



วารสารวิศวกรรมศาสตร์และนวัตกรรม Journal of Engineering and Innovation

บทความวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช, สนามช้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์ และวัดพระศรีสรรเพชญ์ จังหวัดอยุธยา

Analysis of factors influencing tourist satisfaction for Cultural Tourism Management Case Study: Khiriwong Village Nakhon Si Thammarat Province, Chang Arena Buriram Province and Wat Phra Si Sanphet Ayutthaya Province.

ปภากร พิทยชาวล¹ วีรชัย อางหาญ² ณัฐมน พิไลวงศ์¹ จีระนัน พิมพดี^{1,*}

¹ สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา 30000

² สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

Paphakorn Pitayachaval¹ Weerachai Arjarn² Nattamon Pilaiwong¹ Jiranan Pimdee^{1,*}

¹ Industrial Engineering, Institute of Engineering, Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima Province 30000

² National Science and Technology Development Agency (NSTDA), Khlong Nueng, Khlong Luang, Pathum Thani 12120

* Corresponding author.

E-mail: jirananpimdee@gmail.com; Telephone: 0 91017 6754

วันที่รับบทความ 19 สิงหาคม 2565; วันที่แก้ไขบทความ ครั้งที่ 1 22 พฤศจิกายน 2565; วันที่แก้ไขบทความ ครั้งที่ 2 26 ธันวาคม 2565

วันที่ตอบรับบทความ 18 กุมภาพันธ์ 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อด้านจิตวิทยาของประชาชนในพื้นที่ การเก็บข้อมูลของงานวิจัยนี้อยู่ภายในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สมมติฐานของการวิจัย คือ วิเคราะห์ข้อมูลที่มีผลต่อจิตวิทยาของประชาชนในพื้นที่ท่องเที่ยวซึ่งคาดว่าปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อด้านจิตวิทยา ได้แก่ 1. ความรู้สึกในอดีต 2. สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ 3. การบริหารจัดการพื้นที่ 4. จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบในชุมชน 5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ และการวิจัยได้มีการศึกษาเปรียบเทียบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 รูปแบบ คือ กลุ่มที่ 1 การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท (Rural Cultural Tourism) กลุ่มที่ 2 การท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย (Modern Cultural Tourism) และกลุ่มที่ 3 การท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourism) โดยผลการวิจัยพบว่าค่า $F_{Pillai's Trace} = 98.175$, $Sig. = .000$ มีค่า $\alpha < 0.05$ จึงสรุปได้ว่าภาพรวมของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละรูปแบบส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละด้านค่า $F_{C1} = 19.447$, $Sig. = .000$, $F_{C2} = 58.067$, $Sig. = .000$, $F_{C3} = 251.324$, $Sig. = .000$, $F_{Nu} = 89.785$, $Sig. = .000$ และ $F_{Be} = 169.484$, $Sig. = .000$ มีค่า $\alpha < 0.05$ จึงสรุปได้ว่าการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละรูปแบบส่งผลต่อความรู้สึกพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และได้มีการเปรียบเทียบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละรูปแบบของแต่ละด้าน โดยศึกษาความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่ามีความแตกต่างกันมากกว่าหรือน้อยกว่าด้วยการทำการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบ Scheffe ซึ่งได้มีการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ทั้ง 5 ด้าน พบว่า ค่า $Y_{X_1, (X_2, or X_3)}$ มีค่าเป็นลบ และค่า $P - value < 0.05$ ซึ่งแสดงว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านของกลุ่มที่ 1

มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละรูปแบบจึงต้องมีการวางแผนและการสร้างกลยุทธ์ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงตามเป้าหมายของกลุ่มนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ

จำนวนนักท่องเที่ยว ระดับความรู้สึกแออัด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

This research presents the factors influencing the satisfaction of the tourists for the management of cultural attractions which will affect the psychology of people in the area. The data collection of this research is within the epidemic situation of coronavirus disease 2019 (COVID-19). The hypothesis of the research was to analyze the data affecting the psychology of the people in the tourism area. The factors that would affect the psychology were: 1. the feeling of congestion, 2. cultural environment and landscape characteristics, 3. area management, 4. the number of the tourists found in the community, 5. behavior of other tourists. Moreover, in this research, there was a comparative study of 3 types of cultural tourism site: group 1 is the rural cultural tourism (Rural Cultural Tourism), group 2 is the modern cultural tourism (Modern Cultural Tourism), and group 3, heritage tourism (Heritage Tourism). The result showed that the value of $F_{\text{Pillai's Trace}} = 98.175$, $\text{Sig.} = .000$ resulted in the value of $\alpha < 0.05$. It could be concluded that each group of cultural tourism management affected tourists' satisfaction at a statistical significance level of 0.05. According to the data analysis in each factor, it was found that the values of $F_{C1} = 19.447$, $\text{Sig.} = .000$, $F_{C2} = 58.067$, $\text{Sig.} = .000$, $F_{S1} = 251.324$, $\text{Sig.} = .000$, $F_{N1} = 89.785$, $\text{Sig.} = .000$, and $F_{B1} = 169.484$, $\text{Sig.} = .000$ resulted in the value of $\alpha < 0.05$. It could be concluded that each group of cultural tourism management affected tourists' satisfaction in all 5 factors at a statistical significance level of 0.05. Each group of cultural tourism management was compared to see the difference in tourists' satisfaction about the cultural tourism management using Scheffe's statistical test as a post-test. According to the comparison between group 1, group 2, and group 3 in all 5 factors, it was found that the value of $Y_{X_1, (X_2 \text{ or } X_3)}$ was negative and $P\text{-value} < 0.05$, indicating that tourists were satisfied with all 5 factors of cultural tourism management. It could be summarized that group 1 had less satisfaction than group 2 and 3 at a statistical significance level of 0.05. Hence, the management of cultural attractions in each form requires a planning and the strategies for managing in the different cultural attractions in order to meet the needs of tourists directly to the target group of tourists.

Keywords

number of tourists; level of congestion; cultural tourism

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือว่าเป็นบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทยมาอย่างยาวนาน และประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึง เอกลักษณ์ วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของคนไทย และจากรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวประจำปี 2562 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวของชาวไทยและต่างชาติในช่วงครึ่งปี 2562 มีบทบาทสำคัญถึง 17% ของ GDP ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับปี 2561 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่มีเทคโนโลยีจำนวนมากเข้า

มาช่วยให้การดำเนินการต่างๆ ยากมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาเส้นทางต่างๆ เพื่อวางแผนการเดินทาง การค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สามารถศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวจากผู้กระตุ้นการท่องเที่ยว (Influencer) ก่อนการเดินทาง รวมทั้งการค้นหาร้านอาหาร ของฝาก รอบตัวรถสาธารณะและเครื่องบิน ซึ่งทำให้การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่ในปี 2563 เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 ตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงปัจจุบัน ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวเกิดการหดตัวเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการสูญเสียรายได้ได้อย่างมหาศาลโดยเฉพาะอย่างยิ่งรายได้ที่มาจาก

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยได้เนื่องจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 ซึ่งจากสถิติในปี 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 6.70 ล้านคน ซึ่งลดลง 33 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 83.21 จากปีที่ผ่านมา และมีรายได้เท่ากับ 0.33 ล้านล้านบาท หรือหดตัวร้อยละ 82.63 จากปีที่ผ่านมา [1] ทำให้ประเทศไทยต้องการการฟื้นฟูในภาคการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและปลอดภัย ในประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภท โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น การศึกษาความเชื่อ พิธีกรรม และการมีความเข้าใจวัฒนธรรมใหม่ๆเพิ่มขึ้น [3] และในปัจจุบันนักท่องเที่ยวจำนวนมากสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใครทำให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เกิดผลกระทบด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นปัญหาขยะมูลฝอย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม การแต่งกาย ความรู้สึกแออัด เป็นต้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวลดลงโดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ทางด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละรูปแบบเพื่อนำข้อมูลไปสู่การบริหารจัดการและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป

2. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในการวิเคราะห์ด้านจิตวิทยาได้มีการรวบรวมงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านจิตวิทยาเพื่อนำมาใช้เป็นตัวชี้วัด โดยได้มีการศึกษางานวิจัย เรื่อง ขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ โดย วราภรณ์ ดวงแสง ได้ทำการศึกษาด้านจิตวิทยาโดยใช้การประเมินความรู้สึกแออัดของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้ใช้หลัก

การศึกษาจากการให้ความหมายของ Thanakan, Chasetmat, Empun, Phitkam, Toemtrakun, Singhaworawut, & Ratkhir, 1998; Empun, Wannalœt, & Ratno, 2004; DNP, 2015 [10] ที่ได้กล่าวว่า ขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยา (Psychological Carrying Capacity, PsCC) หมายถึง จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดในแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาหนึ่งที่ยังคงให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นในการกำหนดระดับของการใช้ประโยชน์สูงสุดในช่วงเวลาหนึ่งของอุทยานแห่งชาตินั้น เป้าหมายหลักก็เพื่อรักษาไว้ซึ่งคุณภาพของประสบการณ์ท่องเที่ยวในการมาเยือนอุทยานแห่งชาติของประชาชนทั่วไป และในงานวิจัย เรื่อง ขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการของอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ได้มีการศึกษาโดยใช้ตัวชี้วัดด้านจิตวิทยา คือ 1. ความรู้สึกแออัด 2. ความขัดแย้งในการประกอบกิจกรรม 3. ความพึงพอใจ 4. ความต้องการกลับมาเยือน และ 5. ความรู้สึกต่อสภาพแวดล้อม [7] รวมทั้งงานวิจัยของ ดร.ชนันท์ เอมพันธุ์ ได้มีการศึกษาเรื่องคู่มือการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวพื้นที่หมู่เกาะลันตา โดยการศึกษาผลกระทบด้านจิตวิทยาเกี่ยวกับระดับความรู้สึกแออัดของนักท่องเที่ยวขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว และได้เสนอแนะให้ใช้ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนี้ 1. สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ 2. การบริหารจัดการพื้นที่ 3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบในชุมชน 4. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ [4] ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงได้นำตัวชี้วัดของงานวิจัยเรื่องขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ของ วราภรณ์ ดวงแสง และงานวิจัยของขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการของอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ของบันลือศักดิ์ วงษ์ภักดี โดยใช้ตัวแปรด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย 1 ตัวแปร คือ ความรู้สึกแออัด และงานวิจัยเรื่องคู่มือการประเมินขีดความสามารถรองรับการท่องเที่ยวพื้นที่หมู่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ของ ดร.ชนันท์ เอมพันธุ์ โดยใช้ตัวแปรด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย 4 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์, การบริหารจัดการ

พื้นที่, จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบในชุมชน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ

2.1 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1) เพื่อศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อจิตวิทยาที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อจิตวิทยาที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละรูปแบบ

2.2 สมมติฐานงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

H_0 : การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

H_1 : การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในงานวิจัยได้กำหนดตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ดังนี้ ตัวแปรต้น คือ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และตัวแปรตาม คือ 1. ความรู้สึกแออัด (Cl) 2. สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ (Cu) 3. การบริหารจัดการพื้นที่ (Sa) 4. จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบในชุมชน (Nu) 5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ (Be) และมีการแบ่งกลุ่มในการศึกษาครั้งนี้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นตัวแทนการท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท (Rural Cultural Tourism) โดยศึกษาในสถานที่ท่องเที่ยวสะพานศิรีวงในหมู่บ้านศิรีวง กลุ่มที่ 2 จังหวัดบุรีรัมย์เป็นตัวแทนการท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย (Modern Cultural Tourism) โดยศึกษาในสถานที่ท่องเที่ยวสนามช้างอารีนา และกลุ่มที่ 3 จังหวัดอยุธยาเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourism) โดยศึกษาในสถานที่ท่องเที่ยววัดพระศรีสรรเพชญ์

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (MANOVA) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่มีตัวแปรตามหลายตัวแปร การวิเคราะห์ข้อมูลจะทำการรวมข้อมูลตัวแปรตามหลายตัวให้กลายเป็นตัวแปรตามตัวเดียว (ตัวแปร Y) [9]

การตั้งสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้ สมมติฐานหลัก (H_0) คือ การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสมมติฐานรอง (H_1) คือ การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดให้ u_1, u_2 และ u_3 คือ ค่าเฉลี่ยตัวแปรตามของกลุ่มที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ และเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มละ 400 ตัวอย่าง และนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ในโปรแกรม SPSS เพื่อทำการวิเคราะห์ MANOVA โดยการวิเคราะห์ MANOVA จะต้องมีการตรวจสอบข้อมูลให้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นก่อน 3 ประการคือ

1. การวิเคราะห์การแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ซึ่งตัวแปรตามจะต้องมีการแจกแจงประชากรเป็นแบบปกติ (Normal Distribution) เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ MANOVA มีความรู้สึกเร็วต่อข้อมูลที่มีค่าสุดโต่ง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการตรวจสอบข้อมูลสุดโต่งก่อนโดยการตรวจสอบการแจกแจงประชากรของตัวแปรตามต้องเป็นแบบปกติเท่านั้น [6]

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามทีละคู่ ถ้าตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กันควรที่จะเลือกใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ANOVA คือ การวิเคราะห์แยกตัวแปรตามทีละตัว (Univariate Test) และถ้าตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันควรเลือกใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (MANOVA) โดยค่าความสัมพันธ์ไม่ควรสูงเกิน 0.8 หรือ $r < 0.8$ และถ้าค่า $r > 0.8$ ควรพิจารณาตัดตัวแปรดังกล่าวออก 1 ตัวแปรเพราะแสดงว่าคู่ตัวแปรตามที่เราเลือกมาศึกษาคู่นั้นเป็นตัวแปรเดียวกันหรือตัวแปรที่ซ้ำซ้อนกันนั่นเอง [14]

3. การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (Variance) โดยการตรวจสอบการวิเคราะห์ Box's Test of Equality of Covariance เป็นการตรวจสอบความแปรปรวนภาพรวมของ

ประชากร ซึ่งการตรวจสอบความแปรปรวนรวมของประชากร จะแสดงให้เห็นถึงว่าเมตริกความแปรปรวนของประชากร ภาพรวมมีค่าเท่ากันหรือไม่ ถ้าเท่ากันแสดงว่าผ่านเงื่อนไข ข้อตกลง แต่ถ้าไม่เท่ากันจะต้องทำการพิจารณาความแปรปรวนแยกแต่ละตัวแปรตามอีกครั้ง และในส่วนของ การวิเคราะห์ Levene's Test of Equality of Error Variances Matrices เป็นการตรวจสอบความแปรปรวนแต่ละตัวแปรตาม ของแต่ละกลุ่มประชากร ซึ่งการตรวจสอบความแปรปรวนแต่ละตัวแปรว่ามีความแปรปรวนของประชากรเท่ากันหรือไม่ ถ้าเท่ากันแสดงว่าผ่านเงื่อนไขข้อตกลง แต่ถ้าไม่เท่ากันจะต้องทำการพิจารณาในขั้นต่อไป ซึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดความแปรปรวนที่ไม่เท่ากันนั้น อาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็เกินไป จำนวนตัวอย่างแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน [6]

4. การวิเคราะห์ Multivariate Tests เมื่อตรวจสอบเงื่อนไขต่างๆ เรียบร้อยแล้วจะทำการวิเคราะห์ Multivariate Tests ซึ่งเป็นการพิจารณาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มโดยเป็นการดูผลของงานวิจัยว่าตัวแปรต้นส่งผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ ซึ่งการพิจารณาตัวแปรตามหลายตัวจะถูกแปลงเป็นตัวแปรตามตัวแปรเดียวในรูปแบบเชิงเส้น ในการวิเคราะห์ Multivariate Test มีสถิติที่นิยมใช้ในการพิจารณามีด้วยกัน 2 วิธี คือ 1. Wilks' Lambda และ 2. Pillai's Trace ซึ่งในปัจจุบันนิยมใช้วิธี Wilks 'Lambda ในการอ่านผลการวิเคราะห์ที่เป็นไปตามข้อตกลงและมีค่าความแปรปรวนรวมของประชากรไม่เท่ากันหรือแตกต่างกัน แต่ค่าความแปรปรวนรวมของประชากรไม่เท่ากันหรือแตกต่างกัน ควรพิจารณาใช้วิธี Pillai's Trace ที่มีความแกร่งมากกว่าซึ่งจะให้ผลการวิเคราะห์สอดคล้องและมีค่าใกล้เคียงมากกว่า [6,9]

5. การวิเคราะห์ Tests of Between-Subjects Effects เป็นการพิจารณาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มของตัวแปรตามแต่ละตัว ซึ่งการวิเคราะห์ผลนี้สามารถอ่านผลของงานวิจัยได้ว่าตัวแปรต้นส่งผลต่อตัวแปรตามแต่ละตัวได้อย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ แต่ไม่สามารถอ่านค่าได้ว่าตัวแปรตามของกลุ่มใดมีความสำคัญที่มากกว่าหรือน้อยกว่ากันได้ ดังนั้น จึงต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถบอกได้ว่าตัวแปรตามของกลุ่มใดมีความสำคัญมากกว่าหรือน้อยกว่ากัน โดยสามารถใช้สถิติการทดสอบภายหลังเป็นการเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อทดสอบว่ามีค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่ไม่เท่ากันโดย

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลายๆคู่ในเวลาเดียวกันซึ่งมีวิธีการทดสอบหลายวิธี เช่น Scheffe , Student-Newman-Keuls หรือ Tukey-Kramer เป็นต้น [3,6,9]

6. การทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe คือ การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยแต่ละกลุ่มเป็นคู่ ๆ ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้เลือกใช้การทดสอบภายหลังด้วยสถิติแบบ Scheffe เนื่องจากวิธีนี้สามารถใช้การเปรียบเทียบแต่ละคู่ได้รวมทั้งสามารถควบคุมความผิดพลาดประเภท family-wise ได้ดี และสามารถควบคุมอัตราความคลาดเคลื่อนชนิดที่ 1 ของการทดสอบได้ทั้งชุดการทดลอง [2] ดังแสดงในรูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 3 รูปแบบ คือ กลุ่มที่ 1 การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท(Rural Cultural Tourism) คือ สะพานศิรีวง หมู่บ้านศิรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มที่ 2 การท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย(Modern Cultural Tourism) คือ สนามช้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มที่ 3 การท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourism) คือ วัดพระศรีสรรเพชญ์ จังหวัดอยุธยา

จากข้อมูลสถิติย้อนหลังจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2558 - 2563 ที่เดินทางท่องเที่ยวทั้ง 3 จังหวัด ซึ่งเป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละรูปแบบมีจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ย ดังแสดงในตารางที่ 1 ซึ่งจะนำมาคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม

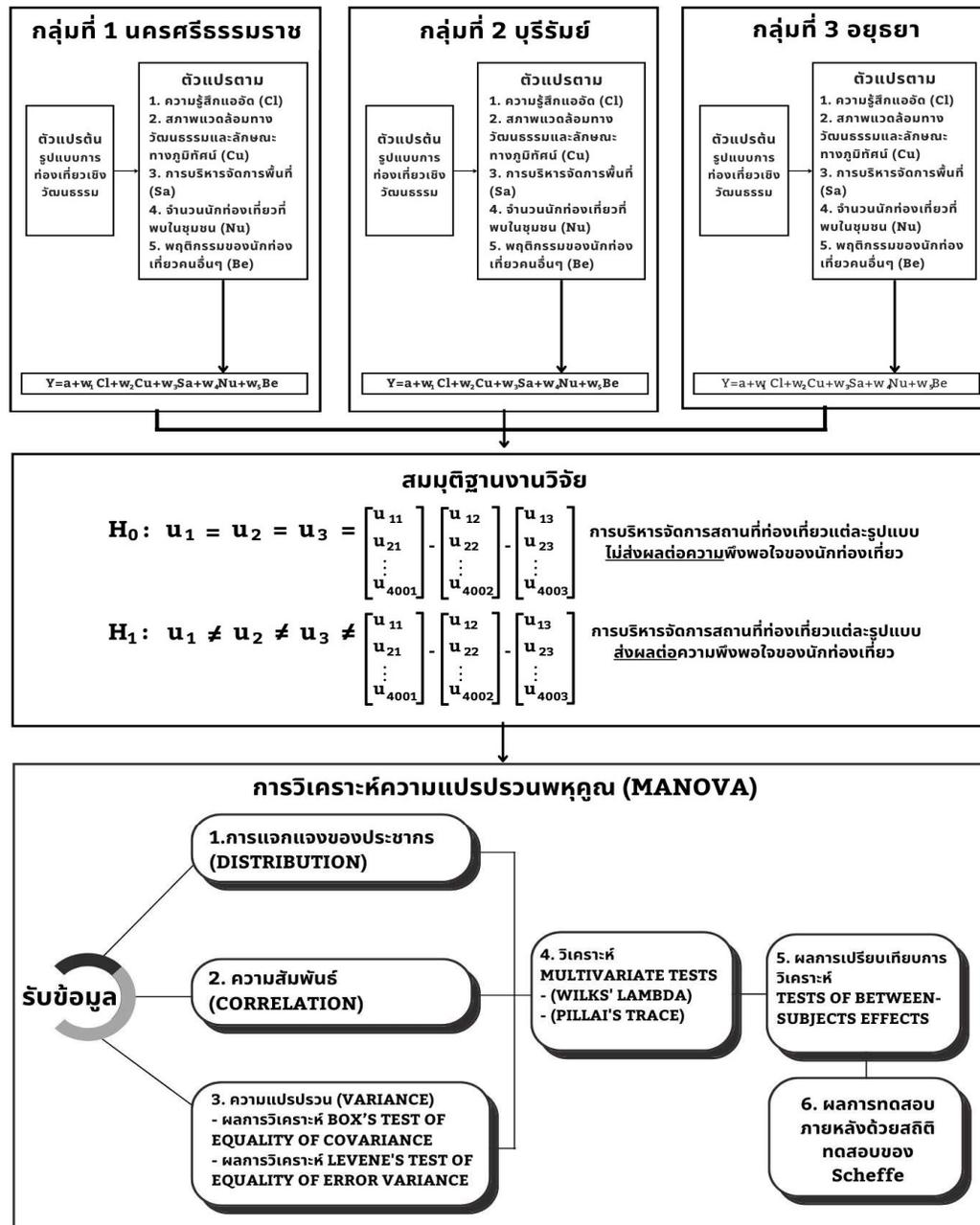
วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามานะ [17] ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5% ดังนี้

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดเป็น .05



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช, จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดอุตรดิตถ์ มีค่าเฉลี่ยย้อนหลัง 6 ปี ประมาณ 3,465,023 คน, 1,594,811 คน และ 7,007,650 คน ตามลำดับ และแทนค่าสูตรของ ทาโร ยามาเน่ จากการคำนวณตามสูตรข้างต้นสามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลที่เหมาะสมเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.5.1 แบบสอบถามระดับความรู้สึกแอ็ดและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

- ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เครื่องมือในการวิจัยจะถูกตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญและการศึกษาแบบสอบถามระดับความรู้สึกแอ็ดและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยพิจารณาจากรายละเอียดต่าง ๆ

เพื่อสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำแบบสอบถามตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้เกิดความถูกต้อง และความเหมาะสม

ตารางที่ 1 สถิตินักท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดระหว่างปี 2558-2563

พ.ศ.	นักท่องเที่ยว (คน)		
	จังหวัด นครศรีธรรมราช	จังหวัด บุรีรัมย์	จังหวัด อุดรธานี
2558(P)	3,429,760	1,419,833	6,994,538
2559(P)	3,565,814	1,020,768	7,216,514
2560(P)	3,704,823	1,664,788	7,631,557
2561(P)	3,883,400	2,172,492	8,349,613
2562(P)	3,808,253	2,330,523	8,292,809
2563(P)	2,398,087	960,463	3,560,866
เฉลี่ย	3,465,023	1,594,811	7,007,650

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี พ.ศ. 2558

- ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยว จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรวิธีการหา Alpha Coefficient [5] เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{Si^2}{Sx^2} \right) \quad (2)$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k = จำนวนข้อสอบ

Si = ความแปรปรวนของคะแนนข้อสอบแต่ละข้อ

Sx = ค่าแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

พบว่า การทดสอบแบบสอบถามชุดที่ 1 มีค่าความเชื่อมั่น ความรู้สึกแออัดและระดับความพึงพอใจ เท่ากับ 0.9164 ซึ่งมากกว่า 0.70 ดังนั้น การทดสอบประสิทธิภาพเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ

2.5.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจังหวัดละ 400 ตัวอย่าง คือ

กลุ่มที่ 1 การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท (Rural Cultural Tourism) คือ สะพานคีรีวง หมู่บ้านคีรีวง จังหวัด นครศรีธรรมราช (08 เม.ย. 2564 – 17 เม.ย. 2564)

กลุ่มที่ 2 การท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย (Modern Cultural Tourism) คือ สนามช้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์ (22 ก.พ. 2564 – 1 มี.ค. 2564)

กลุ่มที่ 3 การท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourism) คือ วัดพระศรีสรรเพชญ์ จังหวัดอยุธยา (18 ธ.ค. 2564–26 ธ.ค. 2564)

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (MANOVA) ซึ่งเป็น การรวมตัวแปรตามให้เป็นตัวแปรตามตัวเดียวและมีการแปลง รูปรวมกันเป็นสมการเชิงเส้นตรงในรูปสมการ [6] ดังนี้

$$Y = a + w_1Cl + w_2Cu + w_3Sa + w_4Nu + w_5Be$$

เมื่อ Y คือ ค่าของตัวแปรตามที่สร้างขึ้นใหม่ของกลุ่ม ตัวอย่างแต่ละหน่วย

a คือ ค่าคงที่ของสมการจำแนก

w_1 คือ ค่าน้ำหนักของตัวแปรตามตัว Cl

w_2 คือ ค่าน้ำหนักของตัวแปรตามตัว Cu

w_3 คือ ค่าน้ำหนักของตัวแปรตามตัว Sa

w_4 คือ ค่าน้ำหนักของตัวแปรตามตัว Nu

w_5 คือ ค่าน้ำหนักของตัวแปรตามตัว Be

Cl คือ ระดับความรู้สึกแออัด

Cu คือ สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์

Sa คือ การบริหารจัดการพื้นที่

Nu คือ จำนวนนักท่องเที่ยวพบในชุมชน

Be คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ

การทดสอบของสถิติ MANOVA ของ Wilks' Lambda (λ) ที่อธิบายความแปรปรวนในแต่ละตัวแปร ดังสมการในรูปนี้ [13,16]

$$\Lambda = \prod_{i=1}^s \frac{1}{1 + \lambda_i}$$

เมื่อ Λ คือ ผลรวมของสัดส่วนของความแปรปรวนอธิบายบนฟังก์ชันการจำแนก

λ_i คือ ค่าไอเกนสำหรับตัวแปรจำแนกประเภทแต่ละตัว i
 s คือ จำนวนตัวแปร

การทดสอบของสถิติ MANOVA ของ Pillai's Trace (V) ที่ประเมินความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ดังสมการในรูปนี้ [13,16]

$$V = \sum_{i=1}^s \frac{\lambda_i}{1 + \lambda_i}$$

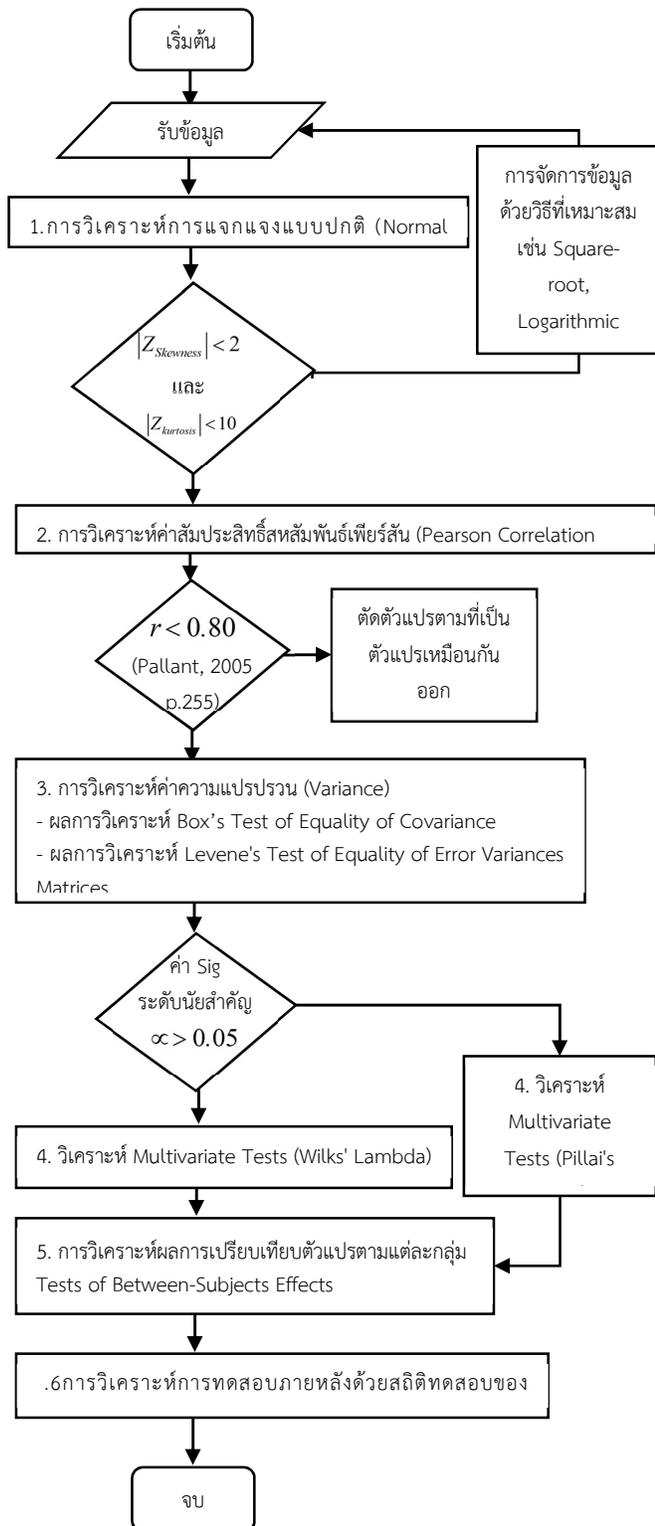
เมื่อ V คือ ผลรวมของสัดส่วนของความแปรปรวนอธิบายบนฟังก์ชันการจำแนก

λ_i คือ ค่าไอเกนสำหรับตัวแปรจำแนกประเภทแต่ละตัว i
 s คือ จำนวนตัวแปร

การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (MANOVA) เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป และในการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องมีการตรวจสอบข้อมูลให้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นก่อน [9] โดยขั้นตอนการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (MANOVA) จะเริ่มจากการนำข้อมูลเข้าโปรแกรม SPSS และทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของข้อมูลก่อน คือ การวิเคราะห์การแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) โดยเป็นการตรวจสอบข้อมูล ตัวแปรตามเกี่ยวกับการแจกแจงข้อมูลแบบปกติหรือไม่ ซึ่งจะดูจากค่า $Z_{skewness}$ คือการดูข้อมูลจะเบ้ไปทางซ้ายหรือทางขวา และค่า $Z_{kurtosis}$ คือการดูข้อมูลอ้วนหรือผอม ซึ่งจะต้องมีค่าอยู่ในเกณฑ์ค่า $|Z_{skewness}| < 2$ และ ค่า $|Z_{kurtosis}| < 10$ [6] ถ้าข้อมูลไม่อยู่ในเกณฑ์จะต้องมีการจัดการข้อมูลด้วยวิธีที่เหมาะสม เช่น Square-root, Logarithmic เป็นต้น [12] แต่ถ้าข้อมูลผ่านเกณฑ์แล้วจึงนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) โดย การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรตามแต่ละคู่จะต้องมีค่า $r < 0.80$ [14] แต่ถ้าข้อมูลมีค่า $r > 0.80$ จะต้องมีการตัดตัวแปรตามที่เหมาะสมบางตัวออก (Removing) เพื่อที่จะไม่ได้มีตัวแปรตามซ้ำซ้อน หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (Variance) โดยการดูผลการวิเคราะห์จาก Box's Test of Equality of Covariance ซึ่งเป็นการวิเคราะห์หาความแตกต่างของความแปรปรวนภาพรวมและการวิเคราะห์จาก Levene's Test of Equality of Error Variances Matrices ซึ่งเป็นการวิเคราะห์หาความแตกต่างของความแปรปรวนของแต่ละตัวแปรตาม โดยจะทำการอ่านผลจากค่า α ที่ค่าความเชื่อมั่น 95% และ ถ้า $\alpha > 0.05$ การอ่านผลการวิเคราะห์ Multivariate Tests จะใช้วิธี Wilks' Lambda แต่ถ้า $\alpha < 0.05$ การอ่านผลการวิเคราะห์ Multivariate Tests จะใช้วิธี Pillai's Trace และจะทำการวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบตัวแปรตามแต่ละตัวโดยใช้การวิเคราะห์ Tests of Between-Subjects Effects [6,9] ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบดูว่าตัวแปรตามแต่ละตัวมีผลเป็นอย่างไร แต่ไม่สามารถดูได้ว่ากลุ่มไหนมีค่ามากหรือน้อยกว่ากัน ดังนั้น จึงมีการทดสอบภายหลังด้วยสถิติอื่นๆ เช่น Scheffe, Student-Newman-Keuls หรือ Tukey-Kramer เป็นต้น โดยการทดสอบภายหลังด้วยสถิติแบบ Scheffe วิธีนี้สามารถใช้ในการเปรียบเทียบแต่ละคู่ได้ รวมทั้งสามารถควบคุมความผิดพลาดประเภท family-wise ได้ดี และสามารถควบคุมอัตราความคลาดเคลื่อนชนิดที่ 1 ของการทดสอบได้ทั้งชุดการทดลอง ซึ่งผลการวิเคราะห์ของ Scheffe มีความแม่นยำกว่าวิธี Tukey-Kramer ดังนั้นจึงเลือกการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe [2] ดังแสดงในรูปที่ 2

3. วิธีการดำเนินการ



รูปที่ 2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (MANOVA)

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ผลการวิเคราะห์การจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X) ด้วยการหาค่าเฉลี่ยปรากฏว่า ความรู้สึกแออัด

(Cl) กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ย 3.99, กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ย 4.51, กลุ่มที่ 3 อุดรธานี มีค่าเฉลี่ย 4.78 และสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ (Cu) กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ย 3.47, กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ย 3.94, กลุ่มที่ 3 อุดรธานี มีค่าเฉลี่ย 3.77 และการบริหารจัดการพื้นที่ (Sa) กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ย 3.01, กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ย 3.90, กลุ่มที่ 3 อุดรธานี มีค่าเฉลี่ย 3.06 และจำนวนนักท่องเที่ยวพบในชุมชน (Nu) กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ย 3.28, กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ย 3.96, กลุ่มที่ 3 อุดรธานี มีค่าเฉลี่ย 3.70 และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ (Be) กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ย 3.27, กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์ มีค่าเฉลี่ย 3.99, กลุ่มที่ 3 อุดรธานี มีค่าเฉลี่ย 4.20 เป็นต้น ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สถิติบรรยายตัวแปรตาม Cl, Cu, Sa, Nu และ Be ตามการจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ตัวแปรต้น)

จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X)	ค่าเฉลี่ย (u)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)
1. ความรู้สึกแออัด (Cl)		
กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช	3.99	1.40
กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์	4.51	1.99
กลุ่มที่ 3 อุดรธานี	4.78	2.05
รวม	4.43	0.36
2. สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ (Cu)		
กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช	3.47	0.67
กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์	3.94	0.65
กลุ่มที่ 3 อุดรธานี	3.77	0.57
รวม	3.73	0.05
3. การบริหารจัดการพื้นที่ (Sa)		
กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช	3.01	0.70
กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์	3.90	0.64
กลุ่มที่ 3 อุดรธานี	3.06	0.55
รวม	3.32	0.08
4. จำนวนนักท่องเที่ยวพบในชุมชน (Nu)		
กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช	3.28	0.72
กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์	3.96	0.76
กลุ่มที่ 3 อุดรธานี	3.70	0.67
รวม	3.65	0.05
5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ (Be)		
กลุ่มที่ 1 นครศรีธรรมราช	3.27	0.73
กลุ่มที่ 2 บุรีรัมย์	3.99	0.75
กลุ่มที่ 3 อุดรธานี	4.20	0.78
รวม	3.82	0.08

1) การวิเคราะห์การแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution)

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ของข้อมูลตัวแปรตาม Cl, Cu, Sa, Nu และ Be

ตัวแปรตาม	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Cl (ระดับความรู้สึกแอด)	.407	.071	-.516	.141
Cu (สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์)	.096	.071	-.482	.141
Sa (การบริหารจัดการพื้นที่)	.438	.071	-.470	.141
Nu (จำนวนนักท่องเที่ยวพบในชุมชน)	.032	.071	-.125	.141
Be (พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ)	-.112	.071	-.681	.141

การทดสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล Cl, Cu, Sa, Nu และ Be พบว่า ค่า $Z_{skewness} = 0.407, 0.096, 0.438, 0.032, -0.112$ ตามลำดับ และค่า $Z_{kurtosis} = -0.516, -0.482, -0.470, -0.125, -0.681$ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3 ซึ่งมีค่าตามเกณฑ์ $|Z_{skewness}| < 2$ และ $|Z_{kurtosis}| < 10$ [12] ดังนั้น ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวมีการแจกแจงแบบปกติ ซึ่งไม่โค้งหรือเบ้จนมากเกินไปและไม่อ้วนหรือผอมจนมากเกินไปเช่นกัน

2) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สมมุติฐานงานวิจัย

$H_0 : r_1 = r_2 = r_3$ (ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน)

$H_1 : r_1 \neq r_2 \neq r_3$ (ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์แตกต่างกัน)

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ของข้อมูลตัวแปรตาม Cl, Cu, Sa, Nu และ Be พบว่า ค่า r คือ -0.84, -0.096, 0.030, 0.108, 0.440, 0.454, 0.375, 0.636, 0.447 และ 0.701 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4 ซึ่งถ้ามีค่า $r < 0.8$ (Pallant, 2005

p.255) แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันน้อยถึงปานกลางทำให้เกิด Multicollinearity คือ คู่ตัวแปรตามคู่หนึ่งไม่ใช่ตัวแปรตัวเดียวกันหรือตัวแปรที่ซ้ำซ้อนกันนั่นเอง ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าภาพรวมส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันน้อย คือ ตัวแปรตามไม่มีตัวแปรตัวเดียวกันหรือตัวแปรที่ซ้ำซ้อนกัน

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ของข้อมูลตัวแปรตาม Cl, Cu, Sa, Nu และ Be

ตัวแปรตาม	Cu	Sa	Nu	Be
Cl (ระดับความรู้สึกแอด)	-.084**	-.096**	.030	.108**
Cu (สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์)		.440**	.454**	.375**
Sa (การบริหารจัดการพื้นที่)			.636**	.447**
Nu (จำนวนนักท่องเที่ยวพบในชุมชน)				.701**

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3) การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (Variance)

สมมุติฐานงานวิจัย

$H_0 : \sigma_1 = \sigma_2 = \sigma_3$ (ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความแปรปรวนที่ไม่แตกต่างกัน)

$H_1 : \sigma_1 \neq \sigma_2 \neq \sigma_3$ (ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความแปรปรวนที่แตกต่างกัน) -0.482, -0.470, -0.125, -0.681

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (Variance) ผลการวิเคราะห์ Box's Test of Equality of Covariance Matrices

Box's Test of Equality of Covariance Matrices ^a	
Box's M	390.448
F	12.938
df1	30
df2	4540147.834
Sig.	.000

a. Design: Intercept + group

ผลการตรวจสอบความเท่ากันของความแปรปรวน พบว่าค่า Box's M = 390.448, F = 12.938 และ Sig. = 0.000 ดังแสดงในตารางที่ 5 ซึ่งมีค่า $\alpha < 0.05$ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า

ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความแปรปรวนที่แตกต่างกัน

สมมุติฐานงานวิจัย

$H_0 : \sigma_1 = \sigma_2 = \sigma_3$ (ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้าน Cl, Cu, Sa, Nu และ Be แต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความแปรปรวนที่ไม่แตกต่างกัน)

$H_1 : \sigma_1 \neq \sigma_2 \neq \sigma_3$ (ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้าน Cl, Cu, Sa, Nu และ Be แต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความแปรปรวนที่แตกต่างกัน)

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน Levene's Test of Equality of Error Variances

Levene's Test of Equality of Error Variances ^a				
	F	df1	df2	Sig.
Cl	55.671	2	1197	.000
Cu	8.781	2	1197	.000
Sa	5.532	2	1197	.004
Nu	.342	2	1197	.710
Be	5.415	2	1197	.005

a. Design: Intercept + group

ผลการตรวจสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนพบว่า ด้าน Cl มีค่า $F = 55.671$, $Sig. = 0.000$ และด้าน Cu มีค่า $F = 8.781$, $Sig. = 0.000$ และด้าน Sa มีค่า $F = 5.532$, $Sig. = 0.004$ และด้าน Be มีค่า $F = 5.415$, $Sig. = 0.005$ ดังแสดงในตารางที่ 6 ซึ่งมีค่า $\alpha < 0.05$ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้าน Cl, Cu, Sa และ Be มีความแปรปรวนที่แตกต่างกัน และด้าน Nu มีค่า $F = 0.342$, $Sig. = 0.710$ ดังแสดงในตารางที่ 6 ซึ่งมีค่า $\alpha < 0.05$ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้าน Nu มีความแปรปรวนที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ส่วนใหญ่มีความแปรปรวนแตกต่างกันจึงใช้การวิเคราะห์ทางสถิติของ Pillai's Trace ที่มีความแกร่ง (Robustness) มากกว่า Wilks's Lambda ในการสรุปผลต่อไป

4) วิเคราะห์ Multivariate Tests

สมมุติฐานงานวิจัย

$H_0 : u_1 = u_2 = u_3$ (การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน)

$H_1 : u_1 \neq u_2 \neq u_3$ (การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน)

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบการวิเคราะห์ Multivariate Tests

Multivariate Tests ^a						
Effect	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.	
group	Pillai's Trace	.583	98.175	10.000	2388.000	.000
	Wilks' Lambda	.501	98.658 ^b	10.000	2386.000	.000
	Hotelling's Trace	.832	99.141	10.000	2384.000	.000
	Roy's Largest Root	.498	118.872 ^c	5.000	1194.000	.000

a. Design: Intercept + group
 b. Exact statistic
 c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.
 d. Computed using alpha = .05

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้น จึงใช้การวิเคราะห์ทางสถิติของ Pillai's Trace ที่มีความแกร่ง (Robustness) มากกว่า Wilks's Lambda และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า $F_{\text{Pillai's Trace}} = 98.175$, $Sig. = .000$ มีค่า $\alpha < 0.05$ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันดังแสดงในตารางที่ 7

5) การวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบตัวแปรตามแต่ละกลุ่ม Tests of Between-Subjects Effects

สมมุติฐานงานวิจัย

$H_0 : u_1 = u_2 = u_3$ (การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวด้าน Cl, Cu, Sa, Nu และ Be แต่ละรูปแบบส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน)

$H_1 : u_1 \neq u_2 \neq u_3$ (การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ด้าน Cl, Cu, Sa, Nu และ Be แต่ละรูปแบบส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน)

ตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบการวิเคราะห์ Tests of Between-Subjects Effects

Tests of Between-Subjects Effects						
Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
group	Cl	131.840	2	65.920	19.447	.000
	Cu	45.911	2	22.955	58.067	.000
	Sa	200.671	2	100.336	251.324	.000
	Nu	92.527	2	46.263	89.785	.000
	Be	192.527	2	96.263	169.484	.000

f. Computed using alpha = .05

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้าน Cl, Cu, Sa, Nu และ Be ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า $F_{Cl} = 19.447, Sig. = .000, F_{Cu} = 58.067, Sig. = .000, F_{Sa} = 251.324, Sig. = .000, F_{Nu} = 89.785, Sig. = .000$ และ $F_{Be} = 169.484, Sig. = .000$ มีค่า $\alpha < 0.05$ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบส่งผลต่อความพึงพอใจในทุก ๆ ด้านของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 8

6) การวิเคราะห์การทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe

ตารางที่ 9 สรุปผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ของตัวแปรด้านความรู้สึกแออัด (Cl)

Y_{Cl}	X_1 (นครศรีธรรมราช)	X_2 (บุรีรัมย์)	X_3 (อยุธยา)
X_1 (นครศรีธรรมราช)	-	$Y_{Clx_1,x_2} = -0.52$ $P - value = 0.000*$	$Y_{Clx_1,x_3} = -0.80$ $P - value = 0.000*$
X_2 (บุรีรัมย์)	-	-	$Y_{Clx_2,x_3} = -0.28$ $P - value = 0.099*$
X_3 (อยุธยา)	-	-	-

หมายเหตุ : * P-value < 0.05

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านระดับความรู้สึกแออัด (Cl) โดยผลการทดสอบภายหลัง ด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ดังแสดงในตารางที่ 9 ปรากฏว่า $Y_{Clx_1,x_2} = -0.52, P - value = 0.000$ และ $Y_{Clx_1,x_3} = -0.80, P - value = 0.000$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ และมีค่า $\alpha < 0.05$ จึงสรุปว่ากลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกแออัดน้อยกว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ $Y_{Clx_2,x_3} = -0.28, P - value = 0.099$ ซึ่งมีค่าเป็นลบและมีค่า $\alpha > 0.05$ จึงสรุปได้ว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 จะมีนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกแออัดไม่แตกต่างกันหรือเท่ากัน

ตารางที่ 10 สรุปผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ของตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ (Cu)

Y_{Cu}	X_1 (นครศรีธรรมราช)	X_2 (บุรีรัมย์)	X_3 (อยุธยา)
X_1 (นครศรีธรรมราช)	-	$Y_{Cux_1,x_2} = -0.47$ $P - value = 0.000*$	$Y_{Cux_1,x_3} = -0.31$ $P - value = 0.000*$
X_2 (บุรีรัมย์)	-	-	$Y_{Cux_2,x_3} = 0.17$ $P - value = 0.001*$
X_3 (อยุธยา)	-	-	-

หมายเหตุ : * P-value < 0.05

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ (Cu) โดยผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ดังแสดงในตารางที่ 10 ปรากฏว่า $Y_{Cux_1,x_2} = -0.47, P - value = 0.000$ และ $Y_{Cux_1,x_3} = -0.31, P - value = 0.000$ ซึ่งมีค่าเป็นลบและมีค่า $\alpha < 0.05$ จึงสรุปว่ากลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ น้อยกว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ $Y_{Cux_2,x_3} = 0.17, P - value = 0.001$ ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีค่า $\alpha < 0.05$ จึง

สรุปได้ว่ากลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์สูงกว่ากลุ่มที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 11 สรุปผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ของตัวแปรด้านการบริหารจัดการพื้นที่ (Sa)

Y_{Sa}	X_1 (นครศรีธรรมราช)	X_2 (บุรีรัมย์)	X_3 (อยุธยา)
X_1 (นครศรีธรรมราช)	-	$Y_{Sa_{X_1,X_2}} = -0.88$, $P - value = 0.000 *$	$Y_{Sa_{X_1,X_3}} = -0.04$, $P - value = 0.656$
X_2 (บุรีรัมย์)	-	-	$Y_{Sa_{X_2,X_3}} = 0.85$, $P - value = 0.000 *$
X_3 (อยุธยา)	-	-	-

หมายเหตุ : * P-value < 0.05

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการบริหารจัดการพื้นที่ (Sa) โดยผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ดังแสดงในตารางที่ 11 ปรากฏว่า $Y_{Sa_{X_1,X_2}} = -0.88$, $P - value = 0.000$ ซึ่งมีค่าเป็นลบและมีค่า $\alpha < 0.05$ จึงสรุปว่ากลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการบริหารจัดการพื้นที่น้อยกว่ากลุ่มที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ $Y_{Sa_{X_1,X_3}} = -0.04$, $P - value = 0.656$ ซึ่งมีค่าเป็นลบและมีค่า $\alpha > 0.05$ จึงสรุปว่ากลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการบริหารจัดการพื้นที่ไม่แตกต่างกันหรือเท่ากับกับกลุ่มที่ 3 และ $Y_{Sa_{X_2,X_3}} = 0.85$, $P - value = 0.000$ ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีค่า $\alpha < 0.05$ จึงสรุปได้ว่ากลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการบริหารจัดการพื้นที่มากกว่ากลุ่มที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวพบในชุมชน (Nu) โดยผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ดังแสดงในตารางที่ 12 ปรากฏว่า $Y_{Nu_{X_1,X_2}} = -0.68$, $P - value = 0.000$ และ $Y_{Nu_{X_1,X_3}} = -0.41$, $P - value = 0.000$ ซึ่งมีค่าเป็นลบและมีค่า $\alpha < 0.05$ จึงสรุปว่ากลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

ในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวพบในชุมชนน้อยกว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ $Y_{Nu_{X_2,X_3}} = -0.27$, $P - value = 0.000$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ และมีค่า $\alpha < 0.05$ จึงสรุปได้ว่ากลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวพบในชุมชนน้อยกว่ากลุ่มที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 12 สรุปผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ของตัวแปรด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่พบในชุมชน (Nu)

Y_{Nu}	X_1 (นครศรีธรรมราช)	X_2 (บุรีรัมย์)	X_3 (อยุธยา)
X_1 (นครศรีธรรมราช)	-	$Y_{Nu_{X_1,X_2}} = -0.68$ $P - value = 0.000 *$	$Y_{Nu_{X_1,X_3}} = -0.41$ $P - value = 0.000 *$
X_2 (บุรีรัมย์)	-	-	$Y_{Nu_{X_2,X_3}} = -0.27$ $P - value = 0.000 *$
X_3 (อยุธยา)	-	-	-

หมายเหตุ : * P-value < 0.05

ตารางที่ 13 สรุปผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ของตัวแปรด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ (Be)

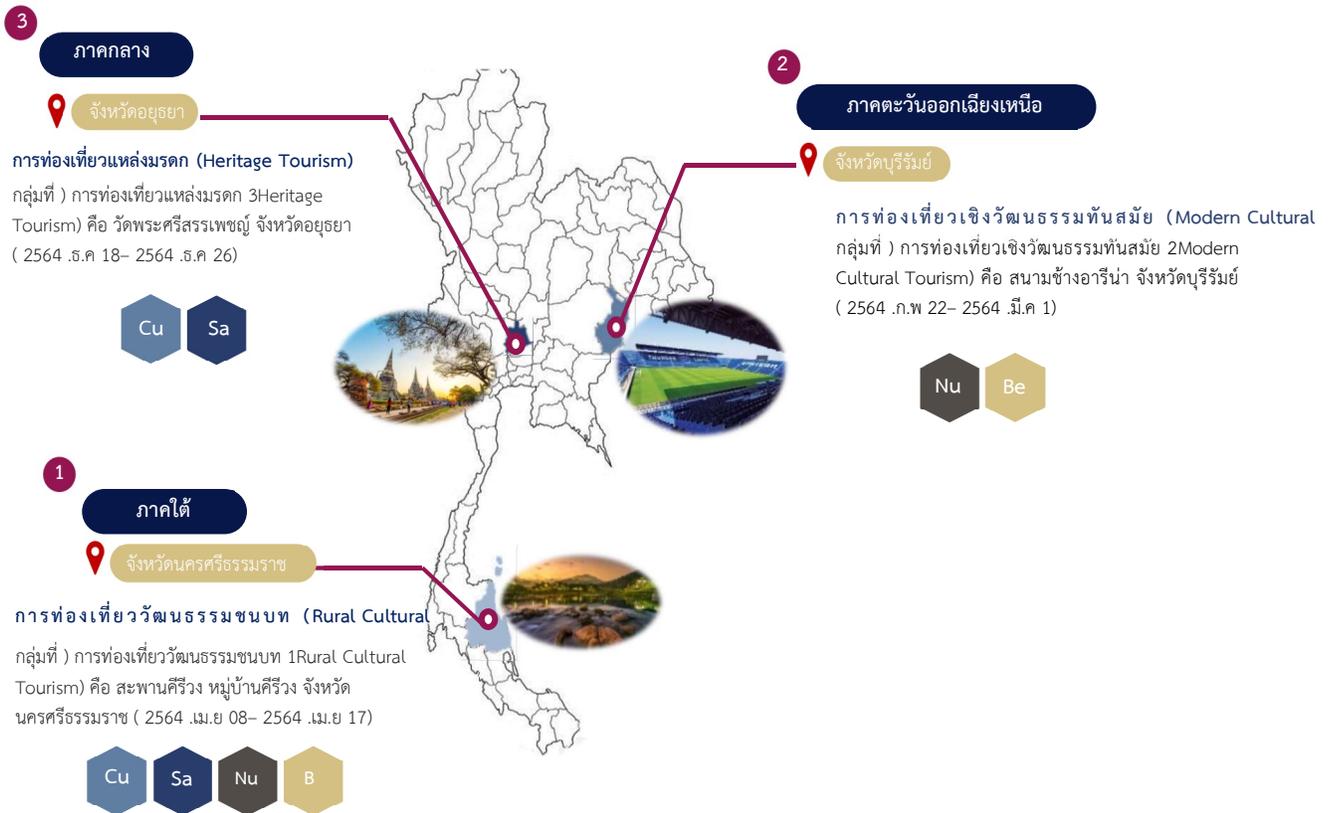
Y_{Be}	X_1 (นครศรีธรรมราช)	X_2 (บุรีรัมย์)	X_3 (อยุธยา)
X_1 (นครศรีธรรมราช)	-	$Y_{Be_{X_1,X_2}} = -0.73$, $P - value = 0.000 *$	$Y_{Be_{X_1,X_3}} = -0.94$, $P - value = 0.000 *$
X_2 (บุรีรัมย์)	-	-	$Y_{Be_{X_2,X_3}} = -0.21$, $P - value = 0.000 *$
X_3 (อยุธยา)	-	-	-

หมายเหตุ : * P-value < 0.05

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ (Be) โดยผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติทดสอบของ Scheffe ดังแสดงในตารางที่ 13 ปรากฏว่า $Y_{Cl_{X_1,X_2}} = -0.73$, $P - value = 0.000$ และ $Y_{Cl_{X_1,X_3}} = -0.94$, $P - value = 0.000$ ซึ่งมีค่าเป็นลบและมีค่า

$\alpha < 0.05$ จึงสรุปว่ากลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ น้อยกว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ $Y_{Cl_{X_2, X_3}} = -0.21, P\text{-value} = 0.000$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ และมีค่า

$\alpha < 0.05$ จึงสรุปได้ว่ากลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ น้อยกว่ากลุ่มที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



รูปที่ 4 แผนภาพสรุปผลการศึกษายัจัยที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดของทั้ง 3 จังหวัด โดยใช้สถิติทดสอบของ Scheffe

4. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยกำหนดตัวแปรต้น คือ รูปแบบการท่องเที่ยว และตัวแปรตาม คือ ระดับความรู้สึกแออัด (Cl), สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะ ทางภูมิทัศน์ (Cu), การบริหารจัดการพื้นที่ (Sa), จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบในชุมชน (Nu) และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ (Be) และจากการศึกษาตัวแปรตามทั้ง 5 ด้านโดยมีการเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้ง 3 รูปแบบ คือ กลุ่มที่ 1 การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท (Rural Cultural Tourism) กลุ่มที่ 2 การท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย (Modern Cultural Tourism) และ กลุ่มที่ 3 การท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourism) พบว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทั้ง 5 ด้าน ดังนั้น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละรูปแบบจึงต้องมีการวางแผนและการสร้างกลยุทธ์ใน การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงตามเป้าหมายของกลุ่มนักท่องเที่ยว และจากผลการทดสอบภายหลังด้วยสถิติของ Scheffe ดังแสดงในรูปที่ 4 แผนภาพสรุปผลการศึกษายัจัยที่มีความพึงพอใจ น้อยที่สุดของทั้ง 3 จังหวัด ซึ่งได้สรุปข้อมูลมาจาก ผลการทดสอบการใช้สถิติทดสอบของ Scheffe ในตารางที่ 9, 10, 11, 12 และ 13 พบว่า กลุ่มที่ 1 การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท (Rural Cultural Tourism) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในการบริหารจัดการ

แหล่งท่องเที่ยวในด้านสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์, การบริหารจัดการพื้นที่, จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบในชุมชน, และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ 2 และ 3 เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนบทเป็นการร่วมมือของคนในชุมชนกันเองในการสร้างแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ขาดความเข้าใจในการบริหารจัดการพื้นที่ หรือการสร้างความสำเร็จระหว่างคนในแต่ละกลุ่มชุมชน ทำให้ส่งผลกระทบต่อปัญหาในการแข่งขันทางธุรกิจภายในชุมชน เช่น การแย่งลูกค้า การสร้างรูปแบบธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกัน การสร้างที่พัก โฮมสเตย์ที่มีจำนวนมากจนเกินไปส่งผลทำให้มีจำนวน ห้องพักรวม ผู้ประกอบการขาดรายได้ ธุรกิจล้มตัวลง รวมทั้งปัญหาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ที่มีการทิ้งขยะไม่ถูกที่ทำให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น จึงควรมีการสร้างมาตรการในการจัดเก็บขยะ เช่น การเก็บขยะไปทิ้งใน ที่พักของตนเอง การทิ้งขยะตามประเภท เป็นต้น และกลุ่มที่ 2 การท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย (Modern Cultural Tourism) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยรองลงมาในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ที่พบในชุมชนและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ 3 เนื่องจากเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทันสมัย ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือ ขยะมูลฝอยที่มีจำนวนมากในช่วงเทศกาล หรือช่วง High Season รวมทั้งยังส่งผลกระทบต่อระดับความรู้สึกแออัดสูงเนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากจึงควรมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม และกลุ่มที่ 3 การท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourism) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยรองลงมาในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในด้านสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ และการบริหารจัดการพื้นที่เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ 2 เนื่องจากในพื้นที่มีปัญหานักท่องเที่ยวมีการขีดเขียนโบราณสถาน ทำให้ส่งผลกระทบต่อ ความทรุดโทรมโบราณสถาน ควรมีการบริหารจัดการพื้นที่ให้มีความเหมาะสม คือ การให้บริการข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับชุมชน วัฒนธรรม และการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งยังส่งผลกระทบต่อระดับความรู้สึกแออัดสูงจึงควรมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมเนื่องจากทั้งกลุ่มที่ 2 สยามช้าง จังหวัดบุรีรัมย์ และกลุ่มที่ 3 วัดพระศรีสรรเพชญ์ จังหวัด

อยุธยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแบบปิดมีพื้นที่จำกัดที่ชัดเจน และนอกจากผลการศึกษาดูแลตามทั้ง 5 ด้านที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมแล้ว ยังพบอีกสาเหตุที่ทำให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันมากอย่างเห็นได้ชัดเจนนั่น คือ การที่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับภาคการท่องเที่ยวโดยตรงในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งในกลุ่มที่ 1 การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท (Rural Cultural Tourism) นั้นเป็นการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย คนในชุมชนกันเอง ซึ่งไม่มีหน่วยงานภาครัฐโดยตรงในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่จะมีหน่วยงานท้องถิ่นที่เข้ามาช่วยดูแลในเรื่องของการบริหารขยะมูลฝอย โดยจะแตกต่างจากกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ที่ในพื้นที่มีหน่วยงานดูแลเกี่ยวกับภาคการท่องเที่ยวโดยตรงในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งส่งผลทำให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้ดีโดยมีองค์ประกอบในการบริหารจัดการด้านระดับความรู้สึกแออัด (Cl), ด้านสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและลักษณะทางภูมิทัศน์ (Cu), ด้านการบริหารจัดการพื้นที่ (Sa), ด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่พบในชุมชน (Nu) และด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ (Be) ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และในปัจจุบันการเกิดโรคระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงต้องมีการสร้างมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการตั้งจุดวัดอุณหภูมิ แจกหน้ากากอนามัย จุดคัดกรองข้อมูลพื้นฐาน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุน จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย (รายจังหวัด). เข้าถึงได้จาก : https://www.mots.go.th/more_new_s_new.php?cid=411 [เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2563].
- [2] จารุวรรณ วิโรจน์. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการเปรียบเทียบพหุคูณในงานวิจัยทางสาธารณสุข กรณีตัวอย่างการป้องกันโรคไข้เลือดออก. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 2015;34(3): 304-311.
- [3] ชุมพล รอดแจ่ม. แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง. ใน: วิทยาลัยราชพฤกษ์ (บรรณาธิการ) *เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม*. วิทยาลัยราชพฤกษ์: นนทบุรี; 2555. หน้า 70-93.
- [4] ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์, พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์และวันชัย อรุณประภรณ์. ใน: บรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ (บรรณาธิการ) *คู่มือการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่หมู่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: กรุงเทพฯ; 2562. หน้า 19-87.
- [5] เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. ปรัชญาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง. ใน: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี (บรรณาธิการ) *การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี: นครราชสีมา; 2556. หน้า 10-49.
- [6] ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. การวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (MANOVA). ใน: ประสานการพิมพ์ (บรรณาธิการ) *การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย*. ประสานการพิมพ์: กาฬสินธุ์; 2551. หน้า 1-14.
- [7] บันลือศักดิ์ วงษ์ภักดี. ขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการของอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง. *วารสารสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ*. 2009; 7(1): 94-109.
- [8] พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ และคณะ. แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง. ใน: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา (บรรณาธิการ) *โครงการย่อยที่ 1: การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านกายภาพจิตวิทยา สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่หมู่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา: สงขลา; 2562. หน้า 5-34.
- [9] ไพฑูรย์ สุขศรีงาม. หลักการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายตัวแปร Multivariate Analysis of Variance: MANOVA. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*. 2557; 1(1): 7-13.
- [10] วราภรณ์ ดวงแสง. ขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์. *วารสารมนุษยศาสตร์สาร*. 2562; 20(3): 200-234.
- [11] Viroj J. One - way ANOVA and multiple comparison in public health research: a Case study of hemorrhagic fever protection. *Journal of Science and Technology Mahasarakham University*. 2014; 34(3): 304
- [12] Kirk RE. Transformation. In: Monterey (eds.) *Experimental Design: Procedures for the Behavioral Sciences, 2nd. ed.* Monterey, Calif.: Brooks/Cole; 1982. 79-84.
- [13] Olson CL. Comparative robustness of six tests in multivariate analysis of variance. *Journal of the American Statistical Association*. 1974; 69: 894-908.
- [14] Pallant, JF. Correlation. In: *Crows Nest (eds.) SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using SPSS. 2nd ed.* Crows Nest, N.S.W.: Alen & Unwin. 2005. 255.
- [15] Kline RB. Regression fundamentals. In: The Guilford Press (eds.) *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: London. 2011. 25-63.
- [16] Stevens JR. K-Group MANOVA. In: Routledge Tayler Francis Company. The Guilford Press (eds.) *Applied Multivariate Statistics for Social Sciences*. New York: Routledge Tayler Francis Company. 2009. 177-211.
- [17] Yamane T. Sampling distribution. In: Harper & Row (eds.) *Statistics: an introductory statistic (Second Edition)*. New York: Harper & Row. 1973. 168-188.