-	-	.00**
		-	-	(.33)
		-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 44 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดและนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการบูชาที่มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ

ตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	$\bar{x}$	วัด	สถานที่สักการบูชา	ธรรมชาติ
	ด้าน	3.77	3.83	3.55
วัด	3.77	-	.36	.00**
			(.06)	(.22)
สถานที่สักการบูชา	3.83	-	-	.00**
				(.28)
ธรรมชาติ	3.55	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 45 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัดและนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการบูชาที่มีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	$\bar{x}$	วัด	สถานที่สักการบูชา	ธรรมชาติ
	ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.51	3.13	3.06
วัด	3.51	-	.00**	.00**
			(.38)	(.45)
สถานที่สักการบูชา	3.13	-	.	.63
				(.07)
ธรรมชาติ	3.06	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 46 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัดมีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการบูชาและนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 47 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	$\bar{x}$	วัด	สถานที่สักการะบูชา	ธรรมชาติ
	ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.76	3.68	3.48
วัด	3.76	-	.35 (.08)	.00** (.28)
สถานที่สักการะบูชา	3.68	-	-	.10 (.20)
ธรรมชาติ	3.48	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 47 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัดมีความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกเหนือจากนี้ยังมีความแตกต่างกันอยู่ทางสถิติ

ตาราง 49 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามสถานที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

สถานที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	$\bar{x}$	วัด	สถานที่สักการบูชา	ธรรมชาติ
วัด	3.59	3.59	3.24	3.21
สถานที่สักการบูชา	3.24	-	-	.78
ธรรมชาติ	3.21	-	-	-.03

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 49 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัดมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการบูชาและนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 นักท่องเที่ยวที่มัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปรากฏผลดังตาราง 50

ตาราง 50 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	เพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญ				เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ			
	X		S		X		S	
	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ	
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.93	0.47	มาก	3.82	0.47	มาก	1.78	0.08
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.76	0.53	มาก	3.63	0.51	มาก	1.84	0.07
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.38	0.86	ปานกลาง	3.23	0.95	ปานกลาง	1.31	0.19
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.71	0.71	มาก	3.62	0.57	มาก	1.14	0.26
5. ด้านการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.97	0.67	มาก	3.72	0.74	มาก	2.70**	0.01
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.47	0.61	ปานกลาง	3.39	0.69	ปานกลาง	0.99	0.32
รวม	3.70	0.47	มาก	3.57	0.51	มาก	2.11*	0.04

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
 ** แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 50 พบว่านักท่องเที่ยวที่มัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญและเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนด้านอื่น ๆ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่นัยสำคัญทางสถิติ

3.8 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 นักท่องเที่ยวที่วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ปราบกฎผลดังตาราง 51 ถึง 56

ตาราง 51 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว				รถยนต์โดยสาร				รถตู้เช่า	
	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S	ระดับความพึงพอใจ	
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.95	.43	มาก	3.82	.61	มาก	3.83	.41	มาก	
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.76	.51	มาก	3.67	.56	มาก	3.63	.52	มาก	
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.51	.78	มาก	3.15	1.01	ปานกลาง	2.81	.94	ปานกลาง	
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	3.80	.63	มาก	3.50	.77	มาก	3.31	.63	ปานกลาง	
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	4.08	.50	มาก	3.62	.97	มาก	3.16	.43	ปานกลาง	
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.54	.58	มาก	3.32	.74	ปานกลาง	3.09	.53	ปานกลาง	
รวม	3.77	.40	มาก	3.51	.63	มาก	3.31	.43	ปานกลาง	

จากตาราง 51 พบว่า นักท่องเที่ยวที่วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เข้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆและด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆนักท่องเที่ยวที่วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ตู้เข้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตาราง 52 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราของนักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

	แหล่งความแปรปรวน			df	SS	MS	F	P-VALUE
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม			3	1.45	.48	2.23	.08
	ภายในกลุ่ม			396	85.99	.22		
	รวม			399	87.44			
2. ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม			3	1.10	.37	1.32	.27
	ภายในกลุ่ม			396	109.93	.28		
	รวม			399	111.03			
3. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม			3	20.08	65698	9.56**	.00
	ภายในกลุ่ม			396	277.40	.70		
	รวม			399	297.49			
4. ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม			3	12.33	4.11	9.46**	.00
	ภายในกลุ่ม			396	172.07	.43		
	รวม			399	184.39			
5. ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม			3	37.09	12.36	33.11**	.00
	ภายในกลุ่ม			396	147.84	.37		
	รวม			399	184.93			
6. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม			3	8.65	2.88	7.92**	.00
	ภายในกลุ่ม			396	144.06	.36		
	รวม			399	152.71			

ตาราง 52 (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-VALUE
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	10.10	3.37	16.35**	.00
	ภายในกลุ่ม	396	81.49	.21		
	รวม	399	91.58			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 52 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้ให้บริการต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ยกเว้น ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้ให้บริการต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ผู้ใดบ้างที่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่จำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้วิธี LSD (Least significant Difference) ปรากฏผลดังตาราง 53 - 56

ตาราง 53 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{x}$	รถยนต์ส่วนตัว	รถยนต์โดยสาร	รถตู้เช่า
	ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.51	3.15	2.81
รถยนต์ส่วนตัว	3.51	-	.00** (.36)	.00** (.70)
รถยนต์โดยสาร	3.15	-	-	.06 (.34)
รถตู้เช่า	2.81	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 53 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสารและนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 54 ผลการเปรียบเทียบพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{x}$	รถยนต์ส่วนตัว	รถยนต์โดยสาร	รถตู้เช่า
ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ		3.80	3.50	3.31
รถยนต์ส่วนตัว	3.80	-	.00** (.31)	.00** (.49)
รถยนต์โดยสาร	3.50	-	-	.18 (.19)
รถตู้เช่า	3.31	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 54 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวที่ใช้การเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ มากกว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสารและนักท่องเที่ยวที่ใช้การเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีความสำคัญทางสถิติ

ตาราง 55 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นรายตัววิธี LSD โดยจำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{x}$	รถยนต์ส่วนตัว	รถยนต์โดยสาร	รถตู้เช่า
ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ		- 4.08	3.62	3.16
รถยนต์ส่วนตัว	4.08	-	.00**	.00**
รถยนต์โดยสาร	3.62	-	-	.00**
รถตู้เช่า	3.16	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 55 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายตัว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสารและนักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสารมีความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 56 ผลการเปรียบเทียบพึงพอใจด้านปริมาณความสะดวกต่างๆเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	x	รถยนต์ส่วนตัว	รถยนต์โดยสาร	รถตู้เช่า
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.54	3.32	3.09
รถยนต์ส่วนตัว	3.54	-	.01**	.00**
รถยนต์โดยสาร	3.32	-	(.22)	(.44)
รถตู้เช่า	3.09	-	-	.08
			(.22)	(.22)
			-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 56 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสารและนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ เป็นการศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราไปใช้เป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงแก้ไข พัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราให้ดียิ่งขึ้น และทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทราเพิ่มขึ้น

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ด้าน วิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราทั้ง 6 ด้านจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนำผลที่ได้เสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทราเพิ่มขึ้น

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

4. นักท่องเที่ยวที่อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

6. นักท่องเที่ยวที่เลือกสถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

7. นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

8. นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราจำนวน 385 คน ผู้วิจัยขอกำหนดเป็น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร ป้อมเมืองและกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา สมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ) และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota Sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดโสธรวรารามวรวิหาร ป้อมเมืองและกำแพงเมือง สมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ) และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ฉะเชิงเทรา สถานที่ละ 100 คน จากการเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆในขั้นที่ 1 โดยใช้แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีคำตอบให้เลือกตอบ รวมทั้งหมด 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยดัดแปลงจากทฤษฎีการบริหารคุณภาพรวมของธุรกิจบริการซึ่งจะครอบคลุมความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ รวม 6 ด้านได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ดำเนินการติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอให้ออกหนังสือขอความร่วมมือไปยังผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร และสมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา (เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ)
2. ติดต่อผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร และสมาคมสงเคราะห์การกุศลจังหวัดฉะเชิงเทรา(เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ) เพื่อขอความอนุญาตนแจกแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ
3. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เพื่อแจกให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษา
4. แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาในช่วงเดือนกันยายน 2546

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลในแบบสอบถามที่เก็บได้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์แปลงข้อมูลและเข้ารหัส เพื่อทำการประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC+(Statistical Package For The Social Sciences/Personal Computer Plus) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านและรายข้อ
3. เปรียบเทียบความพึงพอใจ ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t - test ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจ ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way Anova (Analysis of Variance) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

ผลการศึกษาค้นคว้า

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 ถึง 30 ปี มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดบ่อหย่างที่สุด มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อมาสัมผัสการสัมผัสวิถีชีวิตและทำบุญ และเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ และด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก นอกนั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับปานกลาง

2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆทั้งโดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

2.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว สภาพของทางหลวงเข้าจังหวัด สภาพของถนน ภายในจังหวัด สภาพการจราจรภายในจังหวัด และความสะอาดของห้องสุขา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง นอกนั้นมีความพึงพอใจในระดับมาก

3. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่มาท่องเที่ยว บ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ทดสอบสมมติฐานการวิจัยปรากฏผลดังนี้

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่านักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความพึงพอใจที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่านักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่านักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ยกเว้นความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.8 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และ ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ยกเว้นความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว และความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในด้านการมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรามากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการที่สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานตั้งแต่สมัยสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทั้งนี้ควรมีการบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เพื่อให้ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไป แต่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสถานที่ท่องเที่ยวในด้านจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา น้อยที่สุด เป็นผลเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราว่าจะมีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมากเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน แต่เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวก็พบว่า มีจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวน้อยกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจึงเกิดความพึงพอใจในระดับต่ำ (จรัส วรพงศ์. 2544 : 21; อ้างอิงจาก Kotler. n.d. : 199 - 205) และเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ จำนวนของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราถือว่าน้อยมาก ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในด้านจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ควรแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จักให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดต่อไป

1.2 ความพึงพอใจที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มน้อยที่สุด เนื่องมาจากราคาอาหารและเครื่องดื่มจังหวัดฉะเชิงเทราถือว่าไม่มีร้านอาหารอยู่มากมาย แต่จะเป็นการฉวยโอกาสของพ่อค้า แม่ค้าที่ขาดจรรยาบรรณ โดยไม่ทำการติดป้ายแสดงราคา หรือถือโอกาสขึ้นราคาเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (จาก

ประสบการณ์ผู้วิจัยพบ) จึงเป็นหน้าที่ของร้านค้าที่จะต้องช่วยกันแก้ไขปัญหานี้ ไม่ฉวยโอกาสในการขึ้นราคาสินค้า และติดป้ายแสดงราคา ช่วยกันเป็นหูเป็นตา ดูแลและให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ถูกเอาเปรียบ และเป็นหน้าที่ของเจ้าพนักงานที่จะทำการเข้มงวดในการตรวจสอบการติดป้ายแสดงราคา และการรับเรื่องร้องเรียนและให้การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่พบการฉวยโอกาสขึ้นราคาของพ่อค้า - แม่ค้า

1.3 ความพึงพอใจที่มีต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์รายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับของฝากที่มีจำหน่ายในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรามากที่สุด เนื่องจากมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับของฝากที่มีจำหน่ายในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา มากทั้งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จากภาครัฐเอง และจากทางภาคเอกชนด้วย โดยมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ฉะนั้นภาครัฐบาลและเอกชนจึงควรทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับของฝากที่มีจำหน่ายในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทราต่อไป เพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป แต่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ น้อยที่สุด เนื่องจากยังขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จากทางภาครัฐและเอกชนมีเพียงการบอกถึงตำแหน่งและสถานที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น โดยที่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จะเป็นการบอกต่อจากบุคคลที่เคยเดินทางแล้วให้กับผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวอาจจะทำให้เกิดความไปทั่วถึงขาดรายละเอียดและความชัดเจนในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งขัดแย้งกับผลการวิจัยของปาริชาติ รอยเรืองพานิช (2543) ที่พบว่าการเปิดรับสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นสื่อบุคคลมีการเปิดรับมากที่สุด

1.4 ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านการให้ความช่วยเหลือและความสนใจของเจ้าหน้าที่เมื่อขอรับความช่วยเหลือมากที่สุด เนื่องจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีความสนใจ ตั้งใจ และมีความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นเจ้าหน้าที่จึงควรดำรงรักษาความดีในเรื่องนี้ไว้ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราเกิดความประทับใจ และเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราอีก และจะทำให้เกิดการบอกปากต่อปากถึงความประทับใจที่เกิดขึ้น จนทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ด้านมารยาทของพนักงานร้านค้าน้อยที่สุด เนื่องจากกิริยามารยาท คำพูด รวมถึงท่าทางที่พนักงานร้านค้าแสดงออกต่อนักท่องเที่ยวที่ยังไม่สุภาพและไม่ให้เกียรติลูกค้านัก ถึงแม้จะไม่ใช้ทุกร้านแต่ถ้ามีเพียงบางร้านก็ทำให้เกิดความเสียหายกับร้านค้าทั้งหมดได้ ซึ่งตรงกับคำกล่าวของมิทเนอ์และเลเซอร์ (Mittal & Lassar. 1996 : 95 - 109) ที่ว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามักจะได้รับอิทธิพลจากคุณภาพของการปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างพนักงานให้บริการและลูกค้า เช่น พนักงานสุภาพและให้เกียรติลูกค้า พนักงานให้ความเอาใจใส่ลูกค้า

1.5 ความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้านมีวิธีการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทราได้หลายวิธี เนื่องจากมีด้านมีวิธีการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทราได้หลายวิธี ดังนี้คือ วิธีการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว สามารถเดินทางมาได้ 3 เส้นทาง วิธีการเดินทางโดยรถยนต์โดยสารประจำทาง สามารถได้ทางมาได้ 2 เส้นทาง และวิธีการเดินทางโดยรถไฟ (<http://www.sabuy.com>) แต่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ น้อยที่สุด เนื่องจากยังไม่มีบริการรถประจำทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

1.6 ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์รายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ด้านจำนวนร้านอาหารมีเพียงพอมากที่สุด แต่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ด้านสภาพของถนนภายในจังหวัดน้อยที่สุด เนื่องจากถนนภายในจังหวัด ได้ทำการปรับปรุงอยู่หลายเส้นทาง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่สะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เมื่อการปรับปรุงถนนภายในจังหวัดเสร็จสิ้นลงก็จะเกิดความสะดวกและเกิดความสวยงามกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แต่การปรับปรุงควรเร่งดำเนินการด้วยความรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยว

2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยขอเสนอ ดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามเพศแตกต่างกันโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าเพศชาย สามารถอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอายุแตกต่างกัน โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีและอายุ 21 – 30 ปีมีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 – 30 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 40 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าจะมีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่ายังมีความสามารถในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า จึงมีความคาดหวังในระดับต่ำ เมื่อมีโอกาสได้เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราจึงเกิดความพึงพอใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร สามาร (2545) เรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปีมีความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี คือนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่ามีความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวมากกว่า

2.3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามระดับการศึกษาแตกต่างกัน โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ว่า

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาดำรงมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาดำรงมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส. มีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาดำรงปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส. มีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส. มีความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส. และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส. มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ทั้งนี้ จะสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำมีความพึงพอใจในด้านต่างสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าจะมีความคาดหวังในการท่องเที่ยวที่สูง มีการศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวมาล่วงหน้าจากสื่อต่างๆที่บรรยายหรือมีภาพที่สวยงามเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองอาจไม่เหมือนกับข้อมูลที่รับรู้มาจึงทำให้เกิดความพึงพอใจต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร สามาน (2545) เรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่

2.4 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามอาชีพแตกต่างกันโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษามีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้ จะสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของศศิธร สามาร (2545) เรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่

2.5 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ว่า

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 มีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้ จะสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าจะมีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่าจะมีโอกาสในการแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้มากกว่า เช่นการเดินทางไปท่องเที่ยวในภาคเหนือ หรือภาคใต้ รวมทั้งยังโอกาสที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศได้ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของศศิธร สามี (2545) เรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่

2.6 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามการเลือกสถานที่ที่มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดแตกต่างกันโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ว่า

นักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัด และนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการะบูชา มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัด และนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการะบูชา มีความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัด มีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการะบูชา และนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัด มีความพึงพอใจด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัดมีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการะบูชา มีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัดมีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการะบูชา และนักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้ จะสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นวัด มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นสถานที่สักการะบูชา และมีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดเป็นธรรมชาติ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นวัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราที่มีชื่อเสียงได้แก่วัดโสธรวรารามวรวิหาร มีความสวยงามและเป็นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวทุกคนที่เดินทางมาท่องเที่ยว รวมทั้งยังมีวัดอื่น ๆ อีกมากมายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติยังขาดการพัฒนาในด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวยังไม่เกิดความประทับใจ

2.7 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญและเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อมานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำบุญมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนด้านอื่น ๆ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.8 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ว่า

นักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสาร และนักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสาร และนักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสาร และนักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสาร มีความพึงพอใจด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสาร และนักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้ จะสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจในด้านต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์โดยสาร และมีความพึงพอใจในด้านต่างๆมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่า เนื่องจากการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวย่อมมีความสะดวกสบายในการเดินทาง และมีความสะดวกสบายในการไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมาก ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถตู้เช่ามีความพึงพอใจน้อยน่าจะเป็นมาจากการที่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นจำนวนมากทำให้เกิดความไม่สะดวกในการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความล่าช้าในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของศศิธร สามาร (2545) เรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรายังมีจำนวนน้อย และยังไม่มีความหลากหลายนัก ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นวัดและสถานที่สักการะบูชาเป็นส่วนใหญ่ จึงควรมีการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ รวมทั้งควรมีการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และความเป็นอยู่ของชุมชนเพื่อสร้างและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่อไป

1.2 ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ควรมีการติดป้ายราคา สำหรับของที่ระลึกและของฝาก รวมทั้งควรมีการควบคุมราคาของอาหารให้มีความเหมาะสมกันระหว่างราคา คุณภาพและปริมาณของอาหาร

1.3 ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมทั้งจัดทำแผ่นพับหรือแผ่นที่แสดงถึงการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆให้ชัดเจน

1.4 ด้านการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่างๆ ในส่วนของมารยาทของพนักงานร้านค้า ควรมีการปรับปรุงให้มีความสุภาพ และเอาใจใส่ต่อลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

1.5 ด้านวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีการแนะนำถึงวิธีการเดินทาง และเส้นทางการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือจัดให้มีรถประจำทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

1.6 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ หลังจากการปรับปรุงถนนเสร็จสิ้น สภาพถนนภายใน จังหวัดฉะเชิงเทราก็จะมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความสวยงาม และมีความสะดวกมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรทำการศึกษาในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม ดังนี้ ควรมีการศึกษาในส่วนของอำเภออื่นๆ ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจาก สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภออื่นๆ จะมีลักษณะที่ความแตกต่างไปจากสถานที่ท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง คือ จะมีลักษณะเป็นธรรมชาติ และมีความเป็นเอกลักษณ์และมีวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่น่าสนใจอีกมากมาย หรือทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวทั้งที่เคยและไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด ฉะเชิงเทรา

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ คุณศรีแก้ว. (2542 , ตุลาคม – ธันวาคม). “การพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว”. *จุลสารการท่องเที่ยว*. 18 (4 : 48-52).
- กศก. นามแฝง. (2528 , 16 มิถุนายน). “ชาวไทย 7,000 ปี ที่โลกพนมดง”. *ไทยรัฐ*. หน้า 11.
- กองบรรณาธิการฉบับพิเศษ หนังสือพิมพ์ผังเมือง. (2537). *ปทุมเมืองจะเข้เทรา*. กรุงเทพฯ : บริษัท แคนดิด มีเดีย จำกัด.
- กองพัฒนาลังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม. (2542). *คู่มือ ส่งเสริมหมู่บ้านท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด บางกอกบล็อก.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2543. *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล เวอร์ชัน 7-10*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ เอส ไฟโตสตูดิโอ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2533). *ตำราเอกสารวิชาการ ฉบับที่ 30*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ การศาสนา กรมการศาสนา.
- เกษม หน่ยดอนและคณะ. (2540). *มรดกไทย จังหวัดจะเข้เทรา*. จะเข้เทรา : เกษมรติการพิมพ์.
- เกรียงไกร เรือนแก้ว. (2545). *อสน ค่มือท่องเที่ยว จะเข้เทรา*. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- กฤษณา หล่ำประเสริฐ. (2542). *หลักสูตรท้องถิ่น จังหวัดจะเข้เทรา ชุดที่ 2*. จะเข้เทรา : โรงเรียน วัดคลองสวน.
- ก้อง กังฟู. (2541 , 26 กรกฎาคม). “เหนือฟ้า ไต้บาดาล”. *ไทยรัฐ*. หน้า 5.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2544). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- จะเข้เทรา, จังหวัด. (2538). *ประวัติมหาดไทยส่วนภูมิภาค*. จะเข้เทรา : องค์การบริการส่วนจังหวัด.
- จุปนี สุวรรณจักรชัย. (2542). *การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี ต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.(นิเทศศาสตร์ พัฒนาการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ฐากูร โกมารกุล ณ นคร. (2546 , มิถุนายน). “สารคดีท่องเที่ยว”. *อนุสาร อสน*. 43(6) : 50-60.
- จำเนียร เลขะกุล. (2513 , ตุลาคม). “จะเข้เทรา เมื่อเก่าหรือไม่”. *อนุสาร อสน*. 11(10) : 69.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ธิป ศรีสกุลไชยรัก. (2543). *การอนุรักษ์ย่านบางรักเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. วิทยานิพนธ์ สด.ม. (สถาปัตยกรรมศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- นิคม จารุมณี. (2535). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ การศาสนา กรมการศาสนา.
- นิรนาม. (2544 , กรกฎาคม – กันยายน). “นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 2540 – 2546”. *จุลสารการท่องเที่ยว*. 20(3) : 5.

- ประเวศ วะสี. (2544 , กรกฎาคม – กันยายน) . “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”. *จุลสารการท่องเที่ยว*. 20(3) : 4-10.
- ปาริชาติ รอยเรืองพานิช. (2543). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริม การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคใต้ของคนไทย (ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่)*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม. ถ่ายเอกสาร.
- พ. สุวรรณ. (2540). *ประวัติและคาถา พระพุทธโศธร (หลวงพ่โศธร)*. กรุงเทพฯ : รุ่งแสงการพิมพ์.
- มารีน รัตนฤทธิกุล. (2541). *การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.(นิเทศศาสตรธุรกิจ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- รุ่ง กาญจนวิโรจน์. (2543 , มกราคม – มีนาคม). “แนวโน้มการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21”. *จุลสารการท่องเที่ยว*. 19 (1) : 5-7.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). *การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วีรพงษ์ เณิมจิระรัตน์. (2539). *คุณภาพในการบริการ 1*. กรุงเทพฯ : บริษัทประชาชน จำกัด.
- ศรัณย์ เลิศรักษ์มงคล. (2540 , มกราคม – มีนาคม). “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน”. *จุลสารการท่องเที่ยว*. 16 (1) : 2-15.
- ศศิธร สามารถ. (2545). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- _____. (2543). *นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพฯ : บริษัทธนรัชการพิมพ์ จำกัด
- สรัญญา บำรุงสวัสดิ์. (2540). *การเปรียบเทียบการร่ำกับน ที่วัดโสมรารามวรวิหาร ศาลพระพรหมเอราวัณ และศาลพระกาฬ*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (นาฏศิลป์ไทย) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สาธิตา สุวงศ์เดชา. (2542). *ความพึงพอใจในงานของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ ในยุควิกฤตเศรษฐกิจ*. รายงานการวิจัยการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ศศ.ม.(พัฒนสังคม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2540). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยงพลเทรดดิ้ง.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัด. (2540). *คู่มือท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา*. ฉะเชิงเทรา : บริษัท เอ็มเอ็นคอมพิวออฟเซท จำกัด.
- อุษาลักษณ์ โรจนเวทย์. (2533). “สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวโดยทั่วไป”. น.1. *การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา กรมการศาสนา.
- Chu, Wujin and Preyas S Desai. (1995). “Channel Coordination Mechanism for Customer Satisfaction”. *Marketing Science*. 14 Iss 4 : P.343-359.
- Courtlan L. Bovee., Michael J.Houston and V.Thill. (1995). *Marketing*. New York : McGraw—Hill Inc.

- Heller, Al. (1996). "Supermarkets on Two Tler". *Supermaket Business*. Iss 01965700 : P.7-8.
- Lethien, J. (1983). *Customer –Oriented Service Firm*. Espov Finland : Weilin & Goos.
- Millet, John D. (1995). *Management in the Publics Service : The Guest for effective Performance*. New York : Mc Graw—Hill Book Company, Inc.,
- Mittal, Bawari and Walfriend M. Lassar. (1996, January – March). "The Role of Personalization in service Encounters". *Journal of Retailing*. 72 (1) : 95-109.
- Philip Kotler. (1997). *Marketing Management*. 9th ed. New Jersey : Prentice—Hall. Inc.,
- Rose, Jules. "We Need Ads That Promote More Than Price". *Frozen Food Age*. 44 Iss 3 : P.62.
- Taher, Ahmed; Thomas W. Leigh and Warren A. French. (1996 , April – June). "Augmented Retail Services : The Lifetime Value of Affection". *Journal of Business Research*. 35(2) : 217-228.

<http://www.rakbankerd.com/hotnews.html?nid=755>

<http://www.sabuy.com>

<http://www.thaitambon.com>

<http://www.thaipost.net>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา”

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง

“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา”

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำผลที่ได้เสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทราเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านช่วยกรอกแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา

คำจำกัดความ นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลที่มีเชื้อชาติและสัญชาติไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราโดยไม่ได้มีที่อยู่ประจำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยไม่ได้พักค้างคืนในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา

การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด

กราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่สละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

สรินนา หล้าประเสริฐ

ผู้วิจัย

แบบสอบถาม

โครงการวิจัยเรื่อง

“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดฉะเชิงเทรา”

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อที่ตรงตามความจริงที่สุด (เพียงข้อเดียว)

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

☐ 21 ถึง 30 ปี

☐ 31 ถึง 40 ปี

☐ มากกว่า 40 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

☐ ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึง อนุปริญญา / ปวส.

☐ ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

4. อาชีพ

☐ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐ รับจ้างทั่วไป

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐ 10,001 – 20,000 บาท

☐ ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป

6. สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จะเชิงเทรหที่ท่นเดินทางมท่งเทียวย่อยที่สุด

☐ วัด ได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดจีนประชาสโมสร (วัดเล่งฮกยี่) วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎี (วัดเมือง) วัดอุภัยภาติการาม (วัดช้างปอง) วัดพยัคอินทาราม(วัดเจดีย์) และวัดสัมปทวน

☐ แหล่งประวัติศาสตร์ ได้แก่ ป้อมเมืองจะเชิงเทรห อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร) ศาลาัฐบาลมณฑลปราจีน และตำหนักกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์

☐ สถานที่สักการะบูชา ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง และสมาคมสงเคราะห์การกุศลจะเชิงเทรห (เจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ)

☐ ธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางเรือตามลำน้ำบางปะกง และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์จะเชิงเทรห

7. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมท่งเทียวยในอำเภอเมือง จังหวัดจะเชิงเทรห

☐ เพื่อมานมัสการสังศักดิ์สิทธิ์และทำบุญ

☐ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. วิธีที่ใช้ในการเดินทางมท่งเทียวย

☐ รถยนต์ส่วนตัว

☐ รถยนต์โดยสาร

☐ รถตู้เช่า

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมท่งเทียวยในอำเภอเมืองจะเชิงเทรห

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความจริงที่สุด (เพียงข้อเดียว)

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ				
	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว					
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดจะเชิงเทรหค้มค้กกับการมท่งเทียวย					
2. จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดจะเชิงเทรห					
3. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดจะเชิงเทรห					

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ				
	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
4. การมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา					
5. ความรู้ที่ได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา					
6. ความประทับใจที่ได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา					
ความพึงพอใจที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว					
1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาจังหวัดฉะเชิงเทรา					
2. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา					
3. ราคาอาหารและเครื่องดื่ม					
4. ราคาของของฝาก					
5. ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ					
ความพึงพอใจที่มีต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์					
1. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทรา					
2. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา					
3. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ					
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับของฝากที่มีจำหน่ายในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา					
5. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายของฝากในเขตอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา					
ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ					
1. มารยาทของพนักงานร้านค้า					
2. มารยาทของผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ					
3. การให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ					
4.การให้ความช่วยเหลือและความสนใจของเจ้าหน้าที่เมื่อขอรับความช่วยเหลือ					
ความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ					
1.ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ					
2.มีวิธีการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทราได้หลายวิธี					
3.ความสะดวกในการเดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทรา					

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ				
	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ					
1.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					
2.ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว					
3.สภาพแวดล้อมบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว					
4.สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปในเขตอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา					
5. สภาพของทางหลวงเข้าจังหวัด					
6. สภาพของถนนภายในจังหวัด					
7. สภาพการจราจรภายในจังหวัด					
8. ความชัดเจนของป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว					
9. จำนวนร้านค้าของฝาก					
10. ความหลากหลายของของของฝาก					
11. คุณภาพของของฝาก					
12.จำนวนร้านอาหารมีเพียงพอ					
13.คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม					
14.ความอร่อยของอาหารและเครื่องดื่ม					
15.ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม					
16.จำนวนห้องสุขามีเพียงพอ					
17.ความสะอาดของห้องสุขา					

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๑๗ กันยายน 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

นมัสการ เจ้าอาวาสวัดโสธรวรารามวรวิหาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสรินนา หล้าประเสริฐ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเที่ยวในวัดโสธรวรารามวรวิหาร ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ในระหว่างเดือนกันยายน 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์พระคุณเจ้า ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสรินนา หล้าประเสริฐ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอนมัสการด้วยความเคารพอย่างสูง

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 038-816885 มือถือ 07-1279602



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๑๗ กันยายน 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน หัวหน้าหน่วยกฤษฎี สมาคมสงเคราะห์การกุศลระยอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสรินนา หล้าประเสริฐ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง” โดยมี อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ในระหว่างเดือนกันยายน 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสรินนา หล้าประเสริฐ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 038-816885 มือถือ 07-1279602



บันทึกข้อความ

164

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศธ 0519.12/ ๘472

วันที่ ๔ กันยายน 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวสรินนา หล้าประเสริฐ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา” โดยมี อาจารย์ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ อาจารย์สิทธิฐากร ชูทรัพย์ และ อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามให้ นางสาวสรินนา หล้าประเสริฐ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ หะวานนท์)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์สัญญากร ชูทรัพย์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นางสาวสรินนา หล้าประเสริฐ
วันเดือนปีเกิด	9 สิงหาคม 2521
สถานที่เกิด	จังหวัดฉะเชิงเทรา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	228/33 - 35 หมู่ที่ 1 ตำบลท่าไข่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2539	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎ์
พ.ศ. 2544	วิทยาศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีการจัดการ) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร