



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์
: ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2543

ISBN 974-663-957-9

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

Copyright by Mahidol University

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์
: ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

Dr. Winita

นางสาวธนาภรณ์ เมทณีสฤดี
ผู้วิจัย

Dr. N. N. N.

นายจิระศักดิ์ พูนผล M.S. in E.E.
ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

Dr. S. S. S.

อาจารย์สัญญาชัย สุตพันธ์วิหาร วท.ม.
กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

Dr. P. P. P.

อาจารย์ปิยะกาญจน์ เทียรทรัพย์ วท.ม.
กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

Dr. S. S. S.

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ล้อมมวงค์ Ph.D.
คณบดี
บัณฑิตวิทยาลัย

Dr. S. S. S.

รองศาสตราจารย์รุ่งจรัส หุดะเจริญ วท.ม.
ประธานคณะกรรมการประจำหลักสูตร
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชา เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร
คนสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์
: ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร
วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2543

.....
นางสาวชนาภรณ์ เมทนีสุดดี

ผู้วิจัย

.....
นายจิระศักดิ์ พูนผล M.S. in E.E.

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
อาจารย์สัญญาชัย สุนทิพันธุ์วิหาร วท.ม.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
นางอมรา อภิชาติไชริน รบ.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
ศาสตราจารย์เลียงชัย ถิ่นล้อมวงศ์ Ph.D.

คณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
อาจารย์ปิยะกาญจน์ เทียรทิพย์ วท.ม.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์อนุชาติ พวงสำลี Ph.D.

คณบดี

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือและสนับสนุนจากบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอขอบคุณเป็นอย่างสูงสำหรับ อาจารย์จิระศักดิ์ พูนผล รองปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในเบื้องต้น ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ให้คำปรึกษาแนะนำ ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำงานได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณอาจารย์สัญญาชัย สุติพันธุ์วิหาร และอาจารย์ปิยะกาญจน์ เทียธิทรัพย์ อาจารย์คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำดูแลช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์ และขอขอบคุณ คุณอมรา อภิชาติโยธิน ที่ปรึกษาระดับ 10 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแก่ผู้วิจัย

ขอกราบพนมัสการด้วยความเคารพพระธรรมเสนาบดี เจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนฯ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ให้ดำเนินการถ่ายทำวิดีโอ และอนุญาตให้ใช้ศาลาทิพย์โศภน เป็นสถานที่เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย รวมทั้งพระธรรมราชานุวัตร (หลวงเต๋ย) พระครูสุนทรโมลีต พระมหาสุรพล ชิตญาโณ และพระมหาพิทักษ์ มหิทธิโก ที่ได้กรุณาตรวจและแก้ไขบทวิดีโอให้คำปรึกษาแนะนำ และอำนวยความสะดวก รวมทั้งได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ด้วยดี

ขอขอบคุณอาจารย์ปรีชา ต่อบุญยศสุภชัย ผู้อำนวยการโรงเรียนมหรณพาราม ที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยในการนำเครื่องมือและอุปกรณ์ ในงานโสตทัศนศึกษาออกนอกสถานศึกษา ขอขอบคุณอาจารย์กฤษณา ประชากุล ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยเหลือ ทางด้านการผลิตสื่อวิดีโอด้วยดีมาโดยตลอด ขอขอบคุณ คุณปฐวิภาณ ภวปัญญากุล และนักเรียนทุกคนในงานโสตทัศนศึกษา โรงเรียนมหรณพาราม ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณบริษัทชัยพงษ์ โปรดักชั่น จำกัด ที่กรุณาเก็บภาพในวัดพระเชตุพนฯ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลได้

ขอขอบคุณ อาจารย์สุภา สุขสงวน ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ และกรุณาตรวจสอบและเสนอข้อคิดเห็นในเนื้อหาวิชา

งานวิจัยครั้งนี้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากครอบครัว เพื่อนนักศึกษา และผู้ร่วมงานที่ให้กำลังใจด้วยดีมาโดยตลอด คุณความดีและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่คุณพ่อ คุณแม่ และคุณครูทุกท่านผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาแก่ผู้วิจัย

ธนาภรณ์ เมทณีสกุลติ

3937673 ENAT/M : สาขาวิชา : เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร ;

วท.ม. (เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร)

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ / ความพึงพอใจ / การรับบริการสื่อวีดิทัศน์ /

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

ชนาภรณ์ เมทธิสตุติ : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการ
สื่อวีดิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

(TOURIST 'S SATISFACTION TOWARD VIDEO PRESENTATION : A CASE STUDY OF WAT
PHRA CHETUPHON VIMOLMANGKLARARM RAJWARAMAHAVIHARN.)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : จิระศักดิ์ พูนผล, M.S. in E.E. , สันชัย สุนทรวิจิตร, วท.ม.,

ปิยะกาญจน์ เทียรทิพย์, วท.ม. , 143 หน้า ISBN 974-663-957-9

การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ
ศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ อันเป็น
ประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้ และเกิดความต้องการเก็บประวัติการท่องเที่ยวของตนเอง และศึกษา
ปัจจัยส่วนบุคคลและรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจในการรับบริการสื่อวีดิทัศน์
กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 240 ราย โดยใช้สื่อวีดิทัศน์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ประมวลผลโดยใช้
โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS/PC) สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การแจกแจง
ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test และการทดสอบความแตกต่าง
รายกลุ่มของคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ โดยใช้วิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant
Difference)

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ มีความพึงพอใจ
ต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่าง
ประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ สัญชาติ
อาชีพ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการ
รับบริการสื่อวีดิทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ระดับการศึกษา ส่วนปัจจัย
ที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง
ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว สำหรับการศึกษา
จุดคุ้มทุนของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัด
พระเชตุพนฯ พบว่า ปริมาณของยอดขายที่ก่อให้เกิดจุดคุ้มทุน เท่ากับ 8 ม้วนต่อวัน

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ควรมีการจัดตั้งคณะทำงานรับบริการสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งประกอบด้วย
ผู้แทนวัดพระเชตุพนฯ ผู้แทนชุมชน ผู้แทนโรงเรียนมหรณพาราม และผู้แทนบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้ นัก
ท่องเที่ยวเก็บไว้เป็นที่ระลึกหรือเป็นประวัติศาสตร์ และช่วยในการเผยแพร่ศาสนสถานของประเทศไทย
รวมทั้งการศึกษาค้นคว้า โดยสิ่งที่ผลิตจะต้องเน้นเรื่องคุณภาพให้เป็นที่พอใจตามวัตถุประสงค์ต่อไป

3937673 ENAT/M : MAJOR : APPROPRIATE TECHNOLOGY FOR RESOURCES DEVELOPMENT

KEY WORDS : TOURIST / SATISFACTION / VIDEO PRESENTATION /

WAT PHRA CHETUPHON VIMOLMANGKLARARM RAJWARAMAHAVIHARN

TANAPORN METANEESADUDEE : TOURIST'S SATISFACTION TOWARD VIDEO PRESENTATION : A CASE STUDY OF WAT PHRA CHETUPHON VIMOLMANGKLARARM

RAJWARAMAHAVIHARN : THESIS ADVISORS ; CHIRASAKDI POONPOL, M.S. in E.E.,

SANCHAI SUTIPANWIHAN, M.Sc., PIYAKARN TEARTHISAP, M.Sc., 143 pages, ISBN 974-663-957-9

This research is aimed at studying the efficacy of a tourist information video presentation based on Wat Pho, Wat Phra Chetuphon Vimolmangklararm Rajwaramahaviharn. Tourist satisfaction from a video presentation, produced by the researcher. Furthermore, this research attempts classifying the personal factors, such as, style, and type of travelling affecting the satisfaction level of visitors. The study was conducted by a questionnaire and video media presented to hundred and forty tourists selected as the study sample group. SPSS/PC application was used for processing the information gathered. Statistical methods applied in this study were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, t-test values, and F-test values. In addition, Least significant difference is applied for testing the average group difference between tourist satisfaction .

The result of this research indicates that tourists, visiting and being presented information video presentations, have been satisfied with presentation at high level. The factors, which have 0.05 in the significant difference value of level of satisfaction, are Nationality, Career, and Salary. The significant difference value of satisfaction level equal at 0.01 is classified as level of education. On the other hand, gender, age, travel objective, type of tourist, experience, and number of frequency of visits in have shown no significant role or any on effect on the level of satisfaction. The costs factors of production for introducing Wat Pho including personal video recordings, services in charge of sales, show that sale volume of the media of 8 tapes per day is the break even point between cost of the videos and the revenue from them.

In summary, according to the result of research, a working committee should be organized and responsible for producing, servicing and supporting a video media presentation for tourists. And this committee should also be composed of representatives of Wat Pho, local society, Mahannapharam school, and travel agencies. In addition, the video presentation can promote the sales of souvenirs and other related artifacts while promoting the upkeep of historical religious places. Also to achieve this goal, the quality of video media production should meet with the satisfaction of research objectives as well.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
 บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 สมมติฐานของงานวิจัย	7
1.6 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	8
1.7 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	9
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
 บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ความพึงพอใจ	13
2.2 การท่องเที่ยว	19
2.3 สื่อวิทัศน์	28
2.4 วัด	34
2.5 ศิลปะ และวัฒนธรรมไทย	38
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

3.1 ประชากรเป้าหมาย	53
3.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	54
3.3 การสุ่มตัวอย่าง	55
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	56
3.5 การทดสอบเครื่องมือ	57
3.6 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	59
3.7 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	64

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	67
4.2 รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว	71
4.3 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์	74
4.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการ สื่อวิถีทัศน์ โดยใช้ค่า t-test และค่า F-test และใช้วิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) เพื่อทดสอบความแตกต่างรายกลุ่ม	78
4.5 ความเป็นไปได้ด้านการลงทุน	87

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์	91
5.2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์	92
5.3 ข้อเสนอแนะ	94

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก ก : บทเพื่อการถ่ายทำวิดีโอ	106
ภาคผนวก ข : แบบสอบถาม	124
ภาคผนวก ค : การหาค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม.....	128
ภาคผนวก ง : ภาพถ่ายภาคสนาม	135
ภาคผนวก จ : หนังสือราชการ	136
ประวัติผู้วิจัย	143



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เสียค่าธรรมเนียมผ่านประตูวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร	54
ตารางที่ 2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	65
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	67
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	68
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติ	68
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	69
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	70
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	71
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง	72
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว	72
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยว	73
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	73
ตารางที่ 13 ตารางแสดงความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการสื่อวิถีทัศน์	75
ตารางที่ 14 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจของ กลุ่มตัวอย่างต่อการบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ t-test	78
ตารางที่ 15 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของ กลุ่มตัวอย่างต่อการบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ F-test	79
ตารางที่ 16 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างสัญชาติกับความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ F-test	80
ตารางที่ 17 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความ พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ F-test	81
ตารางที่ 18 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ F-test	82
ตารางที่ 19 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความ พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ F-test	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเดินทาง กับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์โดยใช้ F-test	84
ตารางที่ 21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทนักท่องเที่ยวกับ ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์โดยใช้ F-test	85
ตารางที่ 22 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์โดยใช้ t-test	86
ตารางที่ 23 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์โดยใช้ F-test	86
ตารางที่ 24 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (t) ของแบบสอบถาม	130

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงขั้นตอนดำเนินการวิจัย	60



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสภาวะการณ์ทั่วโลกกำลังประสบกับปัญหานานัปการ เช่น ปัญหาประชากรของโลกที่เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร วัตถุดิบ และพลังงานต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบไปทั่ว แม้ประเทศไทยเองก็กำลังประสบปัญหาเหล่านี้ด้วยเช่นกัน ทั้งปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินรวมทั้งผลิตผลทางการเกษตรมีปัญหาคิดจำกัดด้านฤดูกาล พื้นที่เพาะปลูก และปัญหาการตลาดในการส่งออก เป็นต้น แต่การท่องเที่ยวกลับมีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้น เพราะนอกจากจะสามารถนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมากแล้ว ยังมีส่วนช่วยในการสร้างงานและช่วยกระจายความเจริญออกไปสู่ภูมิภาคได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนที่ให้ความสดชื่นแก่ชีวิต บรรเทาความเครียด ป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ เสริมสร้างสุขภาพพลานามัย ให้ความรู้ทุก ๆ ด้านที่นักท่องเที่ยวพึงปรารถนา ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การเมือง การปกครอง ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งในชีวิตตนเอง ครอบครัว และสังคม นับว่าการท่องเที่ยวเป็นทัศนศึกษาที่สำคัญยิ่ง

ประเทศไทยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น มีทั้งโบราณสถาน ปูนียสถาน และแหล่งประวัติศาสตร์ ทั้งศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ตลอดทั้งส่วนที่ออกกำลังกายกลางแจ้ง ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ไม่สูญสิ้นไปเหมือนวัตถุดิบในการผลิตสินค้าประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานเริงรมย์ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาในหลาย ๆ ประการ โดยเฉพาะปัญหาสิ่งแวดล้อมนำโรคภัยไข้เจ็บ และเกิดการทะเลาะวิวาทกันง่าย รวมทั้งความเสื่อมถอยทางสังคมและวัฒนธรรมด้วย

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) มีสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการพัฒนาวัฒนธรรม และคณะรัฐมนตรีได้ลงมติ เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2539 เห็นชอบให้กำหนดแผนวัฒนธรรมแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาฉบับดังกล่าว เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาประเทศ โดยยึดมติทางวัฒนธรรมเป็นกรอบความคิดแม่บทที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างสมดุล ยั่งยืน และมีประสิทธิภาพมากขึ้น วัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้และ

ประสบการณ์ เป็นสื่อในการสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีต่อกันนำมาซึ่งการยอมรับนับถือซึ่งกันและกันระหว่างสังคมต่างเชื้อชาติต่างวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมอันเกิดจากภูมิปัญญา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเผยแพร่คุณค่าของวัฒนธรรมไทยออกไปให้กว้างขวางและแพร่หลายทั้งในสังคมไทยและสังคมโลก

สังคมไทยมีพื้นฐานทางศิลปะและวัฒนธรรมที่มั่นคงในขณะเดียวกันก็มีลักษณะเปิดกว้าง ยอมรับวัฒนธรรมจากภายนอก และสามารถนำมาปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสังคมไทยได้อย่างกลมกลืน มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์พิเศษของสังคมไทย ประกอบกับหลักธรรมของพระพุทธศาสนามีความเหมาะสม เพราะตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักเหตุผลและทางสายกลาง รวมทั้งความเมตตากรุณา เอื้ออาทรต่อผู้ด้อยโอกาส โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งเป็นจุดยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชน นอกจากนี้การทำบุญของคนในชาติไม่ว่าจะเป็นการสร้างวัด สร้างพระ หรือการประกอบประเพณีพิธีกรรมต่าง ๆ ล้วนเป็นกิจกรรมเพื่อการดำรงอยู่ร่วมกันทางสังคมทั้งสิ้น สิ่งที่แสดงออกถึงการทำบุญที่เป็นรูปธรรมที่สำคัญก็คือ ศิลปกรรม เช่น พระสถูปเจดีย์ โบสถ์ วิหาร ศาลาการเปรียญ พระพุทธรูป เทวรูป ภาพเขียนพุทธประวัติ และชาดก ล้วนแต่เป็นศิลปกรรมที่สร้างขึ้นด้วยความเลื่อมใสศรัทธาในพระศาสนาทั้งสิ้น ดังพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ความว่า “งานด้านการศึกษา ศิลปะ และวัฒนธรรมนั้น คืองานสร้างสรรค์ความเจริญ ปัญหาและจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุ และองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของความเจริญอื่น ๆ ทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่จะช่วยกันให้เรารักษาและดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป” (พยุหศักดิ์ จันทรสุรินทร์, มปป. : 33)

การลงทุนทางศิลปะและวัฒนธรรมถือเป็นการลงทุนทางสังคมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ที่สำคัญทางเศรษฐกิจ เพราะนอกจากจะเป็นการลงทุนเพื่อผลในการพัฒนาและยกระดับจิตใจของคนในสังคมแล้ว ยังเป็นการลงทุนที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การผลิต การจ้างงาน การขาย การบริโภคทางวัฒนธรรม และอื่น ๆ อีกมาก เป็นการลงทุนที่สามารถก่อให้เกิดผลผลิตที่สามารถทำกำไรทั้งที่เป็นผลทางเศรษฐกิจและผลทางจิตใจและวัฒนธรรมด้วยแต่เมื่อพิจารณาในการลงทุนจากภาครัฐในปัจจุบันแล้วนับว่าน้อยจนน่าตกใจ กล่าวคือ เพียงร้อยละ 0.61 ของงบประมาณแผ่นดินทั้งหมด (ปี 2539) และคิดเป็นร้อยละ 0.11 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมของประเทศ (G.D.P) เท่านั้น ซึ่งงบลงทุนจำนวนน้อยนี้คงกล่าวนี้จะไม่สามารถก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและผลทางจิตใจในวงกว้างได้ ดังนั้นรัฐจะต้องให้ความสำคัญของงานวัฒนธรรม และลงทุนทางวัฒนธรรมในจำนวนมาก ในขณะเดียวกันก็ต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ท้องถิ่นชุมชนและเอกชนที่มีศักยภาพสูงเข้ามาลงทุนทางวัฒนธรรมในลักษณะต่างๆ ด้วย (พยุหศักดิ์ จันทรสุรินทร์, มปป. : 10-11) ซึ่งการลงทุนในการเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมไทย จะเป็นการลงทุนเพื่อชาติและสังคม

โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อทางวัฒนธรรม เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การ์ตูน วิดีทัศน์ ถือได้ว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าและเป็นการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมที่สำคัญอย่างหนึ่ง

ดังนั้นรัฐอาจพัฒนาการท่องเที่ยวได้โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนอย่างมากมายมหาศาล เพราะประเทศไทยอุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ และทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว เพียงแต่ขอให้รู้แหล่งทรัพยากรและบุคลากรที่จะนำทรัพยากรเหล่านั้นมาใช้ และนำเอาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์มาเป็นเครื่องมือ โดยวางแผนนโยบายและแผนเกี่ยวกับสื่อที่สมควรใช้เผยแพร่ข่าวสาร เนื้อหาของข่าวสารที่สมควรส่งออกไปให้แก่ใครบ้าง สามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ และที่สร้างทำขึ้นมาใหม่ อย่างได้ผลบรรลุตามวัตถุประสงค์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2530 : อัดสำเนา) และในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น เจ้าของท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ จะมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือน โดยเฉพาะศาสนสถานต่าง ๆ นั้น เป็นสิ่งที่มีคุณค่า และสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะกลับมาเยือนอีกครั้งหนึ่ง

วัดจัดเป็นแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมและเทคโนโลยีของชนชาติ เป็นแหล่งรวมศิลปวิทยาการ ซึ่งสามารถศึกษาถึงวัฒนธรรม การถ่ายทอดวัฒนธรรม โบราณคดี ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมและศิลปกรรมต่าง ๆ จึงทำให้มีผู้สนใจและนิยมมาเที่ยวชมเป็นจำนวนมาก ทำให้มีรายได้เข้ามาหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น นอกจากนี้ชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนมาก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามวัดวาอารามต่าง ๆ นั้น ส่วนใหญ่อยากเห็นศิลปะและวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป ทั้งนี้ก็เพื่อผ่อนคลายความเคร่งเครียดต่าง ๆ พร้อมกับการได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของโบราณวัตถุสถานและศาสนา ได้เห็นฝีมือเห็นความวิริยะอุตสาหะ รับรู้ที่มาของสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งเกร็ดประวัติศาสตร์ ซึ่งสื่อที่ผู้วิจัยมีแนวความคิดที่จะใช้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านศิลปะและวัฒนธรรม คือเทปวีดิทัศน์

ในปัจจุบันหน่วยงานทั้งราชการและเอกชนนิยมเอาวีดิทัศน์มาใช้กันอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการบันเทิง การค้า การประชาสัมพันธ์ และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้ให้ความสนใจในการนำสื่อวีดิทัศน์มาใช้กันมากขึ้น เนื่องจากสามารถหาภาพหรือเสียงมาใส่แทรกในภายหลังได้ถ้ามีเครื่องตัดต่อ โดยไม่จำเป็นต้องทำใหม่ทั้งรายการ และยังเข้าถึงคนจำนวนมากได้ทุกที่ เก็บไว้ได้นาน เหมาะที่จะใช้เป็นการเรียนการสอน และสามารถย้อนกลับมาดูใหม่เมื่อเกิดความไม่เข้าใจ หรือเมื่อเกิดปัญหาขัดแย้งขึ้น

การลงทุนในตลาดการท่องเที่ยวโดยการจัดทำรายละเอียดเนื้อหาสาระของศาสนสถานที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ

มาเก็บไว้ในรูปของสื่อวิทัศน์ เป็นการลงทุนในธุรกิจบริการอย่างหนึ่ง ซึ่งนอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศแล้ว ยังเป็นการเผยแพร่และส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย

จากแนวความคิดและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญและสิ่งที่ควรชมในวัดโพธิ์ หรือนามทางราชการว่าวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมไปกันมาก เนื่องจากเป็นวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีศิลปวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าและงดงาม ถ้าได้มีการลงทุนทางศิลปะและวัฒนธรรม และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงทรัพยากรทางเศรษฐกิจเพื่อการท่องเที่ยวจะเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพ ก่อให้เกิดการกระจายงาน กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ ลดปัญหาการว่างงาน รวมทั้งเพิ่มความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในการชมสถานที่ท่องเที่ยวด้วยความมั่นใจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์ โดยในสื่อวิทัศน์จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับวัดพระเชตุพนฯ ซึ่งมีส่วนช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและรับบริการบันทึกเสียงและภาพส่วนตัวด้วยวิทัศน์เป็นการรองรับผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ และสามารถนำแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นรองใคร โดยเฉพาะศาสนสถาน ศิลปะ และวัฒนธรรม ซึ่งสร้างความภูมิใจให้กับประเทศมาใช้ในการเกิดประโยชน์สูงสุด เพราะถ้าคิดถึงระบบเศรษฐกิจจะนำรายได้เข้าสู่ประเทศ จากการสร้างพื้นฐานแบบลงทุนน้อย เนื่องจากบรรพบุรุษได้ลงทุนไว้แล้ว นอกจากนี้ยังมีการบริการที่ดีบนพื้นฐานการมีอัธยาศัยที่ดีของคนไทย ผู้วิจัยจึงได้เน้นศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์ ซึ่งจะศึกษาถึงระดับความพึงพอใจ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่อความพึงพอใจในการรับบริการสื่อวิทัศน์ครั้งนี้ โดยให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศชมสื่อวิทัศน์ที่สร้างขึ้นและตอบแบบสอบถาม

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์ อันเป็นประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้ และเกิดความต้องการเก็บประวัติการท่องเที่ยวของตนเอง

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เนื่องจากวัดเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวสนใจ ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ศิลปและวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดที่จะนำสื่อวีดิทัศน์มาใช้ในการบันทึกเสียงและภาพ ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่ที่ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นกรณีศึกษา คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) เนื่องจากเป็นวัดหลวง และเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศนิยมไปกันมาก โดยวิธีการนำสื่อวีดิทัศน์ที่สร้างขึ้นมานำเสนอแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในบริเวณวัดพระเชตุพนฯ ซึ่งใกล้เคียงกับบริเวณที่ชำระค่าธรรมเนียมผ่านประตู พร้อมทั้งดำเนินการแจกแบบสอบถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์และประมวลผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ โดยมีบทเพื่อการถ่ายทำวีดิทัศน์ ความยาวประมาณ 20 นาที จำหน่ายในราคาม้วนละ 5 เหรียญสหรัฐ การถ่ายทำที่ไม่มีบท ความยาวประมาณ 30 นาที จำหน่ายในราคาม้วนละ 7 เหรียญสหรัฐ และมีทั้งบทเพื่อการถ่ายทำวีดิทัศน์ (20 นาที) รวมกับการถ่ายทำที่ไม่มีบท (30 นาที) รวมความยาวประมาณ 50 นาที โดยจำหน่ายในราคาม้วนละ 10 เหรียญสหรัฐ ทั้งนี้จะเป็นการสร้างรายได้ให้ทันกับแหล่งท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการว่างงาน เพิ่มความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถนำสื่อวีดิทัศน์ไปเผยแพร่ยังประเทศหรือท้องถิ่นของตน เพื่อสร้างความรู้จัก สร้างความจดจำในศิลปะและวัฒนธรรมไทยที่ทรงคุณค่า ให้ผู้ที่ได้รับชมสื่อวีดิทัศน์เกิดความสนใจที่จะมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจไปด้วย โดยตัวแปรที่ผู้วิจัยคิดว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ คือ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษา คือ เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจะทำการศึกษา วัดอุปสรรคของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ซึ่งตัวแปรอิสระดังกล่าว จะมีผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ประชากรศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และเดินทางมาเที่ยววัดพระเชตุพนฯ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอสื่อวีดิทัศน์ที่สร้างขึ้น ซึ่งมีบทเพื่อการถ่ายทำวีดิทัศน์ พร้อมบทบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ รวมทั้งการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นการถ่ายทำที่ไม่มีบท และดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 คน โดยใช้สาลาทิพย์รโหฐานซึ่งใกล้กับบริเวณที่ชำระค่าธรรมเนียมผ่านประตูวัดพระเชตุพนฯ

1.4.2 พื้นที่ศึกษา คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร เขตพุทธาวาส

1.4.3 ตัวแปรที่ศึกษา คือ

1.4.3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

1.4.3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์

1.4.4 ระยะเวลาในการวิจัย ระหว่างเดือน พฤษภาคม 2542 ถึงเดือน มีนาคม 2543 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2542

1.5 สมมติฐานของงานวิจัย

1.5.1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน ซึ่งเป็นการตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง กล่าวคือ

- นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน

1.5.2 นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน ซึ่งเป็นการตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง กล่าวคือ

- นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน

- ประเภทนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน
- นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน
- จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน

1.6 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ที่กำหนดไว้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ

1.6.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.6.1.2 รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

1.6.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ตัวแปรตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ ซึ่งประกอบด้วยบทเพื่อการถ่ายทำวิถีทัศน์ พร้อมบทบรรยายเป็นภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวัดพระเชตุพนฯ และการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ ซึ่งเป็นการถ่ายทำที่ไม่มีบท

1.6.3 ตัวแปรและระดับการวัด

1.6.3.1 ตัวแปรอิสระและมีระดับการวัดแบบกลุ่ม ได้แก่ เพศ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

1.6.3.2 ตัวแปรอิสระและมีระดับการวัดแบบช่วง ได้แก่ อายุ และรายได้ต่อเดือน

1.6.3.3 ตัวแปรตามมีระดับการวัดเป็นอันดับ คือ วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์

1.7 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.7.1 วิดีทัศน์ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้บันทึกภาพและเสียงพร้อม ๆ กัน สามารถหยุดดูภาพนิ่งบางจุดหรือดูซ้ำได้อีก หรือดูภาพซ้ำ โดยไม่ทำให้เนื้อเรื่องเสียไป

1.7.2 สื่อวีดิทัศน์ หมายถึง วิดีโอเทปที่บรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) พร้อมทั้งบันทึกเสียงและภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พึงพอใจ โดยมีส่วนประกอบดังนี้

1.7.2.1 บทเพื่อการถ่ายทำวีดิทัศน์ หมายถึง การลำดับภาพและการถ่ายทอดเนื้อหาที่สามารถบรรยายความหมายได้ พร้อมทั้งเสียงบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้ภาพชัดเจนขึ้น โดยใช้สถานที่ถ่ายทำในวัดพระเชตุพนฯ และจัดทำเป็นสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งมีความยาวประมาณ 20 นาที

1.7.2.2 การถ่ายทำที่ไม่มีบท หมายถึง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ที่ไม่สามารถกำหนดบทได้ทันที เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในทันทีทันใด และไม่สามารถเขียนบทวีดิทัศน์ได้ล่วงหน้า โดยการบันทึกเสียงและภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ ขณะกำลังชมบริเวณโดยรอบวัดพระเชตุพนฯ ความยาวประมาณ 30 นาที

1.7.3 การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยววัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นศาสนสถานที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย

1.7.4 นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป (เนื่องจากสามารถเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่ต้องมีผู้ปกครองคอยช่วยเหลือ และสามารถแสดงความคิดเห็นเป็นของตนเองได้) เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

1.7.5 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความพอใจ ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

1.7.6 การรับบริการ หมายถึง การผลิตสื่อวีดิทัศน์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งประกอบด้วยบทเพื่อการถ่ายทำวีดิทัศน์ ความยาวประมาณ 20 นาที การถ่ายทำที่ไม่มีบท (การบันทึกเสียงและภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยว) ความยาวประมาณ 30 นาที และทั้ง 2 กรณี โดยบันทึกในเทปกลับเดียวกัน มีความยาวทั้งสิ้น 50 นาที

1.7.7 การท่องเที่ยวส่วนบุคคล หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัวหรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อนฝูง โดยใช้รถส่วนตัวหรือเช่ารถไปกันเอง การบริการต่าง ๆ ระหว่างทางและปลายทางจะจัดหาเอง โดยไม่ต้องพึ่งผู้ดำเนินธุรกิจนำเที่ยว หรือพึ่งเพียงในบางเรื่อง

1.7.8 วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร หรือเรียกกันเป็นสามัญว่า “วัดโพธิ์” เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดราชวรมหาวิหาร ตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ของพระบรมมหาราชวัง แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 2 เขต คือ เขตพุทธาวาส และเขตสังฆาวาส โดยพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ เขตพุทธาวาส ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปฏิมากรโดยเฉพาะ แบ่งเป็น 2 บริเวณ คือ บริเวณพระอุโบสถ และบริเวณพระวิหารพระพุทธรูปไสยาสน์

1.7.9 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.7.10 รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว หมายถึง ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบ และลักษณะการท่องเที่ยวของตนเอง ได้แก่วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ และเกิดความต้องการซื้อสื่อวีดิทัศน์ เพื่อเก็บประวัติการท่องเที่ยวของตนเองในการศึกษาหาความรู้ และนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในประเทศของตน

1.8.2 เพื่อเผยแพร่แหล่งความรู้ ทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่งดงามของไทย ซึ่งสืบเนื่องมาแต่โบราณ อันเป็นการช่วยสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ และเสริมรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น

1.8.3 เพื่อประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมของนักท่องเที่ยว นักเรียนนักศึกษา และบุคคลทั่วไป

1.8.4 สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษานี้ ไปประยุกต์ใช้กับศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแห่งอื่นต่อไป

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อ
วิทัศน์ ประเทศศาสนสถานของไทย ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหา
วิหาร ผู้วิจัยได้ลำดับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไว้ดังต่อไปนี้

2.1 ความพึงพอใจ

- 2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.1.3 ทฤษฎีการรับรู้
- 2.1.4 ทฤษฎีเน้นกระบวนการในการรับรู้
- 2.1.5 ทฤษฎีความคาดหวัง
- 2.1.6 การวัดความพึงพอใจ

2.2 การท่องเที่ยว

- 2.2.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
- 2.2.2 เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว
- 2.2.3 การจัดจำพวกของนักท่องเที่ยว

2.3 สื่อวิทัศน์

- 2.3.1 ความหมายและคำจำกัดความทางวิชาการของสื่อวิทัศน์
- 2.3.2 คุณค่า ข้อดี และประโยชน์ของสื่อวิทัศน์
- 2.3.3 ชนิดของสื่อวิทัศน์
- 2.3.4 ระบบของสื่อวิทัศน์
- 2.3.5 ขั้นตอนการผลิตสื่อวิทัศน์เพื่อใช้ในการศึกษา
- 2.3.6 การเขียนบทเพื่อการถ่ายทำวิทัศน์
- 2.3.7 การถ่ายทำที่ไม่มีบท

2.4 วัด

2.4.1 ความหมายของวัด

2.4.2 ความสำคัญของวัด

2.4.3 วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

2.5 ศิลปะ และวัฒนธรรมไทย

2.5.1 ความหมายของศิลปะ

2.5.2 ความหมายของวัฒนธรรมไทย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 สื่อวีดิทัศน์

2.6.2 เพศ

2.6.3 อายุ

2.6.4 สัญชาติ

2.6.5 ระดับการศึกษา

2.6.6 อาชีพ

2.6.7 รายได้

2.6.8 รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว

2.1 ความพึงพอใจ

2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

วูม (อ้างถึงในชรีนิ เดชจินดา, 2535 : 13) กล่าวว่า ทักษะคิดและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะคิดด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะคิดด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Tiffin และ Mc Cormick (อ้างถึงในชนินฐา เนตรล้อมวงศ์, 2535 : 14) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง แรงจูงใจของมนุษย์ ซึ่งตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

เบนจามิน บี วอลแมน (อ้างถึงในเมตตา เสวตเลข, 2539 : 8) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึก (feeling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดหมายหมาย (goal) ความต้องการ (needs) หรือแรงจูงใจ (motivation)

เดวิด เครช และ ริชาร์ด เอส ครัชฟิลด์ (อ้างถึงในเมตตา เสวตเลข, 2539 : 8) มีความเห็นที่คล้ายกับวอลแมน เขากล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองพร้อมบรรลุจุดหมายหมาย (goals) ที่ตั้งไว้ระดับหนึ่ง

พิชัย ศรีใส (2534 : 24) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงสภาพความรู้สึกที่ดีต่อการทำงานนั้น อันเนื่องมาจากการตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

อินทิรา วัฒนนิมานนท์ (2534 : 8) ให้ความหมาย ความพึงพอใจว่า หมายถึง สภาพความรู้สึกหรือระดับความพอใจซึ่งมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

Herberlin (อ้างถึงในสิทธิรัตน์ ปราชินบุรวรรณ์, 2531 : 15) ได้ใช้ความพึงพอใจเป็นพื้นฐานในการวัดความสามารถในการรองรับทางสังคมหรือทางจิตวิทยา หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวดีได้รับความพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดโดยการนำระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลายๆ คนมารวมกัน ทั้งความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นและลดลง

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับผู้ใช้สภาพแวดล้อมนั้น จะสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นให้ตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้สภาพแวดล้อม ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้สภาพแวดล้อมอย่างมีระบบที่ดี จะได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจงานนโยบาย แผนงานเพื่อการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการ และถ้ามีการศึกษาอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาพอสมควรแล้ว การศึกษา

เหล่านี้จะเป็นเครื่องกระตุ้นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งของเอกชนและรัฐบาลในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นได้ในอนาคต

นักวิจัยของไทย 3 ท่าน ให้ความหมายของความพึงพอใจคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2526 : 74) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับระบบโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

Direk Rekrat (อ้างถึงในชรีนิ เดชจินดา, 2535 : 14) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

หลุย จำปาเทศ (2533 : 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สัมผัสได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

เกรซและครัชฟิลด์ (อ้างถึงในเมตตา เสวตเลข, 2539 : 10) กล่าวว่า เมื่อเกิดความต้องการ คนเราก็จะกำหนดเป้าหมาย (goals) หลายอย่างเพื่อสร้างความพึงพอใจ กำลังความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

- 1) วัฒนธรรมและค่านิยม (Cultural norms and values)
- 2) ความสามารถทางร่างกาย (Biological capacity)
- 3) ประสบการณ์ (Personal experience)
- 4) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมทางสังคม (Physical and social environment)

จากความหมายของความพึงพอใจที่ได้รวบรวมมานี้ พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความพอใจ และความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัย หมายถึง สื่อวิถีทัศน์ ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น และนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว กล่าวคือ การที่นักท่องเที่ยวได้ชมสื่อวิถีทัศน์ที่นำเสนอและมีส่วนร่วมจากการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยบันทึกเสียงและภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเองขณะกำลังชมวัดพระเชตุพนฯ ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับในสิ่งที่ต้องการ หรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาแนวความคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจที่กล่าวไว้ในทฤษฎีในอดีต รวบรวมได้ดังนี้

ฮิลการ์ดและคณะ (อ้างถึงในชรีณี เดชจินดา, 2535 : 15) กล่าวว่าสิ่งจูงใจ (incentive) ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจเป็นสิ่งจูงใจทางบวก (positive incentive) ซึ่งได้แก่กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมทางวัตถุที่จะสร้างความพึงพอใจตามเงื่อนไขของความต้องการ เช่น อาหาร เป็นสิ่งจูงใจที่สร้างความพึงพอใจต่อแรงขับ (drives) เกี่ยวกับความหิว นี่เป็นสิ่งจูงใจที่สร้างความพึงพอใจต่อแรงขับเกี่ยวกับความกระหาย อย่างไรก็ตามบางครั้งสิ่งจูงใจทางบวกก็ไม่ได้สร้างความพอใจต่อความต้องการทางกายภาพ แต่อาจเกิดจากเหตุผลเฉพาะตัวของบุคคล เช่น รสหวาน อาจเป็นความพอใจของแต่ละบุคคล แม้ว่าจะไม่ได้ให้คุณค่าทางอาหาร

Shelley (อ้างถึงใน กุณฑลทิพย์ มาลากุล ณ อยุธยา, 2526 : 18) กล่าวว่า ทฤษฎีความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวก คือ ความรู้สึกอาจเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้จะ เป็นความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้ก็มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อระบบความพอใจมีความสัมพันธ์ทางบวกมากกว่าทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่าง ๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพอใจเพิ่มขึ้นอีกได้

จากแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ดังได้กล่าวมานี้อาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่ง เมื่อเกิดความ ต้องการบุคคลจะตั้งเป้าหมายเพื่อให้บรรลุความต้องการ ความพึงพอใจของบุคคลจะแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพและลักษณะส่วนบุคคล

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร (resources) หรือสิ่งเร้า (stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพอใจคือการศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดที่ต้องการในการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุด เมื่อทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน แต่เนื่องจากทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่จำกัด ดังนั้นความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีการจัดการทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสมและสภาพแวดล้อมทางกายภาพก็เป็นทรัพยากรของระบบความพอใจอันหนึ่ง

เมื่อพิจารณาในระบบที่กว้างขึ้นเพื่อให้เข้าใจว่า ความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพนี้จะเกิดได้อย่างไร ซึ่งจากแนวความคิดของแซนดรา เจ นิวแมน (อ้างถึงในเมตตา เสวตเลข, 2539 : 12) ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพสามารถศึกษาได้ชัดเจน เมื่อแยกออกเป็นการตอบรับ (response) และปฏิกิริยา (reaction) ของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปฏิกิริยาต่อสภาพแวดล้อม หมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพหรือสรีระ ซึ่งสามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงทางอัตราการเต้นของหัวใจ อุณหภูมิร่างกาย เป็นต้น ในขณะที่การตอบรับ หมายถึง การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่แสดงออก ซึ่งรวมเรียกว่าการตอบรับทางสังคม-จิตวิทยา และพฤติกรรม (Social-Psychological and Behavioral Response) ป้างัยง่าย ๆ ที่ได้ให้เกิดการตอบรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีดังนี้

- 1) สภาพของบุคคลผู้ตอบรับสภาพแวดล้อม
- 2) ลักษณะทางสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดการตอบรับ
- 3) การรับรู้ของบุคคล
- 4) การประเมินสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น

ป้างัย 2 ป้างัยแรก เป็นสิ่งที่ป้อนเข้าระบบ โดยลักษณะของบุคคลรวมถึงป้างัยต่าง ๆ ด้านประชากรศาสตร์ พื้นฐานทางสังคม เศรษฐกิจ ส่วนป้างัย 2 กลุ่มหลัง เป็นผลที่ส่งออกมาจากระบบนี้ การที่บุคคลจะรับรู้สภาพแวดล้อมใด ๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพและมาตรฐานของบุคคลนั้น การประเมินและความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบุคคลก็เกิดตามมาจากการรับรู้พฤติกรรมแสดงออก การประเมินผล การแสดงออกนี้ จะสะท้อนว่าบุคคลนั้นมีความพึงพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นหรือไม่

2.1.3 ทฤษฎีการรับรู้ (ฌรงค์ มั่งคั่ง และ สมชาย เปรมรุ่งพันธุ์, 2534 : 16) เป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ของมนุษย์ ได้ประสบพบเห็น สัมผัส กลิ่นเสียง มีลักษณะการให้ประสาทรับสัมผัสค่อนข้างจะใกล้เคียงกับการรับรู้ของมนุษย์มาก เมื่อเทียบกับสื่อชนิดอื่น ซึ่งมนุษย์มีอวัยวะรับสัมผัสที่ประกอบด้วย

1) การได้ยิน สิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการได้ยิน คือ เสียง และระบบที่ทำหน้าที่ตอบสนองการสัมผัสของเสียง คือ หู เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าได้ยินโดยที่ลักษณะของเสียงที่ได้นั้นมี 3 ลักษณะ คือความดัง ความสูง และคุณภาพเสียง โดยเทปวิดีโอที่ใช้ในการสร้างนี้ต้องมีคุณภาพเสียงที่ดีตามความต้องการพอเหมาะ

2) การได้เห็น โดยสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเห็น คือ แสง มีตัวกำหนดที่ตอบสนองการสัมผัส คือ ตา ฉะนั้นแสง หรือสีที่เกิดจากวัตถุทัศน ต้องมีความสวยงามเหมาะสม ลักษณะของการจัดวาง

ตำแหน่งของอุปกรณ์เพื่อเน้นความสนใจในเรื่องนั้น ๆ ตลอดจนจัดสภาพของสถานที่ หรือบริเวณใกล้เคียงให้ดี และยังขึ้นอยู่กับจำนวนบุคคลที่ได้ดูวิธีการใช้ ถ้าหากการมองเห็นข่มขายในการรับรู้ ดังนั้นต้องมีจำนวนบุคคลที่เหมาะสม

3) การแปลความหมายสิ่งที่รับรู้ เป็นการแปลความหมายของสิ่งที่เราได้พบเห็นในการที่แปลความหมายได้ถูกต้องนั้นขึ้นอยู่กับ การสังเกตที่ต้องใช้เวลา ฉะนั้นทฤษฎีทัศนที่ใช้ ต้องมีความคงอยู่ของภาพให้เหมาะสมกับการแปล

Nielson และคณะ (อ้างถึงใน ทักษิณา นิยมรัตน์, 2533 : 61) ได้สร้างแบบจำลองความพอใจของผู้ใช้ (user satisfaction model) แบบจำลองนี้ได้อธิบายว่า ระดับความพอใจของผู้ใช้พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง (user satisfaction level) เช่น น้ำตก ทะเล ชายทะเล สะพานข้ามแม่น้ำ เป็นต้น จะมีข้อจำกัด ณ จุดหนึ่งเท่านั้น หากพื้นที่ใดมีผู้ใช้เกินจุดระดับความพอใจของผู้ใช้พื้นที่ก็จะลดลงและจะลดลงเรื่อยๆ ตามจำนวนผู้ใช้พื้นที่ที่เพิ่มมากขึ้น แบบจำลองนี้ยังให้ข้อคิดเพิ่มเติมอีกว่า มีตัวแปรอีกสองตัวที่ไม่ควรละเลยคือ ตัวแปรแรก ได้แก่ จำนวนครั้งที่ใช้พื้นที่ และตัวแปรที่สอง คือ จำนวนคนที่ผู้ใช้พื้นที่ต้องเกี่ยวข้องกับ เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวคนหนึ่งต้องเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่เคยไปมาแล้ว ได้พบสภาพแวดล้อมทางกายภาพเดิม พบปะกับคนท้องถิ่นเดิม ก็จะทำให้ระดับความพอใจลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางครั้งแรก

Reynold (อ้างถึงใน กุณฑลทิพย์ มาลากุล ณ อยุธยา, 2526 : 33) พบว่า ปัจจัยทางกายภาพมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับความพอใจ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏเป็นที่ดึงดูดใจ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด และลักษณะกายภาพอื่น ๆ ก็มีความสัมพันธ์ต่อความพอใจ

สมพงษ์ เกษมสิน (2517 : 108) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจูงใจเป็นวิธีการที่จะชักนำพฤติกรรมผู้อื่นให้ประพฤติปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของคนจะเกิดขึ้นได้ต้องมีแรงจูงใจเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าหรือสิ่งจูงใจ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การจูงใจ หมายถึง ความพยายามที่จะชักจูงให้ผู้อื่นแสดงออกหรือปฏิบัติตามต่อสิ่งจูงใจ สิ่งจูงใจอาจมีได้ทั้งจากภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้น ๆ เอง แต่มูลเหตุจูงใจอันสำคัญ คือ ความต้องการ (Need)

สำหรับสิ่งจูงใจ เป็นเครื่องช่วยให้การจูงใจประสบผลสำเร็จนั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังเช่น Good (1973 : 286) ได้กล่าวไว้ว่า “สิ่งจูงใจ หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ และพลังที่ยั่วหรือกระตุ้นให้บุคคลกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง” และ ส่วน สมพงษ์ เกษมสิน (2523 : 319) ให้ความหมายไว้ว่า “สิ่งจูงใจ หมายถึง วัตถุหรือสภาวะใดๆ ที่สามารถเร้าให้เกิดการจูงใจ”

2.1.4 ทฤษฎีเน้นกระบวนการในการจูงใจ (Process Theories) ทฤษฎีที่เน้นกระบวนการในการจูงใจ ได้แก่ ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) และทฤษฎีความเสมอภาค (Equity Theory) สมยศ นาวิการ (2521 : 169) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการจูงใจแบบนี้ว่า “เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญในเรื่องที่ว่าคนจะถูกจูงใจด้วยเป้าหมายอะไรและถูกจูงใจอย่างไร ในทัศนะดังกล่าวนี้ความต้องการจะเป็นเพียงองค์ประกอบอย่างหนึ่ง ในกระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งใช้ในการตัดสินใจว่าจะปฏิบัติอย่างไรเท่านั้น

2.1.5 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนาจาก Victor H. Vroom โดยได้อธิบายว่า การจูงใจ เป็นผลของความมากน้อยที่บุคคลมีความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และการคาดคะเนของบุคคลนั้นต่อความน่าจะเป็นของการกระทำที่จะนำไปสู่สิ่งนั้น ดังนั้นรูปแบบของการจูงใจตามทฤษฎีนี้ จึงประกอบด้วยความพอใจ (Valence) ความคาดหวัง (Expectancy) ซึ่งจะเป็นตัวที่ทำให้เกิดการจูงใจและผลลัพธ์ (Outcomes)

ความพอใจ หรือ ความรุนแรง (Valence) หมายถึง ความรุนแรงของความปรารถนาของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์อย่างหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับผลลัพธ์อีกอย่างหนึ่ง ความพอใจนี้จะแสดงออกถึงความมากน้อยของความปรารถนาของบุคคลที่มีต่อเป้าหมาย โดยที่ความพอใจจะเกิดขึ้นจากภายในตัวของบุคคลแต่ละคน ซึ่งถูกกำหนดด้วยประสบการณ์ ดังนั้น ความพอใจของแต่ละบุคคลจึงมีความแตกต่างกัน

ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง ความเชื่ออย่างแรงกล้า ว่าการกระทำที่แสดงออกมานั้น จะทำให้ได้รับผลลัพธ์เป็นพิเศษ ความคาดหวังนี้จะแสดงให้เห็นถึงการคาดคะเนของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับความน่าจะเป็นของการกระทำ ที่บรรลุผลลัพธ์อย่างหนึ่งจะสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์อีกอย่างหนึ่งได้

ผลลัพธ์ (Outcomes) เป็นผลที่เกิดจากการกระทำที่ได้รับการกระตุ้นและจูงใจ ผลลัพธ์มีอยู่ 2 ระดับ คือ ผลลัพธ์ระดับหนึ่ง (Primary Outcomes) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการกระตุ้นและจูงใจ เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากผลการปฏิบัติงานและผลลัพธ์ระดับที่สอง (Secondary Outcomes) เป็นผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ระดับหนึ่ง กล่าวคือเป็นผลลัพธ์ที่ได้รับตามมาหลังจากที่ได้รับผลลัพธ์ระดับที่หนึ่งแล้ว

2.1.6 การวัดความพึงพอใจ

ถำพอง ศรีทับทิม (2535 : ก) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว และจำนวนวันพักที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพ บริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น เพศ เขตที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ประสบการณ์การท่องเที่ยวสะพานต่าง ๆ จำนวนครั้งที่มาสะพานข้ามแม่น้ำแคว และกิจกรรมการพักผ่อนที่ต่างกันไม่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแควแตกต่างกัน

Quitugua (อ้างถึงในจงกลณี เกตุแก้ว, 2536 : 38) ได้ทำการศึกษาองค์ประกอบที่กระทบกระเทือนต่อความพึงพอใจในการทำงานของครูโรงเรียนเกาะกวม โดยสำรวจความคิดเห็นของครู พบว่า ครูไม่พึงพอใจในสภาพการทำงาน ความมั่นคงในอาชีพ ความเป็นอยู่ในชุมชน อัตราการทำงาน เงินเดือน เงินค่าตอบแทน สภาพของครู และความช่วยเหลือของรัฐ และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูแปรเปลี่ยนไปตามอายุ ประสบการณ์ในการสอน ตำแหน่งการงาน ระดับงานที่สอน สภาพที่อยู่อาศัย และขอบเขตการศึกษา

คำนึ่ง นกแก้ว (2524 : 83-91) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการทำงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตการศึกษา 3 โดยสอบถามความรู้สึกรู้สึกของครูที่มีต่อองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน จากกลุ่มตัวอย่าง 504 คน ผลการศึกษาพบว่า ครู-อาจารย์ เพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการทำงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในสององค์ประกอบคือ ด้านความสำเร็จของงาน และด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

2.2 การท่องเที่ยว

2.2.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

คำว่า “ท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความบันเทิง สนุกสนาน การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง ทั้งหมดนี้จัดเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น จะมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวปัจจุบันนี้ เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก เมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ (สมัย เพิ่มเจริญ, 2525 : 27)

สมชาย หิรัญกิจ (อ้างถึงในสมัย เพิ่มเจริญ, 2525 : 27) ผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกล่าวว่า โดยหลักการแล้วความหมายของคำว่าท่องเที่ยว อาจกำหนดไว้ด้วยเงื่อนไข 3 ประการ คือ เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจ เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ดร.ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540 : 2) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง หากไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว ในเรื่องของการท่องเที่ยว ผู้ดำเนินการท่องเที่ยวมักใช้คำว่า การท่องเที่ยว และ การเดินทาง ปน ๆ กันไป บางทีก็ใช้คำ การท่องเที่ยว ให้มีความหมายถึงทั้งการเดินทางและการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใช้ชื่อในภาษาอังกฤษว่า Tourism Authority of Thailand และการท่องเที่ยวแห่งอังกฤษก็ใช้ชื่อว่า British Tourism Authority ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ให้ความหมายของคำว่า Tourism ว่าหมายถึง การท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อความสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

ปัจจุบันในภาษาไทยเราใช้คำว่า ท่องเที่ยว แต่เพียงคำเดียว เช่น การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว เพราะคำว่า ท่อง หมายถึงการเดินทางอยู่แล้ว

คำ Tour ในภาษาอังกฤษ เดิมเป็นคำในภาษาฝรั่งเศส ซึ่งพัฒนามาจากคำว่า tomus ในภาษาละติน ส่วนในภาษาอังกฤษ tomus พัฒนาเป็นคำว่า turn ซึ่งแปลเหมือนความหมายของ tomus ในภาษาละติน

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของคนมาช้านานแล้ว แต่ในภาษาอังกฤษนิยมใช้คำว่า Travel และในภาษาฝรั่งเศสใช้คำว่า Tour ที่มีหลักฐานชัดเจน คือ บทความของ Sir Francis Bacon นักปราชญ์ชาวอังกฤษ ชื่อ "Of Travel" ซึ่ง Sir Francis Bacon เขียนไว้เมื่อ ค.ศ. 1625 ส่วนกวีคนหนึ่งของอังกฤษชื่อ Oliver Goldsmith ได้เขียนกวีนิพนธ์เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวในปี ค.ศ. 1760 ใช้ชื่อว่า "The Traveller" และนวนิยายอันมีชื่อเสียงของ Jonathan Swift เกี่ยวกับการท่องเที่ยวผจญภัยของ Gulliver เขียนในปี ค.ศ. 1770 ก็ใช้ชื่อว่า "Gulliver's Travels"

ในประเทศไทยเราใช้คำว่า "ไปเที่ยว" มานานแล้ว มีความหมายว่าไปไหนต่อไหน ทั้งใกล้และไกล เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อแสวงบุญ ไปทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ไปไหว้พระธาตุ เป็นต้น ต่อมาในปี พ.ศ. 2467 กรมรถไฟได้เล็งเห็นประโยชน์เกี่ยวกับการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยของชาวต่างประเทศ จึงเรียกชาวต่างประเทศเหล่านี้ว่า "ผู้เดินทาง" ส่วนที่พักของกรมรถไฟ และโรงแรมต่างๆ ก็เรียกว่า "ที่พักคนเดินทาง" จนกระทั่งปี พ.ศ.2479 จึงเริ่ม มีการใช้คำ "ท่องเที่ยว" อย่างเป็นทางการดังจะเห็นได้จากกระทรวงพาณิชย์ได้จัดตั้ง "แผนกส่งเสริมพาณิชย์ และการท่องเที่ยว" ขึ้น

ประมาณปี พ.ศ. 2480 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาว่า คำ “ท่องเที่ยว” หรือ “เที่ยว” มีความหมายไปในทางเที่ยวเตร่เหลวไหล กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ จึงได้ประทานคำว่า “ทัศนจาร” ให้ใช้ ซึ่งก็มีผู้ใช้นี้กันอยู่พักหนึ่ง พ.ศ. 2492 สำนักนายกรัฐมนตรีโอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมาอยู่ในความดูแลของกรมโฆษณาการ นับแต่นั้นมา คำว่า “ท่องเที่ยว” ก็ไม่ได้มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า “ไปเที่ยว” หรือ “เที่ยว” อีกต่อไป หากแต่มีความหมายเป็นงานอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นการปฏิบัติงานที่เป็นระบบ จนเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง

สมชาย หิรัญกิจ (อ้างถึงในสมัย เพิ่มเจริญ, 2525 : 29) ผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้บรรยายในที่ประชุมสัมมนา คณะอนุกรรมการวัฒนธรรมจังหวัด ที่ทำเนียบรัฐบาล เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2524 ว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

กราเดช พยัณวิเชียร (อ้างถึงในสมัย เพิ่มเจริญ, 2525 : 29) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในระดับสูงเพราะประเทศไทยประกอบไปด้วยสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งจัดไว้ 3 ประการ คือ

- 1) ความงามตามธรรมชาติ
- 2) ความบันเทิงสนุกสนาน
- 3) ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติ

Stevens S. Halsay (อ้างถึงในสมัย เพิ่มเจริญ, 2525 : 29) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนสำคัญที่ช่วยให้เกิดความเจริญทางเศรษฐกิจ และสังคม พร้อมกันนี้เป็นสื่อทำให้คนหันหน้าเข้าหากัน ช่วยเปิดทัศนคติและความคิดของคนให้กว้างไกลออกไป

แม็คอินทอชและโกลด์เนอร์ (McIntosh and Goeldner : 1984) ได้ระบุให้เห็นความแตกต่าง 4 ประการของการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกได้และต้องรับรู้ก่อนที่เราจะอธิบายความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว (Tourism) และนักท่องเที่ยว (Tourist) ซึ่งได้แก่

- 1) นักท่องเที่ยว
- 2) ธุรกิจซึ่งทำหน้าที่จัดหาสินค้าต่างๆ และบริการแก่นักท่องเที่ยว
- 3) รัฐบาลของประเทศหรือท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของบ้าน
- 4) ตัวเจ้าของบ้านหรือเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว

ดังนั้นความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) จึงหมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด และการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือน

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจ เดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เป็นการเดินทางเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อแสวงบุญ เพื่อการพักผ่อน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง ซึ่งมีบทบาทสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติ ความบันเทิงสนุกสนาน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติ โดยเฉพาะศาสนสถานต่าง ๆ นั้น เป็นสิ่งที่มีคุณค่าและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะกลับมาเยือนอีกครั้งหนึ่ง

2.2.2 เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว

มล. ดุษฎี ชุมสาย และ ญิบพันธ์ พรหมโยธี (2527 : 60-64) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์หรือเหตุจูงใจให้คนท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เพื่อเปลี่ยนแปลงบรรยากาศ สนองความอยากรู้อยากเห็น ได้พบสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ ๆ ชมทิวทัศน์อันงดงามแปลกตา ได้พบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น สงบอารมณ์กับความสงบของชนบท สนุกสนานกับแสงเสียงของเมืองใหญ่ ๆ เจตนาธรรมของการท่องเที่ยว อาจจะมีการผสมกันระหว่างจุดประสงค์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
- 2) เพื่อพักผ่อนโดยเฉพาะวันว่างจากการงาน เป็นการขจัดความเหนื่อยล้าต่องานที่จำใจให้หมดไปทั้งร่างกายและจิตใจ ทำให้เกิดพลังที่จะมาสู้กับงานต่อไป บางครั้งอาจมีลักษณะเป็นการพักผ่อนหลังจากการป่วยไข้
- 3) เพื่อจุดประสงค์เชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะในแง่ของมนุษยวิทยา และสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อร่วมปฏิบัติงานในงานมหกรรม และงานฉลอง
- 4) เพื่อการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ
 - 4.1) ไปชมกีฬาครั้งสำคัญๆ ของภูมิภาค หรือทางไกล เช่น กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาโอลิมปิก
 - 4.2) ไปเล่นกีฬาในท้องถิ่นที่มีการกีฬาชนิดนั้น เช่น การไปเล่นสกีหิมะรวมทั้งการไปยิงนก หรือล่าสัตว์ เป็นต้น
- 5) เพื่อธุรกิจ ความจริงการไปธุรกิจนั้นไม่น่าถือว่าเป็นการท่องเที่ยว แต่ข้อที่เป็นจริงก็คือในการเดินทางไปธุรกิจนั้น นักธุรกิจอาจถือโอกาสเจียดเวลาว่างไปพักผ่อนหรือท่องเที่ยวไปในตัว

6) เพื่อการประชุม สัมมนา หรือเพื่อการศึกษา ในปัจจุบันเรามองว่าการระหว่างประเทศ องค์การระดับชาติ และมักปรากฏว่าเจ้าภาพที่จัดสัมมนาหรือการประชุมอาจเพิ่มเติมรายการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสัมมนาหรือการประชุมนั้นด้วย

จุดประสงค์อีกประการหนึ่งที่มักไม่เป็นที่ยอมรับโดยเปิดเผย แต่มีพฤติกรรมส่อไปทางนั้น และมักเดินทางเป็นกลุ่มก็คือ Sex tour

การส่งเสริมการท่องเที่ยวนี้มีลักษณะคล้ายคลึงกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น เช่น ต้องมีสถานที่ประกอบการ หรือโรงงานวัตถุดิบการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การใช้แรงงานเพื่อสร้างสาธารณูปโภค ผลผลิตอันเป็นบริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร และการส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529 : 6-8.)

แมคอินทอช และโกลด์เนอร์ (McIntoch and Goeldner, 1984. P.112-113) สรุปว่า “วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวก็คือ เพื่อที่จะสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่นอื่น ๆ หรือประเทศอื่น ๆ เพื่อที่จะเข้าใจและซาบซึ้งต่อวัฒนธรรมของประชาชนเหล่านั้น ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้ และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต”

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่จะสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และตัดสินใจเลือกซื้อบริการก็คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึงสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน และการให้บริการนำเที่ยวพร้อมมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ทั้งการใช้ภาษา และสถานที่ที่จะนำไปท่องเที่ยว มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ เป็นต้น

สิ่งรุกร้าที่使人อยากไปท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ และการศึกษา (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชิตจันทร์ หังสสุทธิ, 2529 : 99-100) กล่าวคือ

เพศหญิงหรือชายชอบท่องเที่ยวมากกว่ากันจะขึ้นอยู่กับการศึกษาของแต่ละครอบครัว และการขัดแย้งบางอย่าง ผู้ชายมักจะมิชอบทางด้านธุรกิจ และบางครั้งมีการขัดแย้งภายในครอบครัว ถ้ามีเวลาที่จะออกไปผจญภัย ส่วนผู้หญิงนั้นมีความเป็นห่วงกังวล และติดกับครอบครัวมากกว่า นอกจากนั้นความสนใจของหญิงและชายก็แตกต่างกัน ผู้ชายอาจจะท่องเที่ยวเพื่อค้นคว้า ทดสอบ หาความรู้ความชำนาญ รวมไปถึงกิจกรรมที่น่าตื่นเต้นทั้งหลาย ส่วนผู้หญิงนั้นต้องการความอบอุ่น มั่นใจ และถ้าอยากรู้ก็มักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความสวยงามเสียเป็นส่วนใหญ่

อายุก็เป็นส่วนที่แสดงให้เห็นประสบการณ์หรือความชำนาญของแต่ละคน คนอายุน้อยไม่ค่อยติดที่เท่ากับคนอายุมาก ผู้เยาว์ชอบค้นคว้า กระปรี้กระเปร่า และรับเอาความคิดใหม่ ๆ

ได้ง่าย ไม่ค่อยจะสนใจว่าคนในสังคมจะชอบการกระทำของเขาแต่อย่างใด ไม่เหมือนกับคนอายุมาก ซึ่งมักเป็นห่วงกังวลกับสังคม และกลัวการถูกติเตียนหรือนินทาจาก

เมื่ออายุมากขึ้น เช่นอยู่ในวัยกลางคน สิ่งสำคัญของคนในวัยนี้ คือ ต้องการความสะดวกสบายมากที่สุด ซึ่งขึ้นอยู่กับความสำเร็จในฐานะด้วย คือมีตำแหน่งสูงขึ้น หรือมีเกียรติมากขึ้น จะเห็นว่าคนที่มียายุในวัยกลางคน จะเริ่มเปรียบเทียบตัวเองกับคนในสังคมเดียวกัน และเริ่มกล้าต่อความต้องการทางด้านคันคว้าทดลอง เป็นธรรมดาเมื่อมนุษย์เราเริ่มมีความเชื่อมั่นในตนเอง ก็เริ่มขี้มองความประพฤติดของคนอื่น และปรับปรุงความประพฤติดของตนเอง มักจะชอบเดินทางแบบครอบครัว เพราะรู้สึกปลอดภัยและสนุกกว่า

ส่วนด้านการศึกษาที่มีผลต่อชีวิตของแต่ละคน ซึ่งก็ต้องผสมผสานกันระหว่างเศรษฐกิจสังคม และระดับของรายได้ที่มีด้วย เป็นที่แน่นอนว่า คนที่มีการศึกษาสูงจะต้องมีรายได้รวมทั้งฐานะสูงไปด้วย เมื่อเทียบกับคนที่เรียนรู้น้อยกว่า ดังนั้นผู้ที่มีการศึกษามากก็ย่อมจะชอบท่องเที่ยวมากกว่าคนที่เรียนรู้น้อยและยากจน

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทย เกือบร้อยละ 90 เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน และเกือบร้อยละ 8 มาเพื่อประกอบธุรกิจ ส่วนมากเพื่อประชุมสัมมนา และชมนิทรรศการ มีเพียงร้อยละ 0.8 เท่านั้น ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะใช้โรงแรมเป็นที่พักประมาณ เกือบร้อยละ 98 (จารุภรณ์ ปาณานนท์, 2535 : ม.ค.-มี.ค.)

เมื่อทราบแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งพอจะเป็นแนวทางในการจัดวางวัตถุประสงค์ในการจัดทำสื่อวิทัศน์ เพื่อที่จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2.2.3 ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว

ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือการจัดจำพวกของนักท่องเที่ยว (รัฐพล ไชยรัตน์, 2536 : 18-21) แบ่งได้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวส่วนบุคคล

ได้แก่การท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นภายใน หรือต่างประเทศที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อนฝูง โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือเช่ารถขับไปกันเอง โดยกำหนดเอาไว้ว่าจะไปไหนบ้าง ไปเมื่อใด หยุดท่องเที่ยวที่ไหนบ้าง หรือจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ได้ตามปรารถนา บริการต่าง ๆ ระหว่างทาง และปลายทาง ก็จัดหาเอาเองโดยไม่ต้องพึ่งผู้ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว หรือพึ่งเพียงในบางเรื่อง

2) การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือแบบนำเที่ยว

ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งคนหรือกี่คนก็ตาม ซึ่งมีได้นัดหมายกัน ไปเสียเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว ผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวก็จะจัดการเรื่องยานพาหนะ โรงแรม และบริการอื่นๆ ให้ โดยกำหนดไว้เป็นรายการแน่นอน นักท่องเที่ยวไม่ต้องทำอะไรอีกเลย การท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวจะเสียเงินน้อยกว่า แต่ขาดอิสระเสรีไปบ้างในเรื่องสถานที่ที่จะไปเที่ยวและต้องการกระทำการต่าง ๆ ตามกำหนดเวลา ซึ่งสำหรับบุคคลบางจำพวกอาจรู้สึกว่าเป็นการเร่ร่อน ปัจจุบันนี้นิยมเรียกการท่องเที่ยวประเภทนี้ว่า group tour

อย่างไรก็ดี บริษัทหรือตัวแทนนำเที่ยวอาจรับแผนการนำเที่ยวให้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวเล็กๆ 2-3 คน หรือ 1 ครอบครัว โดยจัดซื้อตั๋วโดยสาร จองที่พักโรงแรม หามัคคุเทศก์ไว้ให้ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ นั้น เสียเงินเหมาจำนวนหนึ่งให้แก่ บริษัทหรือตัวแทนนำเที่ยว

3) การท่องเที่ยวตามคาบเวลาท่องเที่ยว

ได้แก่ การท่องเที่ยวคาบเวลายาว การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น และการท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ โดยที่องค์การการค้าโลก (World Tourism Organization ; WTO) เรียกว่า excursion หรือ ทักษนาจร

3.1) การท่องเที่ยวตามเวลายาว ซึ่งถ้าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการศึกษา ก็จะหมายถึงการพักอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่ง เป็นคาบเวลายาวเป็นสัปดาห์ ๆ หรือเป็นเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก คาบเวลา อาจจะยาวนานเหมือนกัน แต่สถานที่ท่องเที่ยวเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ เช่น อาจใช้เวลา 2-3 เดือน สำหรับท่องเที่ยว 11-12 ประเทศในยุโรป เป็นต้น

3.2) การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2-3 วัน ถึงประมาณ 10 วัน ถ้ามีจำนวนนักท่องเที่ยวแบบนี้มาก ความสำคัญทางเศรษฐกิจก็เป็นเรื่องที่ต้องคิดถึง แต่ในทางสังคมวิทยาแล้วมีความสำคัญมากสำหรับผู้ที่ไม่มีโอกาสไปเที่ยวพักผ่อนได้นาน ๆ ในปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทนี้มีมากที่สุด

3.3) การท่องเที่ยวแบบทัศนจร หรือที่ องค์การการค้าโลก (World Tourism Organization ; WTO) เรียกว่า excursion และได้กำหนดบทนิยามว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีการพักค้างคืน การทัศนจรมีความสำคัญเป็นพิเศษสำหรับผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ใกล้ ๆ พรมแดน โดยเฉพาะเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนหรืออัตราภาษีให้ความได้เปรียบแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ก็จะมีการทัศนจรข้ามพรมแดน เพียงเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว การท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับเป็นส่วนสำคัญยิ่งของการท่องเที่ยวภายในประเทศ

4) การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว

หมายถึงการท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสาร ในประเทศที่มีพรมแดนติดกัน การท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะเป็นการกระทำอย่างเป็นปกติธรรมดา การท่องเที่ยวแบบคาราวาน ซึ่งประกอบด้วย รถยนต์ส่วนบุคคลหลายสิบกัคน แต่ละคันบรรทุกนักท่องเที่ยวกลุ่มละ 3-4 คน ซึ่งอาจเป็นเพื่อน หรือสมาชิกในครอบครัวก็เป็นที่นิยมเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวที่ใช้พาหนะต่างๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

5) การท่องเที่ยวแบบบวกับแบบลบ

ในเรื่องการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลกระทบถึงดุลการค้าระหว่างประเทศนั้น อาจจัดแบบการท่องเที่ยวแบบบวก และการท่องเที่ยวแบบลบ ถ้านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศกลุ่มหนึ่งเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหนึ่ง และนำเงินตราต่างประเทศมาใช้ในประเทศนั้น ก็จัดเป็นนักท่องเที่ยวแบบบวกของประเทศนั้น แต่ถ้าคนในประเทศนั้นออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวของเขาก็เป็นการท่องเที่ยวแบบลบสำหรับประเทศนั้น เพราะเขาต้องเอาเงินตราต่างประเทศไปใช้นอกประเทศ

6) การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย (package tour)

ปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายกันมาก หมายถึงการที่นักท่องเที่ยวจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้แก่บริษัทนำเที่ยวให้เพียงพอ อย่างน้อยที่สุดสำหรับค่าเดินทาง ค่าที่พักแรม และค่าอาหาร อย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย ควรที่จะรวมค่าใช้จ่ายสำหรับรายการพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่งไว้ด้วย เช่น การพาชมโบราณสถานหรือสิ่งน่าดู การพาเข้าไนท์คลับ การเช่าเรือใบ ตัวตุลละคร หรือโอเปร่า หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง นอกเหนือไปจากปัจจัยแท้ๆ ของการท่องเที่ยว อันได้แก่ การเดินทาง การพักแรม และการกิน

จากการจัดจำพวกของนักท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวจำพวกการท่องเที่ยวส่วนบุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อฝูง โดยไม่ต้องใช้บริการของผู้ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว หรือใช้บริการเพียงบางเรื่อง และเป็นการท่องเที่ยวแบบไม่มีการพักค้างคืน

จากการศึกษาของทศไนย สุนทรวิภาต (2532) พบว่า ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเรียงตามอันดับดังต่อไปนี้ คือ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มิตรภาพของคนไทย การแสดงศิลปะพื้นเมือง ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย อาหารสถานเริงรมย์และการจับจ่ายซื้อของอื่น ๆ และความมั่นคงปลอดภัย เป็นอันดับสุดท้าย

ดร.นิคม จารุมณี (2535 : 53, 181, 183, 186) กล่าวว่า องค์ประกอบประการหนึ่งที่ช่วยแยกแยะความแตกต่างของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ออกไปจากบริการและการผลิตสินค้าอื่น ๆ ซึ่งผู้บริโภคต้องซื้อหาและใช้ก็คือการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวซึ่งมิใช่ตัวสินค้า (Products) ซึ่งเป็นผู้เดินทาง สินค้าการท่องเที่ยว (Tourism products) ก็คือการผสมผสานของบริการต่าง ๆ ที่จัดให้แก่ นักท่องเที่ยวผู้ซึ่งจะได้รับผลรวมของประสบการณ์จากการเดินทางและความพึงพอใจ ความสุขใจ

จากผลการสำรวจของ “สวนดุสิตโพล” ระหว่างวันที่ 27-30 ธันวาคม 2540 กับจำนวนนักท่องเที่ยว 1,170 คน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.), 2541 : 28, 33) สรุปว่า สิ่งดึงดูดใจให้ต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทย

อันดับที่ 1 เมืองที่สวยงาม / ประชาชนที่เป็นมิตร	32.74 %
อันดับที่ 2 ดินแดนแห่งประวัติศาสตร์ / วัฒนาอาราม	15.93 %
อันดับที่ 3 วัฒนธรรม / ประเพณีที่งดงาม	15.04 %
อันดับที่ 4 ผู้หญิงสวย	12.39 %
อันดับที่ 5 อาหารอร่อย	11.50 %
อันดับที่ 6 สินค้าพื้นเมืองราคาถูก	7.08 %
อื่น ๆ เช่น ธรรมชาติที่สวยงาม เป็นต้น	5.32 %

จากผลการสำรวจของสวนดุสิตโพล จะเห็นได้ว่าดินแดนแห่งประวัติศาสตร์และวัฒนาอารามเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้ต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทยเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 15.93 % และจากการสำรวจวิจัยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเมื่อกลางปี 2540 มีข้อเสนอแนะว่า ควรที่จะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยโดยตรงไปตรงตามสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน โดยเน้นในเรื่องศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย อาหารไทย สถานที่พัก และความเป็นมิตรไมตรีของไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดในการนำวัฒนาเป็นกรณีศึกษา

2.3 สื่อวีดิทัศน์

2.3.1 ความหมายและคำจำกัดความทางวิชาการของสื่อวีดิทัศน์

คำว่า วิดีโอ ที่ใช้เรียกกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีผู้เรียกชื่อแตกต่างกันไป บางแห่งก็ให้เรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า วิดีโอ (Video) บางแห่งใช้ว่าแถบบันทึกภาพ หรือ เทปโทรทัศน์ หรือเรียกว่า วิดีโอเทป ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ได้บัญญัติศัพท์เรียกวิดีโอว่า “วีดิทัศน์”

ยอร์ช เสมอมิตร (2527 : 12) ได้ให้ความหมาย “วีดิทัศน์” หรือ เทปโทรทัศน์ หรือที่เรียกชื่อในภาษาอังกฤษว่า “Video Tape” เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถบันทึกได้ทั้ง สัญญาณเสียง และสัญญาณภาพจากกล้องโทรทัศน์ หรือรายการโทรทัศน์ลงในแถบสารสังเคราะห์ ที่เคลือบด้วยสารแม่เหล็ก สามารถบันทึกเก็บภาพและเสียง แล้วนำมาเล่นกลับหรือถ่ายทอดเป็น ภาพและเสียงดังเดิมด้วยระบบโทรทัศน์ ออกมาทางเครื่องรับโทรทัศน์

คิด สุวรรณสร (2523 : 10) ได้กล่าวถึงวีดิทัศน์ ไว้ว่า “วิดีโอ” มีความหมายถึงการ บันทึกและถ่ายทอดสิ่งที่บันทึกได้พร้อมเสียง โดยใช้โทรทัศน์เป็นผู้รับสัญญาณอีกทีหนึ่ง หรือพูดง่าย ๆ ก็คือสามารถเก็บภาพที่ถูกบันทึกไว้ได้นานเท่าใด จะนำออกมาแพร่ภาพเมื่อไรก็ได้

เทปบันทึกภาพ (Video Tape) ตามคำจำกัดความของ โอวาท เสด็จต้นดิกุล (2520 : 16) หมายถึง เทปซึ่งเคลือบสารแม่เหล็ก สามารถบันทึกสัญญาณภาพและเสียงจากเครื่องบันทึกภาพ ทำให้ปรากฏภาพและเสียงที่เครื่องรับโทรทัศน์

มณฑิพย์ ดวงเด่น (อ้างถึงในวสารักษ์ แก้วจินดา, 2539 : 15) ได้สรุปความหมาย ของเทปโทรทัศน์ไว้ว่า หมายถึง แถบเทปที่เคลือบด้วยสารแม่เหล็ก สามารถที่จะบันทึกภาพและ เสียง โดยรับสัญญาณจากกล้องโทรทัศน์หรือรายการโทรทัศน์ไว้ในรูปสนามแม่เหล็ก และสามารถ ที่จะเล่นกลับได้ สัญญาณที่เก็บไว้นั้นจะกลับออกมาเป็นภาพและเสียง

Ford Foundation (อ้างถึงในวสารักษ์ แก้วจินดา, 2539 : 15) ให้ความหมายของเทป โทรทัศน์ (Video Tape Recorder) ว่าเป็นอุปกรณ์เกี่ยวกับโทรทัศน์ชนิดหนึ่งที่สามารถบันทึกได้ทั้ง สัญญาณภาพและเสียงที่เหมือนหรือใกล้เคียงกับธรรมชาติ ซึ่งเทปโทรทัศน์นั้นจะหมายถึง 2 กรณี คือ

1) เครื่องเทปโทรทัศน์ หมายถึง เครื่องเล่นวิดีโอเทปที่ใช้ทั้งบันทึก (Record) และเล่น เทป (Play back) ออกทางเครื่องรับโทรทัศน์ (TV Receiver) หรือ ทีวีมอนิเตอร์ (TV Monitor)

2) เทปภาพ หมายถึง วิดีโอเทป หรือเทปบันทึกภาพ หรือเทปโทรทัศน์ทั้งชนิดม้วน และชนิดตลับ

ในปัจจุบัน หน่วยงานทั้งราชการและเอกชนนิยมนำเอาวิดิทัศน์มาใช้กันอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการบันเทิง การค้า การประชาสัมพันธ์ หรือแม้แต่ในวงการศึกษาและยังมีแนวโน้มว่าจะมีการใช้วิดิทัศน์กันมากขึ้น เนื่องจากมีราคาต่ำลงและสามารถใช้ได้คล่องตัว ซึ่งจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป คำว่า “Video Tape” เป็นคำภาษาอังกฤษ ได้นักวิชาการ นักการศึกษา และผู้รู้ได้แปลเป็นภาษาไทยที่ต่างกันออกไป เช่น แถบบันทึกโทรทัศน์ แถบบันทึกภาพ เทปบันทึกภาพ เทปโทรทัศน์ แต่ยังมีไม่น้อยนิยมเรียกทับศัพท์ว่า วิดีโอ หรือ วิดีโอเทป หรือวิดิทัศน์

วิดีโอ หรือ วิดิทัศน์ หมายถึง แถบสารสังเคราะห์เคลือบด้วยแม่เหล็ก สามารถบันทึกสัญญาณภาพและเสียงได้โดยผ่านเครื่องบันทึกภาพ หรืออาจบันทึกโดยตรงจากเครื่องรับโทรทัศน์ และนำมาถ่ายทอดเป็นภาพและเสียง โดยระบบโทรทัศน์ได้อีกครั้ง (วิภาวี ตูยานนท์, 2524 : 107) ซึ่งมีหลายระบบด้วยกัน เช่น ระบบวี เอช เอส (VHS) ระบบเบตาแมกซ์ (Betamax) เป็นต้น (สมชาย ลีตะวงษ์, 2530 : 6) ประกอบไปด้วยเครื่องเล่นวิดีโอเทป ซึ่งจะใช้ได้ทั้งการบันทึกและเล่นเทปปรากฏภาพออกมาทางเครื่องรับโทรทัศน์กับม้วนวิดีโอเทป เป็นแบบม้วนหรือแบบตลับ (สันศักดิ์ ภีบาลสุข, 2527 : 20)

Beadle (อ้างถึงใน มล.ปานทิพย์ ภาณุมาศ, 2526 : 7) กล่าวว่า ถัดจากบ้านและโรงเรียนแล้วข้าพเจ้าเชื่อว่าโทรทัศน์มีความคล่องตัวที่เราจะได้รับอิทธิพลอย่างลึกซึ้งยิ่งในเผ่าพันธุ์ของมนุษยชาติมากกว่าสิ่งอื่นใด มันให้ทั้งการเห็นและการได้ยินพร้อมกัน เป็น “ชีวิต” ที่ถ่ายทอดให้ทันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ได้ถ่ายทอดจากฟิล์มหรือเทปบันทึกภาพก็ได้ และเมื่อเราแพร่ภาพ ณ จุดที่เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ เราจะเห็นภาพและได้ยินเสียง ทำให้รู้สึกเหมือนว่าเข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย

เครื่องเทปโทรทัศน์ (Video Tape Recorder) เป็นอุปกรณ์เกี่ยวกับโทรทัศน์ชนิดหนึ่งที่สามารถบันทึกได้ทั้งสัญญาณเสียงที่เหมือนหรือใกล้เคียงธรรมชาติ (เดชา จันทรภษา, 2525 : 44-46) โดยใช้เทปโทรทัศน์ (Video Tape) เป็นตัวบันทึกภาพและเสียงไว้ในเสียงเทปในรูปของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ซึ่งสามารถลบแล้วบันทึกใหม่หรือบันทึกซ้ำได้ เช่นเดียวกับเทปบันทึกเสียงด้วยรายการที่ถูกบันทึกไว้สามารถนำไปใช้ได้หลายครั้ง และใช้เมื่อใดก็ได้ โดยใช้กับเครื่องเทปโทรทัศน์ (วาสนา ชาวหา, 2522)

จากการให้ความหมายของนักวิชาการ นักการศึกษา และผู้รู้อาจพอสรุปความหมายของวิดิทัศน์ได้ว่า “วิดิทัศน์” หรือเทปโทรทัศน์ หรือวิดีโอเทป หรือเทปบันทึกภาพ หรือวิดีโอ หรือ Video Tape Recorder น่าจะหมายถึงวิดีโอเทปทั้งชนิดม้วนและชนิดตลับทุกระบบที่สามารถบันทึกได้ทั้งภาพและเสียง ทั้งยังสามารถนำกลับมาเสนอฉายเป็นภาพและเสียงได้ในระบบโทรทัศน์

2.3.2 คุณค่า ข้อดี และประโยชน์ของสื่อวีดิทัศน์

ดังได้กล่าวแล้วว่าวีดิทัศน์ได้มีการนำมาใช้แทบทุกวงการไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ การบันเทิง การค้า และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้ให้ความสนใจ และนำสื่อวีดิทัศน์มาใช้กันมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ และเมื่อพิจารณาคุณสมบัติของวีดิทัศน์แล้ว พบว่าวีดิทัศน์มีลักษณะเด่นหลายประการที่จะนำมาใช้เพื่อการศึกษา ดังนี้ (สุดสวาท เกศบุรมย์, 2530 : 11)

1) ความสามารถในการเสนอภาพในแง่มุมต่าง ๆ วิธีถ่ายทำและตัดต่อวีดิโอเทปสามารถแสดงให้เห็นทั้งภาพระยะใกล้ (Close up) และภาพระยะไกล ซึ่งการ Close up ทำให้ผู้ดูได้เห็นสิ่งที่ต้องการจะเน้น หรือนำเสนอได้อย่างชัดเจน ในขณะที่เดียวกันภาพระยะไกลทำให้เห็นสภาพแวดล้อมทั่ว ๆ ไป

2) สามารถเปิดดูรายการได้หลายครั้ง ตามความพอใจ

3) เครื่องเล่นวีดิโอเทปบางรุ่นสามารถหยุดภาพ เลื่อนภาพที่ละเฟรม หรือเล่นภาพซ้ำในส่วนที่ต้องการได้ ทำให้สามารถเห็นความต่อเนื่องของภาพได้อย่างชัดเจน ซึ่งถ้าดูตามปกติคงจะไม่สามารถสังเกตเห็นได้ชัด

4) สามารถลบภาพและเสียงหรือบันทึกใหม่ได้ สามารถบันทึกรายการทีวี หรือจากเทปโทรทัศน์เครื่องอื่นได้ ในขณะที่ดูรายการไปด้วย

5) ในส่วนของผู้ผลิตรายการ หากผลิตรายการครั้งแรก ได้ภาพ หรือเสียงไม่สมบูรณ์สามารถหาภาพหรือเสียงมาใส่แทรกภายหลังได้ ถ้ามีเครื่องตัดต่อโดยไม่จำเป็นต้องทำใหม่ทั้งรายการ

เมื่อพิจารณาคูณค่าพิเศษของเทปโทรทัศน์ ที่มีต่อการศึกษาแล้ว จะเห็นว่ามียุหลายประการ (ชม ภูมิภาค, 2515 : 50-51) กล่าวไว้ดังนี้

1) เป็นเครื่องมือที่จะเข้าถึงคนหมู่มากได้พร้อม ๆ กัน โดยสะดวกและประหยัด

2) เป็นการผสมผสานส่วนที่ดีที่สุดของวิทยุ และโทรทัศน์เข้าด้วยกัน

3) เป็นเครื่องมือที่สามารถเอาชนะอุปสรรคของการเรียนรู้หลายประการ เพราะสามารถที่จะเสนอความคิดสำคัญ สร้างทัศนคติ ให้ข่าวสารสำคัญ โดยไม่จำเป็นต้องมีความสามารถทางภาษาสูง หรือต้องอยู่ ณ สถานที่เหตุการณ์นั้นด้วย

4) เป็นการขยายความสัมพันธ์ส่วนตัวของครูที่เก่ง ๆ หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่ง โดยเฉพาะให้ถึงผู้รับมาก ๆ

5) โทรทัศน์จะช่วยให้เกิดการปรับปรุง และพัฒนาการทางสังคมที่สำคัญ

6) มีความปัจจุบันทันด่วน ทำให้ผู้รับสนใจมากและยอมก่อให้เกิดการเรียนรู้สูง

7) โทรทัศน์สามารถนำเอาอุปกรณ์การศึกษาอื่น ๆ เช่น ของจริง รูปภาพ ภาพยนตร์ และอื่น ๆ เข้ามาใช้ร่วมกันด้วยความสะดวก การใช้อุปกรณ์การศึกษาหลายอย่างร่วมกันเช่นนี้ย่อมทำให้ผู้เรียนเข้าใจดีขึ้น

8) การวิจัยพบว่าโทรทัศน์ให้สอนหลักการความคิดรวบยอดและกฎเกณฑ์ได้ผลดีที่สุด นูญส่ง แจ้งสว่าง และสุรินดา แจ้งสว่าง (2523 : 57-58) ได้กล่าวถึงคุณประโยชน์ของเทปโทรทัศน์ในด้านการผลิต ดังนี้

1) ผลิตได้ง่าย สามารถบันทึกทั้งภาพและเสียงได้พร้อมกัน การบันทึกเสียงเพิ่มเติมก็ทำได้

2) ผลิตได้เร็ว เพราะเมื่อทำการบันทึกเสร็จ ก็ play ดูภาพ และฟังเสียงได้ทันที

3) เตรียมพร้อมได้เสมอ เพราะเทปโทรทัศน์เก็บไว้ไม่มีการหมดอายุ เหมือนฟิล์มภาพยนตร์ ทำให้มีการสต็อกได้ พร้อมทั้งจะทำการบันทึกได้ตลอดเวลา

4) สามารถผลิตเป็นจำนวนมากได้โดยง่าย คือก๊อปปี้ได้ง่ายมาก เพียงแต่มีเครื่องเล่นเทปสองเครื่อง ก็ก๊อปปี้ได้แล้ว

ด้านการใช้งานหรือบริการ

1) สามารถดูซ้ำได้หลาย ๆ ครั้ง

2) สามารถหยุดดูภาพนิ่งได้

3) ดูได้ตั้งแต่กลุ่มเล็ก ๆ จนถึงกลุ่มใหญ่

4) ไม่มีความยุ่งยากในการใช้ เพียงแต่กดปุ่มให้ถูกต้องตามวิธีการใช้

5) การใช้ที่สะดวกอีกอย่างหนึ่ง คือ เมื่อ play เทปดูไปถึงตรงกลางเรื่องต้องการเปลี่ยนเรื่อง ก็กดปุ่ม stop เทป และ Eject เอาเทปออกได้เลย

6) สามารถก๊อปปี้จำหน่าย หรือแจกจ่ายไปได้ง่าย รวดเร็ว และราคาถูก

จากข้อดี ลักษณะเด่น และประโยชน์ของวิดิทัศน์ดังกล่าวนี้ สามารถนำมาใช้เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ได้

2.3.3 ชนิดของสื่อวีดิทัศน์

ชนิดของวิดีโอเทปที่นิยมใช้ในทางการศึกษา (บุญส่ง แจ่มสว่าง, 2524 : 125) พอสรุปได้ดังนี้

1) แบบ open reel บริษัท แอมแพ็กซ์ จำกัด แห่งประเทศอเมริกาเป็นผู้ผลิตในปี พ.ศ. 2508 ขนาดความกว้างของเส้นเทปจะมีตั้งแต่ $\frac{1}{2}$ นิ้ว 1 นิ้ว และ 2 นิ้ว แต่ในปัจจุบันได้มีการหยุดผลิตแล้ว

2) แบบ Cassette บริษัท โซนี่ แห่งประเทศญี่ปุ่น เป็นผู้ผลิตเส้นเทปจะถูกรบรรจุในตลับ มีความสะดวกต่อการใช้ ที่นิยมมี 3 ขนาด คือ $\frac{1}{4}$ นิ้ว $\frac{1}{2}$ นิ้ว และ $\frac{3}{4}$ นิ้ว แต่ขนาด $\frac{3}{4}$ นิ้ว ในปัจจุบันไม่เป็นที่นิยมใช้

3) แบบ Cassette ขนาด 8 มิลลิเมตร บริษัท โซนี่แห่งประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้ผลิตในปี พ.ศ. 2520 เป็นเส้นเทปที่มีขนาดความกว้างเล็กสุด นิยมใช้ในครอบครัว

2.3.4 ระบบของสื่อวีดิทัศน์

เนื่องจากเทปในระบบต่าง ๆ แม้จะมีขนาดความกว้างของเส้นเทปเท่ากันก็ตามก็จะไม่สามารถนำมาเล่นในเครื่องที่ต่างระบบกันได้ (บุญส่ง แจ่มสว่าง, 2524 : 125) ที่ใช้เกี่ยวกับการศึกษามีดังต่อไปนี้

- 1) ระบบ betamax บริษัท โซนี่ เป็นผู้ผลิตในปี พ.ศ.2519 และนำสู่ท้องตลาด
- 2) ระบบ VHS ย่อมาจากคำว่า Video Home System บริษัท J.V.C เป็นผู้ผลิตและในปี พ.ศ. 2520 นำสู่ท้องตลาด
- 3) ระบบ V.C.R. บริษัท ฟิลลิปส์ เป็นผู้ผลิตลักษณะคล้ายเทป 8 แทรค กล่าวคือ เนื้อเทปจะบรรจุอยู่ในตลับแกนเดียวจึงไม่เป็นที่นิยม
- 4) ระบบ S.V.R. บริษัท กรุนดิกส์ เป็นผู้ผลิตมีลักษณะการบรรจุตลับแบบเดียวกับแบบ V.C.R. แต่ระบบกลไกต่างกัน จึงไม่เป็นที่นิยม
- 5) ระบบ VDO. 2000 บริษัท ฟิลลิปส์ และบริษัท กรุนดิกส์ ร่วมกันคิดค้นและผลิต มีลักษณะเด่นตรงที่สามารถเล่นได้สองหน้า
- 6) ระบบ U-matic นิยมใช้กันมากในวงการโทรทัศน์ ใช้สำหรับการบันทึกการไว้ออกอากาศ เนื่องจากเนื้อเทปมีขนาดกว้างและมีคุณภาพสูง ราคาแพง

จากชนิดและระบบของวิดีโอเทป ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ตลับเทปขนาด $\frac{1}{2}$ นิ้ว หรือ ระบบ VHS ซึ่งนิยมใช้ในครอบครัว เนื่องจากมีราคาถูก และในปัจจุบันได้มีการพัฒนาคุณภาพของเครื่องเล่นวีดิทัศน์ให้มีประสิทธิภาพสูงและมีรูปแบบที่เหมาะสมมากขึ้น



2.3.5 ขั้นตอนการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อใช้ในการศึกษา

ลำดับขั้นตอนการผลิตวิดีโอเทปเพื่อใช้เป็นบทเรียน (บุญส่ง แจ่มสว่าง, 2524 : 126) มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การวางแผน (Planning) กำหนด เนื้อหา วิธีการ
2. การรวบรวมเอกสารและงานวิจัย (Collection of Materials and Research)
3. คัดเลือกเอกสารและวัสดุต่าง ๆ (Selection of Materials)
4. เขียนบทรายการ (Script Writing)
5. การเตรียมการเพื่อการบันทึกรายการ (Preparation for Video Recording)
6. การเตรียมการด้านศิลปกรรม (Artwork)
7. การเตรียมอุปกรณ์และวัสดุการสาธิต (Equipment and Material for Demonstration)
8. การบันทึกภาพ (Video Recording)
9. การตัดต่อ (Editing)
10. การบันทึกเสียง (Sound Recording)
11. การฉายทดลอง (Preview) และปรับปรุง
12. การนำไปใช้ (Utilization of Programme)
13. การประเมินผล (Evaluation)

2.3.6 การเขียนบทเพื่อการถ่ายทำวีดิทัศน์

การเขียนบทเพื่อการถ่ายทำวีดิทัศน์ มีขั้นตอนที่ผู้เขียนจะต้องพึงยึดถือเพื่อเป็นหลักปฏิบัติ (บุญส่ง แจ่มสว่าง, 2524 : 127) ดังนี้

- 1) กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย (Target Audience) ผู้เขียนบทต้องกำหนดลงไปให้แน่นอนว่า กลุ่มผู้ชมเป็นเป้าหมายกลุ่มใดซึ่งต้องเป็นกลุ่มเดียวเท่านั้น
- 2) วัตถุประสงค์ของรายการ (Programme Objective) ควรมีเพียงวัตถุประสงค์เดียว
- 3) ความยาวของรายการควรกำหนดให้แน่นอน เช่น 3 นาที 5 นาที
- 4) ค้นหาและรวบรวมข้อมูล (Information Gathering) สำหรับประกอบการคิดและจัดสรรเนื้อหาของรายการ

5) ลำดับเนื้อหา (Editorial Running Order) โดยคำนึงถึง

5.1) วิธีการนำเสนอ (Presentation Technique) ซึ่งอาจจะเป็นการสาริต บรรยาย เป็นต้น

5.2) การเสนอภาพที่ต้องการใช้ปรากฏในจอโทรทัศน์เพื่อถ่ายทอดเนื้อหา

6) ลำดับภาพ (Picture Runing Order) การทำแผนภาพที่จะนำเสนอ

7) สถานที่การถ่ายทำต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าเป็นการถ่ายทำในหรือนอกสถานที่

สรุป หลักการสำคัญในการเขียนบทเพื่อการถ่ายทำวิดีโอ จำเป็นที่จะต้องเขียนให้ภาพสามารถบรรยายความหมายได้ ส่วนเสียงนั้นเพื่ออธิบายความหมายของภาพให้ชัดเจนขึ้น และเพื่อให้เนื้อหาสมบูรณ์ขึ้นเท่านั้น

2.3.7 การถ่ายทำที่ไม่มีบท

ในการถ่ายทำบางครั้งสภาพความจำเป็นทำให้ไม่สามารถกำหนดบทได้ทัน เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในทันทีทันใด กรณีนี้ก็ควรวางแผนและศึกษาเรื่องราว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไว้ล่วงหน้า คำตอบที่ได้ อาจจะเป็นแนวทางในการเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือ

2.4 วัด

2.4.1 ความหมายของวัด

วัด คือ สถานที่ทางศาสนา โดยปกติมีโบสถ์ วิหาร และที่อยู่ของสงฆ์ หรือนักบวช เป็นต้น ในทางพระพุทธศาสนานั้น วัดคือศาสนสถานในพระพุทธศาสนา เป็นที่อยู่อาศัยของพระภิกษุสงฆ์ และเป็นศูนย์กลางของสังคมพุทธศาสนิกชนทุกคน ทั้งทางด้านจิตใจและกิจกรรมตามประเพณีนิยม (กรมการศาสนา, 2525 : น. 1)

วัด คือ สถานที่ทางศาสนา ตามปกติแล้วจะมีเสนาสนะและอาคารถาวรวัตถุต่าง ๆ เป็นที่พำนักอยู่อาศัย ศึกษาปฏิบัติธรรมวินัย และประกอบศาสนกิจของพระภิกษุสงฆ์ ตลอดจนเป็นที่บำเพ็ญกุศลต่าง ๆ ของพุทธบริษัทโดยทั่วไป นอกจากนี้ วัดยังเป็นศูนย์กลางบริการทางการศึกษาและทางสังคมอีกด้วย (กรมการศาสนา, มปป : น.1)

2.4.2 ความสำคัญของวัด

สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับมาเยือนเมืองไทยสนใจและชอบไปดู ได้แก่ ศิลปกรรมไทย และสถานที่ที่ชอไปเพื่อชมศิลปกรรมนี้ ได้แก่ วัด วัดไทยมีศิลปกรรมไทยอยู่มาก มีตั้งแต่ภาพเขียนขนาดเล็กซึ่งอยู่ตามบานประตูต่าง ๆ ไปจนถึงภาพเขียนขนาดใหญ่บนฝาผนัง (mural painting) ภาพปูนปั้นและภาพปูนสูง (Bas relief) และ (High relief) ตามบานหน้าต่าง ฝาผนัง หน้าบัน และเชิงอาคาร นอกจากนี้ยังมีรูปปั้น (Sculpture) ซึ่งอาจอยู่ลอย ๆ หรืออยู่ติดกับฝาผนัง อาจอยู่ในอาคารหรือนอกอาคาร และในบางแห่งอาจจะมีลายฝังมุก (Pearl inlay) ที่ทำด้วยฝีมือประณีต (ไพฑูรย์ พงศบุตร และคณะ 2531 : 143, 219-224, 263-267) ซึ่งสถานที่ที่ผู้วิจัยใช้เป็นกรณีศึกษา คือวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

2.4.3 วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

2.4.3.1 สภาพฐานะและที่ตั้งวัด

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรมหาวิหารตั้งอยู่เลขที่ 2 แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีอาณาเขตติดต่อกับสถานที่ต่าง ๆ ดังนี้

ทิศเหนือ ติดกับถนนท้ายวัง พระบรมมหาราชวัง

ทิศตะวันออก ติดกับถนนสนามชัย กรมการรักษาดินแดน (สวนเจ้าเชตุเดิม)

ทิศตะวันตก ติดกับถนนมหาราช ตลาดท่าเตียน

ทิศใต้ ติดกับถนนซอยแยกธาตุ กระทรวงพาณิชย์

เนื้อที่ มีที่ดินทั้งหมด 50 ไร่ 38 ตารางวา ลักษณะพื้นที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าเป็นที่ราบลุ่ม แบ่งออกเป็น 2 เขตคือ เขตพุทธาวาส อยู่ด้านเหนือ และเขตสังฆาวาสอยู่ด้านใต้

2.4.3.2 ความเป็นมา

วัดนี้เดิมชื่อว่าวัดโพธาราม ชาวบ้านเรียกกันสั้น ๆ ว่า วัดโพธิ์ เป็นวัดโบราณสร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ระหว่างปี พ.ศ. 2231 – 2246 รัชกาลสมเด็จพระเพทราชาต่อกับรัชกาลสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ไม่ปรากฏนามผู้สร้าง เป็นวัดราษฎร์เล็ก ๆ อยู่ในเขตตำบลบางกอกปากน้ำเจ้าพระยา เมืองธนบุรี

เมื่อสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ได้ทรงสถาปนากรุงธนบุรีเป็นเมืองหลวงและทรงกำหนดเขตทั้งสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา อยู่ในเขตกลางเมืองหลวง วัดโพธารามตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งอยู่ในเขตพระมหาราชด้วย จึงได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นพระอารามหลวง มีพระราชอาณาปกครองตั้งแต่นั้นมา

ความสำคัญของวัดโพธาราม เริ่มปรากฏเด่นชัดในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 ทรงย้ายพระมหาราชมาตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกฝั่งเดียว ทรงสร้างพระบรมมหาราชวังขึ้นและทรงเห็นว่าวัดอยู่ใกล้ชิดพระบรมมหาราชวัง 2 วัด คือวัดสลัก (วัดมหาธาตุ) อยู่ทิศเหนือ วัดโพธารามอยู่ทิศใต้ จึงโปรดให้สถาปนาวัดโพธารามเป็นวัดวังหลวงแล้วสร้างใหม่หมดทั้งพระอารามด้วยการจัดทำตามแบบแปลนแผนผังที่เป็นระเบียบแยกเขตพุทธาวาสและสังฆาวาสออกจากกันเป็นสัดส่วน โดยมีถนนเขตพนักันกลางแบ่งเขตทั้งสอง มีกำแพงล้อมรอบเป็นเอกเทศ

การก่อสร้างในสมัยรัชกาลที่ 1 เริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2332 กว่าจะเสร็จเรียบร้อยก็กินเวลานานถึง 7 ปี 5 เดือน 28 วัน ยังไม่ได้ทำพิธีมอบถวายสงฆ์และทำการฉลองวัดต้องรอเวลาอีกหลายปีจึงมีการฉลองวัด รัชกาลที่ 1 ได้พระราชทานนามวัดโพธารามใหม่ว่า “วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาวาส” ต่อมารัชกาลที่ 4 ได้ทรงเปลี่ยนสร้อยนามวัดเสียใหม่ว่า “วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม”

พระราชกรณียกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของรัชกาลที่ 1 เกี่ยวกับการสถาปนาพระอารามนี้ คือ โปรดให้อัญเชิญพระพุทธรูปสมัยต่างๆ มีหลายปาง จำนวนมากกว่า 1,000 องค์ จากวัดร้างในหัวเมืองทางภาคเหนือ เช่น สุโขทัย พิษณุโลก ทางภาคกลาง เช่น อุทงษ์ สุพรรณบุรี ลพบุรี เป็นต้น ที่สมบูรณก็มี ที่ชำรุดบางส่วนก็มี แล้วให้ช่างต่อเติมเสริมแต่ง ช่อมให้สมบูรณประดิษฐานไว้ ณ พระระเบียงพระอุโบสถทั้งชั้นนอกและชั้นใน ในวิหารทิศทั้ง 4 แห่ง วิหารคด และพระระเบียง พระมหาเจดีย์ เป็นต้น

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 ทรงเห็นว่าวัดพระเชตุพนฯ อยู่ในสภาพชำรุดทรุดโทรมมาก จึงโปรดให้บูรณะปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่ พร้อมทั้งสร้างปูชนียวัตถุสถานเพิ่มเติมและอาคารบางหลังให้กว้างใหญ่กว่าเดิม เพราะทรงมีพระราชประสงค์ที่จะทะนุบำรุงพระอารามนี้ให้รุ่งเรืองสุดยอด ทรงมีพระราชดำริที่จะให้เสมือนหนึ่งกรุงศรีอยุธยาที่เคยรุ่งเรืองมาแล้ว โดยมีวัดวาอารามที่สวยงามสง่าเป็นจำนวนมากประดับพระนคร นายช่างทุกประเภทจึงทำงานด้านศิลปกรรมของพระอารามนี้อย่างสุดฝีมือ ฉะนั้นศิลปะชิ้นเอกหลายอย่างจึงมีขึ้นในรัชกาลนี้ เช่น ประติมากรรมพระอุโบสถประดับมุก ซึ่งเป็นงานละเอียดประณีตวิจิตรบรรจงประเภทหนึ่ง

พระราชกรณียกิจที่สำคัญยิ่งของรัชกาลที่ 3 ที่สืบผลมาจนทุกวันนี้ คือสถาปนาโรงเรียนข้าราชการทุกสาขาวิชาปรากฏอยู่ทั่วเขตพุทธาวาสของพระอาราม เพราะพระมหากษัตริย์องค์นี้จะให้วัดนี้เป็นแหล่งศึกษาเล่าเรียนของประชาชนทุกชั้น เปรียบเสมือนเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศไทยก็ว่าได้ การบูรณะปฏิสังขรณ์และก่อสร้างพระอารามในสมัยรัชกาลที่ 3 ต้องใช้เวลานานถึง 16 ปี จึงเสร็จเรียบร้อย

2.4.3.3 การศึกษาและการสาธารณสุขสงเคราะห์

สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงบูรณปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพนฯ ก็คือการทะนุบำรุงการศึกษาของประชาชนให้มีผลเป็นทวีคูณ โดยอาศัยวัดเป็นศูนย์กลางแห่งการศึกษา กล่าวถึงมีพระราชประสงค์พิเศษที่จะให้วัดพระเชตุพนฯ เป็นแหล่งเล่าเรียนวิชาความรู้ของปวงชน โดยไม่จำกัดชั้นบรรดาศักดิ์ ถ้าจะเรียกอย่างทุกวันนี้ก็คือจะให้เป็นมหาวิทยาลัย เพราะสมัยนั้นตำรับตำราต่าง ๆ และครูอาจารย์หายาก ผู้มีตำราอยู่ก็หวงและปิดบังไว้ จึงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้รวบรวมเลือกสรรตำราต่าง ๆ มาตรวจตราแก้ไขจนถูกต้องแล้วจึงโปรดให้จารึกแผ่นศิลาประดับไว้ในพระอาราม พร้อมทั้งรูปเขียนและรูปปั้นประกอบตำรา ใครมีใจรักวิชาอย่างใดก็สามารถเล่าเรียนได้จากศิลาจารึกนั้น ซึ่งมีหลายอย่าง ทั้งเป็นความรู้ทางพระพุทธศาสนา วรรณคดี โบราณคดี ศาสตร์าคม ตำรายา ตำราหมอนวด เป็นต้น นับว่าเป็นวิธีบำรุงการศึกษาแนวใหม่ที่ไม่มีพระมหากษัตริย์พระองค์ใดเคยกระทำมาก่อน

ทุกวันนี้การจัดการศึกษาในวัดพระเชตุพนฯ จัดไว้อย่างสมบูรณ์ทั้งทางโลก และทางธรรม รวมทั้งจัดสถานสงเคราะห์ เช่น หอสมุดไว้ เพื่อพระภิกษุสามเณรและประชาชนทั่วไปได้ศึกษาค้นคว้าด้วย

การศึกษาทางโลกนอกจากที่กล่าวมาแล้วก็ยังมีโรงเรียนระดับประถมศึกษาและอาชีวศึกษา เป็นทั้งของรัฐและของราษฎร ส่วนการศึกษาทางธรรมทางวัดก็จัดโรงเรียนปริยัติธรรมไว้ให้ภิกษุสามเณรได้ศึกษาหาความรู้อย่างทั่วถึงจำนวน 4 แห่ง ปีหนึ่ง ๆ จะมีจำนวนนักเรียนทั้งปริยัติธรรมบาลี และปริยัติธรรมนักธรรม เป็นจำนวนมากเข้าศึกษา ทั้งนี้เพราะทางวัดมีสถานที่ดี และมีคณาจารย์ที่ทรงคุณวุฒิอยู่พร้อมมูลนั่นเอง

2.5 ศิลปะ และวัฒนธรรมไทย

2.5.1 ความหมายของศิลปะ (ธิดา ชมภูนิช และคณะ, 2526 : 1-3)

พจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 อธิบายความหมายของศิลปะไว้ว่า “ศิลปะ หมายถึง ฝีมือ ฝีมือทางการช่าง การแสดงออกมาให้ปรากฏขึ้นได้อย่างงดงาม น่าพิชม และเกิดอารมณ์สะเทือนใจ”

ตามศัพท์ภาษาอังกฤษอธิบายคำว่า “ART” ไว้ว่า The work of man, human skill, (Contrasted with the work of nature) The creation or expression of what is beautiful.

อริสโตเติล นักปราชญ์ผู้มีชื่อเสียงในอดีต ได้นิยามความหมายนี้ว่า “ศิลปะ คือ การถ่ายทอดธรรมชาติ แต่มิได้หมายความว่าศิลปะคือการเลียนแบบธรรมชาติเสียทุกอย่าง แต่ศิลปินต้องมีหน้าที่เข้าใจธรรมชาติ ศึกษาหาความจริงจากธรรมชาติ แล้วรู้จักถ่ายทอดธรรมชาติออกมา โดยคัดเลือกตัดตอนเอาเฉพาะที่เป็นความงาม หรือเกิดความประทับใจมาปรุงแต่งงานศิลปะ แม้ธรรมชาติจะมีความสวยงามสดงดงาม ช่วยจรรโลงโลกให้น่าอยู่ และให้ความสดชื่นรื่นรมย์เพียงใด แต่ธรรมชาติก็ทำให้ได้เป็นศิลปะไม่ ตราบใดที่ปราศจากมนุษย์เข้ามาเกี่ยวข้อง”

ศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี อธิบายไว้ในหนังสือศิลปะสงเคราะห์ว่า “ศิลปะ หมายถึง งานอันเป็นความพากเพียรของมนุษย์ ซึ่งต้องใช้ความพยายามด้วยมือ และด้วยความคิด”

Freud (อ้างถึงในอารียา คลังชำนาญ, 2541 : 54-59) กล่าวว่า “ศิลปะคือการแสดงออกของจินตนาการ เพื่อสนองความต้องการให้เต็มตามความประสงค์” Iyengar กล่าวว่า “ศิลปะ คือกิจกรรมที่มีความงามเป็นจุดมุ่งหมาย หรือมุ่งเพื่อสร้างความงาม” และกอม บริช (Gombrich) กล่าวว่าการที่เราจะ Representation อะไรก็ตาม จะมีความรู้สึกของเราและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะเป็นการ Transform หรือการถ่ายทอดออกมาจากตัวเรา จากความคิดสร้างสรรค์ล้วน ๆ ไม่เกี่ยวข้องกับความงามของวัตถุในธรรมชาติ จึงทำให้งานศิลปะมีคุณค่าในตัวเอง

ความคิดเห็นจากนิยามต่าง ๆ พอจะสรุปได้ว่า ศิลปะจะเกิดขึ้นได้นั้นต้องเกิดจากมนุษย์ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้น แล้วมนุษย์สอดแทรกกลิ่นกรองจากอารมณ์ ความรู้สึก ความพากเพียร พยายาม ค้นหา เปรียบเทียบ ตัดทอน เพิ่มเติม ดัดแปลง จากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมเหนือธรรมชาติ และกาลเวลา ประภาสออกมาให้มวลมนุษย์ด้วยกันเข้าใจ ยึดถือเป็นหลักปฏิบัติร่วมกันด้วย

ศิลปกรรม หมายถึง สิ่งของวัตถุที่สร้างขึ้นอย่างมีระบบ เป็นเอกลักษณ์วิชาช่างในสมัยนั้นๆ บางอย่างก็หลงเหลือมาถึงปัจจุบัน และสิ่งของวัตถุที่สร้างต่อไปอย่างมีเอกลักษณ์บ่งบอก (พระศรีพัชรโรดม, 2539 : 103-104)

ศิลปกรรม คือ สิ่งที่มีมนุษย์ได้สร้าง หรือกำหนดขึ้นทั้งในอดีต และปัจจุบัน ด้วยความสามารถ สถิติปัญญา กำลังกาย กำลังใจ และได้รับการยกย่องว่ามีคุณค่าในทางศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และเทคโนโลยี (สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม, มปป. : 32)

ศิลปกรรม หมายถึง มรดกทางวัฒนธรรมตามความหมายของที่ประชุมองค์การ UNESCO ประกอบด้วย คุณลักษณะ 3 ประการ ดังนี้

1) อนุสรณ์ (monuments) ได้แก่ ผลงานทางสถาปัตยกรรม ผลงานทางประติมากรรม และจิตรกรรม อันทรงความสำคัญส่วนประกอบหรือโครงสร้างทางโบราณคดี จารึกถ้ำที่อยู่และส่วนผสมกันของคุณลักษณะเหล่านี้ อันมีคุณค่าดีเด่นในด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือเทคโนโลยี

2) กลุ่มอาคาร (groups of buildings) กลุ่มของอาคารที่แยกกันหรืออยู่ต่อเนื่องกัน ซึ่งโดยลักษณะทางสถาปัตยกรรมความร่วมลักษณะกัน หรือที่ตั้งอันเหมาะสมในภูมิทัศน์ ได้ทำให้เกิดคุณค่าดีเด่นในด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะหรือเทคโนโลยี

3) สถานที่ (sites) ผลงานของมนุษย์หรือผลงานอันผสมกันของธรรมชาติและมนุษย์ และพื้นที่ อันรวมทั้งโบราณสถานซึ่งมีคุณค่าดีเด่นในด้านประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ชาติวงศ์วิทยาหรือมานุษยวิทยา

ประพัฒน์ กุสุมานนท์ (2539 : 81) กล่าวว่า ศิลปกรรม และสถาปัตยกรรมที่อยู่รอบ ๆ ตัวนั้น สามารถบอกพื้นเพความเป็นมาของมนุษย์นั้นได้เป็นอย่างดี หลายแห่งเป็นที่ยึดเหนี่ยวทางด้านจิตใจ เป็นสื่อทำให้เกิดพลังมวลชนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งทางด้านพัฒนา พักผ่อน หย่อนใจ ศาสนา วันสำคัญของชาติ และวัฒนธรรมประเพณี หลายกิจกรรมที่ใช้แหล่งของสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมเป็นสื่อทั้งสิ้น

สำหรับสิ่งก่อสร้างที่เป็นศิลปกรรมในวัดนั้นแบ่งออกเป็น 3 เขต ตามรัตนะ 3 คือ พระพุทธรูป พระธรรม พระสงฆ์ คือ

1) เขตพุทธาวาส หมายถึง เขตที่ประทับอยู่ของพระพุทธเจ้า คือ เขตที่มีอุโบสถ (ถ้าเป็นพระอารามหลวงเรียกว่า พระอุโบสถ) วิหาร และเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุจะล้อมกำแพงหรือสร้างวิหารคดเป็นเขต ภายในบริเวณนี้จะถือเป็นเขตศักดิ์สิทธิ์ เมื่อเข้าไปแล้วจะต้องแสดงความเคารพ ถ้าเป็นคนโบราณจะไม่สวมรองเท้าหรือกางร่มเข้าไป สิ่งก่อสร้างในบริเวณนี้จะต้องรักษาเอกลักษณ์อย่างรัดกุม และใคร ๆ รวมทั้งพระสงฆ์สามเณร ก็ห้ามเข้าไปอาศัยอยู่ในเขตนี้ หากมีเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ จะต้องสร้างไว้หลังอุโบสถเพราะว่าเวลาพระสงฆ์เข้าไปทำวัตร เข้าเย็น จะหันหน้าไปทางหลังอุโบสถ เป็นการนมัสการพระบรมสารีริกธาตุไปด้วย ส่วนวิหารนั้นส่วนใหญ่จะประดิษฐานหลวงพ่อดังศักดิ์สิทธิ์ (พระพุทธรูป) หรือไม่กี่เป็นที่เก็บพระพุทธรูป

ต่าง ๆ นิยมสร้างขนานเรียงกันกับอุโบสถ เขตพุทธาวาสนี้จะต้องจัดทัศนียภาพให้ร่มรื่น เงียบสงบ มองเห็นแล้วให้เกิดความเคารพ และตั้งอยู่ในที่เด่นเป็นสง่า

2) เขตธรรมาวาส หมายถึงเขตที่ตั้งของศาลาการเปรียญ หอกลาง หอระฆัง เป็นต้น เขตนี้เป็นเขตที่ค่อนข้างจะไม่สงบ ไม่ควรตั้งให้ชิดเขตพุทธาวาส แต่ควรตั้งอยู่ในสถานที่เหมาะสม และสวยงาม ควรตั้งอยู่แนวเดียวกับเขตพุทธาวาสให้มีความเด่นเป็นสง่า ในเวลาที่จะใช้ประกอบพิธีกรรม ทางด้านหน้าศาลาควรจะเป็นลานวัด หรือจะยาวเป็นลานเดียวกัน เขตพุทธาวาสก็จะดูเด่น ลานวัดควรตกแต่งด้วยถนน ไม้ดอก ไม้ประดับ ไม้พุ่ม ไม้ร่ม และลานหญ้าที่เห็นว่าเหมาะสม สำหรับเขตธรรมาวาสนี้วัดควรมีขอบเขตให้เป็นสัดส่วนด้วย

3) เขตสังฆาวาส หมายถึงกุฏิสงฆ์ ควรตั้งอยู่เป็นกลุ่มรวมกัน หรือเป็นคณะ ๆ แล้วแต่กรณี แล้วล้อมรั้วเขตสังฆาวาสเช่นเดียวกัน สถานที่ตั้งหากเป็นไปได้ ควรจะตั้งอยู่เขตมุมวัดติดเขตทางด้านตะวันตกเฉียงใต้ของอุโบสถ แต่ระวังอย่าให้หลังกุฏิอยู่ใกล้หลังบ้านของประชาชน และสิ่งที่ควรระวังอีกอย่างหนึ่ง คือ อย่าให้สิ่งก่อสร้างอยู่ใกล้หรืออยู่ด้านหน้าและด้านหลังของอุโบสถ หรือเหลื่อมไปทางหน้าอุโบสถ ที่เรียกว่าพระพุทธรูปหรือพระประธานนี้เป็นตำราโบราณ

2.5.2 ความหมายของวัฒนธรรมไทย

ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง ให้ใช้แนวทางในการรักษา ส่งเสริมและพัฒนา วัฒนธรรม พุทธศักราช 2529 (หมวด 2) ได้ให้ความหมายธรรมชาติ และความสำคัญของวัฒนธรรม ดังนี้

1) วัฒนธรรมเป็นวิถีการดำเนินชีวิตของสังคมเป็นแบบแผนการประพฤติ ปฏิบัติ และการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจ และซาบซึ้งร่วมกัน ดังนั้น วัฒนธรรมไทยคือ วิถีชีวิตที่คนไทยได้สั่งสม เลือกรสร ปรับปรุง แก้ไข จนถือกันว่าเป็นสิ่งดีงามเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และได้ใช้เป็นเครื่องมือหรือเป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหในสังคม

2) วัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการประพฤติปฏิบัติร่วมกัน เป็นแนวเดียวกันอย่างต่อเนื่องของสมาชิกในสังคม มีการสืบทอดเป็นมรดกทางสังคมต่อกันมาจากอดีต หรืออาจเป็นสิ่งประดิษฐ์คิดค้นสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ หรืออาจรับเอาสิ่งที่เผยแพร่มาจากสังคมอื่น ทั้งหมดนี้หากสมาชิกยอมรับ และยึดถือเป็นแบบแผนประพฤติปฏิบัติร่วมกัน ก็ย่อมถือว่าเป็นวัฒนธรรมของสังคมนั้น

3) วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลา เมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิธีใหม่ที่แก้ปัญหาคือปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่า ย่อมทำให้สมาชิกของสังคมเกิดความนิยม และในที่สุดอาจเลิกใช้วัฒนธรรมเดิม การจะรักษาวัฒนธรรมเดิมไว้จึงต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาวัฒนธรรมนั้นให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย

4) วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชนในสังคมใหญ่ ย่อมมีเนื้อหา รูปแบบ บทบาท และหน้าที่ที่แตกต่างกันไปหากว่าความแตกต่างนั้นไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคมโดยรวม แล้วก็สมควรให้กลุ่มชนทั้งหลายมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมของกันและกัน สภาพความแตกต่างเช่นนี้เป็นธรรมชาติของวัฒนธรรม

5) วัฒนธรรมอาจจำแนกได้เป็นหลายประเภท เช่น วัฒนธรรมประจำชาติ วัฒนธรรมสากล และวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรอบความคิดและวัตถุประสงค์ในการประยุกต์ใช้ของผู้จำแนกการจัดหมวดหมู่ของวัฒนธรรมเพื่อความสะดวกในการสื่อความและการประสานงาน จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานวัฒนธรรม

6) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐานและเครื่องมือสำหรับสร้างเสริมความสามัคคี กลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำให้คนประพฤติดี ปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกันบนผืนแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุขและยามทุกข์

7) วัฒนธรรมเป็นกรอบ และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคม ซึ่งอาจจะช่วยป้องกันและแก้ปัญหาคือปัญหา ตลอดจนตอบสนองความต้องการของสมาชิกและสังคมได้

8) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาติ หรือประจำหมู่คณะ ซึ่งมีส่วนช่วยให้คนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรักความสามัคคีกัน และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะและธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

การให้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” ซึ่งแปลมาจากคำว่า “Culture” ในภาษาอังกฤษนั้น มีการให้ความหมายและนำมาใช้ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นในประเทศไทยหรือต่างประเทศก็ตาม ซึ่งการให้ความหมายและนำมาใช้ดังกล่าวนี้ต่างก็มีส่วนถูกด้วยกันทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้ความหมายและผู้นำมาใช้จะมองวัฒนธรรมในแง่มุมใด ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้อธิบายความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” ไว้มากดังนี้

นิพนธ์ สุขสวัสดิ์ (2521 : 3) ให้ความหมายของวัฒนธรรมว่า วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงามที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้น หรือที่เรียกว่า มรดกทางสังคม เพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ได้รับมาจากบรรพบุรุษ และถ่ายทอดไปให้แก่รุ่น

อ้างอิงในไพโรจน์ บุญปวัฒน์กุล และ วิเชียร เกษประทุม (มปป. : 163) กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ให้ความหมายของวัฒนธรรมว่า หมายถึง ความเจริญในทางความรู้ เช่น วิทยาศาสตร์ ศิลปวิทยา วรรณคดี ศาสนา ขรรณนิยมประเพณี มารยาท และ มล. ปิ่น มาลากุล ให้ความหมาย วัฒนธรรม ว่าหมายถึง สิ่งที่เป็นภาษา วรรณคดีไทย สถาปัตยกรรม ดนตรี การร่ายรำ จิตใจที่เคารพพ่อแม่ ระเบียบประเพณีต่าง ๆ

เด่นดวง พุ่มศิริ (2528 : 84) ให้ความหมายของวัฒนธรรมว่าเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ๆ ตั้งแต่เกิดจนตาย เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของคน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งต้องเจริญขึ้น ดีขึ้น เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อความสุขของส่วนรวม

สิ่งที่ทำให้วัฒนธรรมต้องเปลี่ยนไป คือ ความจำเป็นซึ่งต้องเป็นไปตามความเหมาะสม แต่ถ้าเป็นของสวยงาม สิ่งที่มีคุณค่าทางจิตใจ สิ่งนั้นก็ยังคงอยู่ เช่น ศิลปะทั้งหลายก็เป็นวัฒนธรรม เป็นความดีงามที่มนุษย์ถ่ายทอดออกมา ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ การถ่ายทอดออกมาเป็นรูป ได้แก่ จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม และถ่ายทอดออกมาไม่เป็นรูป ได้แก่ เพลง ดนตรี การฟ้อนรำ วรรณคดี เป็นต้น

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายไว้ 4 นัย ได้แก่

- 1) สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ
- 2) วิถีชีวิตของหมู่คณะ
- 3) ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน
- 4) พฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่คณะผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้ในหมู่พวกของตน

พระเทพเวที (2532 : 18-19) ได้อธิบายความหมายวัฒนธรรม กล่าวคือ

- วัฒนธรรมเป็นผลรวมของการสั่งสมสิ่งสร้างสรรค์และภูมิธรรม ภูมิปัญญา ที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาของสังคมนั้น ๆ
- วัฒนธรรมก็คือ ประสบการณ์ ความรู้ความสามารถที่สังคมนั้นมีอยู่ หรือเนื้อตัวทั้งหมดของสังคมนั่นเอง

สำหรับสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการดำเนินงานทางวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ก็ได้ให้ความหมายและคำอธิบายถึงลักษณะวัฒนธรรมไว้เมื่อคราวจัดทำนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติและแนวทางในการรักษา ส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรม พุทธศักราช 2529 (ดร.รัตนะ บัวสนธ์ และคณะ, มปป. : 5-7) เช่น

- วัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการประพุดติปฏิบัติร่วมกัน เป็นแนวทางเดียวกันอย่างต่อเนื่องของสมาชิกในสังคม มีการสืบทอดเป็นมรดกทางสังคมต่อกันมาจากอดีต หรืออาจเป็นสิ่งประดิษฐ์คิดค้นสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ หรืออาจรับเอาสิ่งที่เผยแพร่มาจากสังคมอื่น ทั้งหมดนี้หากสมาชิกยอมรับและยึดถือเป็นแบบแผนประพุดติปฏิบัติร่วมกัน ก็ย่อมถือว่าเป็นวัฒนธรรมของสังคมนั้น

- วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลาเมื่อมีการประดิษฐ์ หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิธีใหม่ที่ใช้แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่า ย่อมทำให้สมาชิกของสังคมเกิดความนิยม และในที่สุดอาจเลิกใช้วัฒนธรรมดั้งเดิม การจะรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิมจำต้องปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาวัฒนธรรมนั้นให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย

- วัฒนธรรมอาจจำแนกได้เป็นหลายประเภท คือ วัฒนธรรมประจำชาติ วัฒนธรรมสากล วัฒนธรรมเมือง และวัฒนธรรมพื้นบ้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรอบความคิดและวัตถุประสงค์ในการประยุกต์ใช้ของผู้จำแนกการจัดหมวดหมู่ของวัฒนธรรม เพื่อความสะดวกในการสื่อความหมายและการประสานงานอันเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานวัฒนธรรม

- วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาติ หรือประจำหมู่คณะ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้เกิดความรักความสามัคคี และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะ และธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ก็ได้มีความหมายในการทำความเข้าใจให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมใหม่อีกครั้ง โดยการจัดประชุมสัมมนาระดมความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนหนึ่ง ซึ่งก็ทำให้ได้ความหมายของวัฒนธรรมออกเป็นสองระดับ กล่าวคือ

ในระดับความหมายทั่วไป วัฒนธรรมจะหมายถึงวิถีชีวิตของคนในสังคม เป็นแบบแผนการประพุดติ ปฏิบัติ และการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจซาบซึ่งยอมรับและใช้ปฏิบัติร่วมกัน

ในระดับความหมายเชิงปฏิบัติการ วัฒนธรรมจะหมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสมและสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดพฤติกรรมและผลิตผล ทั้งที่เป็นรูปธรรม และนามธรรม

พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พุทธศักราช 2485 ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับวัฒนธรรมไว้ดังนี้ “วัฒนธรรม” หมายความว่า “ลักษณะแสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน”

ตามความหมายนี้ วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

- 1) ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม
 - 1.1) ความเจริญทางวัตถุ หมายถึงมีการกินดี มีที่อยู่อาศัยดี มีเครื่องใช้สอยดี มีการรักษาโรคดี
 - 1.2) ความงอกงามทางจิตใจ หมายถึงความซื่อสัตย์ มีความเมตตา ไม่เห็นแก่ตัว มีความบริสุทธิ์ เป็นต้น
- 2) ลักษณะที่แสดงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย
 - 2.1) ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการแต่งกาย จรรยา มารยาทในที่สาธารณะสถาน หรือที่ปรากฏแก่สาธารณชน
 - 2.2) ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการปฏิบัติตน และการปฏิบัติต่อบ้านเรือน
 - 2.3) ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการประพฤติตนอันเป็นทางนำมาซึ่งเกียรติของชาติไทย และพระพุทธศาสนา
- 3) ลักษณะที่แสดงถึงความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติ
 - 3.1) ความสามัคคีของหมู่คณะ
 - 3.2) ความเจริญก้าวหน้าในทางวรรณกรรม ศิลปกรรม
 - 3.3) ความนิยมไทย
- 4) ลักษณะที่แสดงถึงศีลธรรมอันดีของประชาชน
 - 4.1) การทำตนให้เป็นคนมีศาสนา
 - 4.2) การปฏิบัติตนในหลักธรรมของศาสนา
 - 4.3) การรักษาระเบียบประเพณีทางศาสนา

ศาสนา เป็นรากฐานของวัฒนธรรม โดยที่ศาสนาต่างๆ ย่อมมีหลักคำสอนมุ่งหมายให้ผู้นับถือได้ผลอย่างเดียวกัน คือ ความดี ทำผู้ปฏิบัติตามคำสอนให้เป็นคนดี ถึงแม้ว่าคำสอนของแต่ละศาสนาจะผิดแผกแตกต่างกันบ้าง คือ ละชั่ว ประพฤติดี เป็นหลักธรรมของวัฒนธรรมทางจิตใจ

อนึ่ง ศาสนาย่อมแสดงออกให้เห็นวัฒนธรรมสาขาต่าง ๆ เช่น ศิลปกรรม วรรณกรรม เช่น โบสถ์ วิหาร พระสถูปเจดีย์ เป็นต้น แต่เดิมมาก็เป็นเรื่องที่สืบเนื่องมาจากศาสนาแทบทั้งนั้น

พระพุทธศาสนามีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมของไทยเจริญก้าวหน้าเพราะพุทธศาสนา เช่น ภาพเขียนฝาผนังโบสถ์ เพดานโบสถ์ แบบการก่อสร้างโบสถ์วิหาร การหล่อพระพุทธรูป เจดีย์รูปต่าง ๆ ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมของไทยจึงตรงตาม นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลต่อการศึกษาเล่าเรียน สมัยโบราณวัดเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา พระเป็นครูสอนวิชาความรู้ธรรมอบรมจรรยาบรรณ แม้กระทั่งวิชา ฟันดาบ มวย พระก็เป็นครูสอน ปัจจุบันวัดยังเป็นสถานศึกษาและอบรมจิตใจ

เนื่องจากชาติไทยมิได้อยู่โดดเดี่ยวแต่ชาติเดียวในโลก เราต้องอยู่ร่วมและติดต่อกับชาติต่าง ๆ ทั้งตะวันตกและตะวันออก ในการติดต่อกันนี้ ชาติต่าง ๆ จะพบปะสังสรรค์กันพร้อมกัน นี่ต่างก็รับเอาวัฒนธรรมของกันและกันทั้งทางวัตถุและมีใจวัตถุ รับเอาทั้งใจและไม่ใจ บางทีก็รับเอาทั้งหมด บางทีก็รับเอาบางส่วน บางทีก็รับเอาไปปะปนกับวัฒนธรรมของตน เกิดวัฒนธรรมแบบใหม่ขึ้น ซึ่งลักษณะเช่นนี้จะมีเหมือนกันทุกชาติ นอกจากนี้สัญลักษณ์ของคนไทยที่เราควรจะต้องรักษาและเทิดทูนนั้นคือ ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และวัฒนธรรม เมื่อชาวต่างชาติมาเมืองไทยได้เห็นความเป็นอยู่ของคนไทย เห็นมารยาทของคนไทย เห็นประเพณีอันดีงามของคนไทย ตลอดจนเห็นวัดวาอารามอันเป็นศรีสง่าของชาติ เขาจึงรู้จักเมืองไทยดีขึ้น (ชมรมศาสนาและวัฒนธรรม วิทยาลัยเทคนิคสมุทรสาคร : มปป.)

ลักษณะเด่นของวัฒนธรรมไทย เมื่อมองในแง่ของการพัฒนาประเทศ ได้แก่

1) มีความสามารถในการปรับตัวสูง กล่าวคือ คนไทยโดยทั่ว ๆ ไป ไม่รังเกียจชาวต่างประเทศที่ตนรู้สึกว่าเป็น “เจริญ” กว่าและพยายามจะเลียนแบบพฤติกรรมของชาวต่างประเทศ การที่วัฒนธรรมไทยได้มีการผสมผสานกับวัฒนธรรมอื่น ๆ มากมาย จึงทำให้สังคมมีความคงทนและยืนยงมาได้จนทุกวันนี้

2) มีความยืดหยุ่นสูง หมายถึง ความรู้จักผ่อนผันผ่อนยาว รู้จักเลือกสิ่งที่เหมาะสมและในขณะเดียวกัน ก็ยังสามารถยึดมั่นในลักษณะเดิมที่สำคัญของตนไว้ได้ โดยไม่เปลี่ยนแปลงไปจนขาดเอกลักษณ์ของตนเอง วัฒนธรรมไทยจึงมีลักษณะ “อ่อนนอก แข็งใน”

3) มีความยึดมั่นในความเป็นไทย หมายถึง ความภาคภูมิใจในความเป็นคนไทย แสดงออกเป็นพฤติกรรม การรักพวกพ้อง รักญาติพี่น้อง และรักความเป็นไทยโดยส่วนรวม ซึ่งจะแสดงออกต่อเมื่อมีเหตุการณ์ที่ไม่ปกติเกิดขึ้น

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยและแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ที่นำเสนอรวมทั้งเกิดความต้องการบันทึกภาพส่วนตัวเพื่อเก็บประวัติการท่องเที่ยวของตนเอง พบว่ามีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษา ดังนี้

2.6.1 สื่อวีดิทัศน์

เปื้อง กุมุท (2515 : 3) นักการศึกษาไทยผู้เชี่ยวชาญด้านโสตทัศนศึกษา ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อวีดิทัศน์ต่อการศึกษาว่า สื่อวีดิทัศน์สามารถสร้างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้ดี เพราะมีการเคลื่อนไหวเหมือนภาพยนตร์ ซึ่งเหมือนของจริง และสามารถอัดสำเนาสำหรับแจกไปยังโรงเรียน หรือแหล่งต่าง ๆ ที่ต้องการได้เป็นจำนวนมาก

วิภาวี ตูยานนท์ (2524 : 114) ทำการศึกษาเกี่ยวกับโครงการจัดตั้งหน่วยเทปโทรทัศน์เคลื่อนที่ เพื่อการศึกษานอกโรงเรียน และได้สรุปว่า เทปโทรทัศน์มีคุณสมบัติของโสตทัศนศึกษาอย่างครบถ้วน คือ ให้ข่าวสารแก่ผู้รับได้ทั้งทางประสาทตา และหูรวมกัน ทำให้ผู้รับสารได้รับสารที่จะก่อให้เกิดประสบการณ์ที่เป็นรูปธรรมได้มากขึ้น

สุรินทร์ คล้ายจินดา (2540 : 48) ได้กล่าวถึงกระบวนการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจจะพิจารณาจากความเป็นรูปธรรมจะลึกเข้าไปสู่ความเป็นนามธรรม เช่น การให้ได้รับรู้ด้วยสื่อประเภทภาพนิ่ง ภาพเอกทัศน์ ภาพยนตร์ วีดิทัศน์ และแถบบันทึกเสียง ซึ่งค่อนข้างมีความเป็นนามธรรม

เอ็ดการ์ เดล (อ้างถึงในวสารักษ์ แก้วจินดา, 2539 : 24) กล่าวว่า เทปโทรทัศน์สามารถบันทึกการกระทำ สามารถแก้ไขและปรับปรุงข้อผิดพลาดของการสาธิตให้ดีขึ้น แสดงมุมต่าง ๆ ของวัตถุที่ไม่สามารถมองเห็นด้วยวิธีธรรมดา และสามารถนำมาใช้เพื่อประกอบการอธิบายได้ดี

2.6.2 เพศ

เพศมีผลต่อทัศนคติหรือความพึงพอใจ โดยพบว่าเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงมากกว่าเพศชาย เพราะมักจะชอบประนีประนอมมากกว่า (สุรชาติ ฒ หนองคาย, 2526 : 13)

เพศ เป็นตัวแปรหนึ่งที่น่าจะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาของ ยีฟู ทวน (อ้างถึงในเมตตา เสวตเลข, 2539 : 52) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้ทางสิ่งแวดล้อม ทัศนคติ และ

ค่านิยมของกลุ่มประชาชนกลุ่มต่าง ๆ พบว่า แต่ละบุคคลจะมีส่วนถ่ายทอดลักษณะค่านิยมของตนเองสู่สังคมแตกต่างกัน โดยพบว่าผู้ชายและผู้หญิงจะมีค่านิยมทางสิ่งแวดล้อมของตนเองต่างกัน

ลำพอง ศรีทับทิม (2525 : ก) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันไม่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแควแตกต่างกัน

จินดารักษ์ แสงกาญจนวนิช (2534 : 52) ได้ศึกษาขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน

2.6.3 อายุ

อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด พฤติกรรม จิตใจ และอารมณ์ ซึ่งน่าจะทำให้บุคคลแต่ละวัยมีความคาดหวังแตกต่างกันออกไป จากการศึกษาของ สุโท เจริญสุข (2515 : 89-90) พบว่าอายุเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของบุคคลได้อย่างหนึ่ง บุคคลคนเดียวกันในช่วงอายุที่ต่างกัน จะมีความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งต่างกัน

เกษร กิจเพิ่มพูน (2523 : 57) ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ป่วยที่มีต่อบริการของโรงพยาบาลสมุทรสาคร พบว่า อายุไม่มีความแตกต่างในแง่ของทัศนคติต่อการบริการของโรงพยาบาล

สุรีย์ ชัมเจริญ (2532 : 173) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสวนสัตว์ดุสิต พบว่า กลุ่มประชากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อสวนสัตว์ดุสิตด้านบริการประชาชนแตกต่างกัน

จินดารักษ์ แสงกาญจนวนิช (2534 : 52) ศึกษาขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน

2.6.4 สัญชาติ

สัญชาติ หมายถึง ผู้ที่อยู่ในความปกครองของประเทศชาติเดียวกัน (เปลี่ยน ณ นคร, 2535 : 309) เป็นประเทศที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่เพื่อการดำรงชีพหรืออยู่เป็นการถาวร

Report of an Expert Study Committee (อ้างถึงในนนทิวา เกิดขึ้น, 2533 : 27) ได้กล่าวว่าประชาชนที่อาศัยอยู่ในถิ่นที่ต่างกัน เช่น เมืองกับชนบท จะมีความแตกต่างกันในด้านความรู้สึกนึกคิด ทักษะ และค่านิยม ทั้งนี้เพราะ แบบแผนการดำเนินชีวิต อิทธิพลทางสังคม ตลอดจน ประเพณีและวัฒนธรรมแตกต่างกัน

นนทิวา เกิดขึ้น (2533 : 85) ศึกษา จิตความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า ในการศึกษาเรื่องที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในภาคกลาง มีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพมหานคร ภาคตะวันออก และภาคอื่น ๆ ตามลำดับ จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่ปัจจุบันแตกต่างกัน มีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เสาวณิต ตั้งตระกูล (2533 : 214) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดหัวหิน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่ปัจจุบันแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดหัวหินแตกต่างกัน

ศิริ ศิริวัลย์ (2532 : 173) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชะอำต่อสวนนกชะอำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเขตที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์แตกต่างกัน

2.6.5 ระดับการศึกษา

เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่า การศึกษาเป็นกิจกรรมที่ทำให้คนเราเกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นในด้านร่างกาย และจิตใจ จรรย์ อยู่พรหม (2526 : 106) พบว่า การศึกษาเป็นการพัฒนาคนในด้านกายภาพ อารมณ์ และสติปัญญาเพื่อให้มีอารมณ์มั่นคง มีความประพฤติดี มีความรู้ มีความเฉลียวฉลาด มีวิจรรณญาณ

ศิริ ศิริวัลย์ (2532 : 163) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชะอำต่อสวนนกชะอำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สิทธิรัตน์ ปราจีนบุรวรรณ์ (2531 : 53) ศึกษาเรื่องขีดความสามารถทางสังคมสำหรับการท่องเที่ยวชายหาดชะอำ พบว่า ความแตกต่างระหว่างการศึกษาก่อให้เกิดความแตกต่างในระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายลงมา มีความพึงพอใจที่ระดับ 13 ตารางเมตรต่อคน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าขึ้นไปมีความพึงพอใจที่ระดับ 18 ตารางเมตรต่อคน ซึ่งความแตกต่างนี้มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

นันทิวา เกิดชื่น (2533 : 84) ศึกษา ขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า มีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ประโยควิชาชีพชั้นต้น อนุปริญญาตรี ประโยควิชาชีพชั้นสูง ประโยควิชาชีพเทคนิค และประถมศึกษา ตามลำดับ จากการทดสอบทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจึงน่าจะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน

2.6.6 อาชีพ

ลำพอง ศรีทับทิม (2535 : 78) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ (ทำงานบ้าน เลี้ยงหลาน ทำเหมืองแร่) มีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ-รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง ค้าขาย และนักเรียน นิสิต นักศึกษา จะมีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น และเมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยใช้ F-test พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศิริ ศิริวัลย์ (2532 : 163) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชัยนาทต่อสวนนกชัยนาท พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จินดารักษ์ แสงกาญจนวนิช (2534 : 53) ศึกษาขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษามีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ ลูกจ้าง นักธุรกิจและไม่

ได้ทำงาน/แม่บ้าน ตามลำดับ จากการทดสอบทางสถิติ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดว่าอาชีพเป็นข้อบ่งชี้อย่างหนึ่งในการแบ่งระดับชนชั้นทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างกันของความพึงพอใจต่อการรับบริการสั้ววิถีทัศน์ที่น่าเสนอ

2.6.7 รายได้

จากการศึกษาของลำพอง ศรีทับทิม (2535 : 83) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวต่างกันจะมีความพึงพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแควต่างกัน

ศิริ ศิริวัลย์ (2532 : 163) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชัยนาทต่อสวนนกชัยนาท พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จินดารักษ์ แสงกาญจนวนิช (2534 : 53) ศึกษาจิตความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทและต่ำกว่า มีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 60,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 60,001 – 90,000 บาท และ 90,001 บาทและมากกว่า จากการทดสอบทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อระดับความหนาแน่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สิทธิรัตน์ ปราจีนบุรวรรณ์ (2531 : 53) ศึกษาเรื่องจิตความสามารถทางสังคมสำหรับการท่องเที่ยวชายหาดชะอำ พบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นรายได้เป็นตัวกำหนดสถานภาพที่สำคัญอย่างหนึ่งของบุคคล เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดโอกาสทางสังคม นอกจากนี้ รายได้ยังมีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาและอาชีพ เพราะผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเลือกประกอบอาชีพที่มีรายได้สูง ซึ่งจะมีผลให้ความคิดเห็นหรือความพึงพอใจแตกต่างกัน ประกอบกับการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรายได้

2.6.8 รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว

รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เช่น มาทำงาน ท่องเที่ยวหรือพักผ่อน เยี่ยมญาติหรือเพื่อน อบรมประชุมหรือสัมมนา ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวประเภทที่มาคนเดียวและนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม คือ ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่นเคยไปแหล่งท่องเที่ยวโน้น ๆ หรือไม่ และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแปรที่น่าจะมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาของศิริ ศิริวัลย์ (2532 : 156) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชัยนาทต่อสวนนกชัยนาท พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการมาเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสินค้าพื้นเมืองและอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลำพอง ศรีทับทิม (2535 : 95) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ในการศึกษาครั้งนี้ โดยสรุปแล้ว พบว่า ประเภทกลุ่มนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างกัน จะมีความพึงพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแควต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวสะพานอื่น ๆ มาก่อน มีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแควไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งที่มาสะพานข้ามแม่น้ำแควแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแควไม่แตกต่างกัน

จินดารักษ์ แสงกาญจนวนิช (2534 : 56) ศึกษาขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร พบว่า ประเภทนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจ จากการทดสอบทางสถิติพบว่าประเภทนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

นันทิวา เกิดชื่น (2533 : 88) ศึกษา ขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า ประเภทนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีระดับความหนาแน่นที่พึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เสาวณิต ตั้งตระกูล (2533 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณชายหาดหัวหิน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวชายหาดต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดแตกต่างกัน

Nielson และคณะ (อ้างถึงในทักษิณา นิยมรัตน์, 2533 : 61) ได้สร้างแบบจำลองความพอใจของผู้ใช้ (user satisfaction model) แบบจำลองนี้ได้อธิบายว่า ตัวแปรที่ไม่ควรจะมีมองข้ามคือ จำนวนครั้งที่ใช้พื้นที่ เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวคนหนึ่งต้องเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่เคยไปมาแล้ว ได้พบสภาพแวดล้อมทางกายภาพเดิม พบปะกับคนท้องถิ่นเดิม ก็จะทำให้ระดับความพอใจลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางครั้งแรก

ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่านักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวแตกต่างกันน่าจะมีการมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อบริการที่แตกต่างกัน

สรุป

จากการศึกษาเอกสารและรายงานการวิจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว แสดงให้เห็นว่าตัวแปรด้านเพศ อายุ สัญชาติ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยหมายถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวของตนเอง เป็นตัวแปรที่น่าสนใจเพราะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของบุคคล ผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาตัวแปรดังกล่าวในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 240 คน โดยนำเสนอสื่อวิทัศน์ แล้วให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม ซึ่งพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) หลังจากนั้นจะทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่า t-test ค่า F-test และทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มของคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจโดยใช้วิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference) ซึ่งมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และเดินทางมาชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร เขตพุทธาวาส ซึ่งขนาดของประชากรทั้งหมดที่ผู้วิจัยนำมากำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เสียค่าธรรมเนียมผ่านประตูวัดพระเชตุพนฯ คือ ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2540 ถึงเดือนเมษายน 2541 เป็นระยะเวลา 1 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 828,562 คน (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เสียค่าธรรมเนียมผ่านประตูวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2540 ถึงเดือนเมษายน 2541)

เดือน/พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เสียค่าธรรมเนียมผ่านประตูวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (คน)
พฤษภาคม 2540	49,216
มิถุนายน 2540	44,971
กรกฎาคม 2540	61,046
สิงหาคม 2540	74,317
กันยายน 2540	57,536
ตุลาคม 2540	59,862
พฤศจิกายน 2540	79,700
ธันวาคม 2540	80,197
มกราคม 2541	81,574
กุมภาพันธ์ 2541	88,044
มีนาคม 2541	85,532
เมษายน 2541	66,567
รวม	828,562 คน /ปี

ที่มา : สำนักงานมูลนิธิราชปัญญาสุธี (ถาวร ตีสถานุกโร)
วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (พ.ศ. 2541)

3.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าเฉลี่ยของประชากร โดยใช้สูตรคำนวณ (รองศาสตราจารย์ ดร. บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 39)

$$\text{สูตร } n = \frac{p(1-p)}{\frac{e^2}{z^2} + \frac{p(1-p)}{N}}$$

กำหนดให้ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

p แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม (ในที่นี้ใช้ .10)

N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด = 828,562 คนต่อปี

z แทน ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ที่ระดับความเชื่อมั่น 99 %
(ระดับ .01) มีค่าเท่ากับ 2.58

e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (ในที่นี้ใช้ 0.05)

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$\begin{aligned} n &= \frac{(.10)(1 - .10)}{\frac{0.05^2}{2.58^2} + \frac{(.10)(1 - .10)}{828,562}} \\ &= 240 \text{ คน} \end{aligned}$$

3.3 การสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ จะเลือกกลุ่มจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประเภทการท่องเที่ยวส่วนบุคคล

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เทปวิดิทัศน์ เครื่องบันทึกเทปวิดิทัศน์ เครื่องรับโทรทัศน์ และแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งคำถามปลายปิดและปลายเปิด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.4.1 เทปวิดิทัศน์ที่บรรจุเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) เขตพุทธาวาส พร้อมบทบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ ความยาวประมาณ 20 นาที รวมทั้งการบันทึกเสียงและภาพส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง (เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการ) ขณะชมวัดพระเชตุพนฯ ซึ่งใช้เวลาประมาณ 30 นาที

3.4.2 กล้องวิดิทัศน์ จำนวน 1 เครื่อง

3.4.3 เครื่องบันทึกเทปวิดิทัศน์ (video tape recorder) จำนวน 4 เครื่อง

3.4.4 เครื่องรับโทรทัศน์ขนาดจอภาพ 14 นิ้ว จำนวน 3 เครื่อง

3.4.5 แบบสอบถาม (ภาคผนวก ข) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามปลายปิด และแบบสอบถามปลายเปิด มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามปลายปิด และแบบสอบถามปลายเปิด มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อวัดความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ มีจำนวน 8 ข้อ

แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่ามีข้อความให้นักท่องเที่ยวแสดงความรู้สึกของความพึงพอใจโดยให้ตอบว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด กับข้อความที่กำหนด และมีเกณฑ์การให้คะแนน โดยจำแนกค่าวัดระดับความพึงพอใจ ดังนี้

น้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน
น้อย	ให้ 2 คะแนน
ปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
มาก	ให้ 4 คะแนน
มากที่สุด	ให้ 5 คะแนน

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อ
 ทัศนียภาพ วิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอข้อมูลเป็นส่วนรวมแต่ละด้าน ส่วน
 การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ระดับความ
 พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ตามแนวของ รศ.ดร.บุญชม ศรีสะอาด (2535 : 100) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.50	แปลความว่า	พึงพอใจน้อยที่สุด
	1.51 – 2.50	แปลความว่า	พึงพอใจน้อย
	2.51 – 3.50	แปลความว่า	พึงพอใจปานกลาง
	3.51 – 4.50	แปลความว่า	พึงพอใจมาก
	4.51 – 5.00	แปลความว่า	พึงพอใจมากที่สุด

3.5 การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือ ดังนี้

3.5.1 นำบทวิธีทัศนียภาพและแบบสอบถาม ไปให้ผู้มีประสบการณ์ จำนวน 3 ท่าน คือ
 ท่านพระครูสุนทรโฆสิต หัวหน้าหน่วยทัศนศึกษา วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร
 (บวชนาน 37 พรรษา) นายมุฮัมหมัดกอเด็ค มินสาคร์ มัคคุเทศก์และผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด
 เค.พี.อาร์. ทราเวล เซอร์วิส (ประสบการณ์การทำงาน 20 ปี) ตรวจสอบและเสนอข้อคิดเห็นเกี่ยวกับ
 สื่อทัศนียภาพ และอาจารย์กฤษณา ประชากุล หัวหน้างานโสตทัศนศึกษา โรงเรียนมหารัชมงคล
 (ประสบการณ์การทำงาน 7 ปี) ตรวจสอบและเสนอข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อทัศนียภาพและแบบสอบถาม

3.5.2 การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม โดยนำไปปรึกษา
 ประธานกรรมการและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุง
 แก้ไขแบบสอบถาม ให้ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัย ตลอดจนใช้ภาษาที่
 ง่ายต่อความเข้าใจ

3.5.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discrimination Power)
 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดสอบ (pretest) กับประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาว
 ต่างประเทศและเดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ ในช่วงเดือนกันยายน 2542 โดยทำการทดสอบ
 จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าความเชื่อมั่น

3.5.3.1 การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discrimination Power) หาโดยใช้ t-test โดยในแต่ละข้อคำนวณหาค่า t จากสูตร (รศ.ดร. บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 94)

$$t = \frac{X_H - X_L}{\sqrt{\frac{S_H^2 + S_L^2}{N}}}$$

เมื่อ t แทน อำนาจจำแนก

X_H แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มสูง

X_L แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มต่ำ

S_H^2 แทน ความแปรปรวนของกลุ่มสูง

S_L^2 แทน ความแปรปรวนของกลุ่มต่ำ

N แทน จำนวนคนในกลุ่มสูงหรือกลุ่มต่ำซึ่งมีจำนวนเท่ากัน

นำค่า t ที่คำนวณได้ ไปเปรียบเทียบกับค่าวิกฤตของ t โดยใช้ $df = 2(N-1)$ ที่ระดับ 0.05 กรณีหางเดียว ข้อที่มีอำนาจจำแนกใช้ได้ (เข้าเกณฑ์) จะต้องมียค่า t ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับค่าวิกฤต สำหรับการหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อทั้ง 8 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าอำนาจจำแนกมากกว่า 1.76 ทุกข้อ (ภาคผนวก ค)

3.5.3.2 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของ ครอนบาช โดยการกำหนดค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าเป็นแบบสอบถามที่ใช้ได้ ซึ่งมีสูตรดังนี้ (รศ.ดร. บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 96)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α = ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
 K = จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
 $\sum S_i^2$ = ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
 S_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผลจากการทดสอบ พบว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 (ภาคผนวก ก)
 สรุปได้ว่า แบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นได้เพียงพอ สามารถที่จะนำไปใช้ทำการ
 ศึกษาได้

3.5.4 ผู้วิจัยนำผลจากแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบทั้ง 30 ชุด มาปรับปรุงแก้ไข
 ให้แบบสอบถามเกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.5.5 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขให้เกิดความสมบูรณ์แล้วนั้น ดำเนินการ
 จัดพิมพ์ จำนวน 240 ชุด เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูล ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2542 ต่อไป

3.6 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

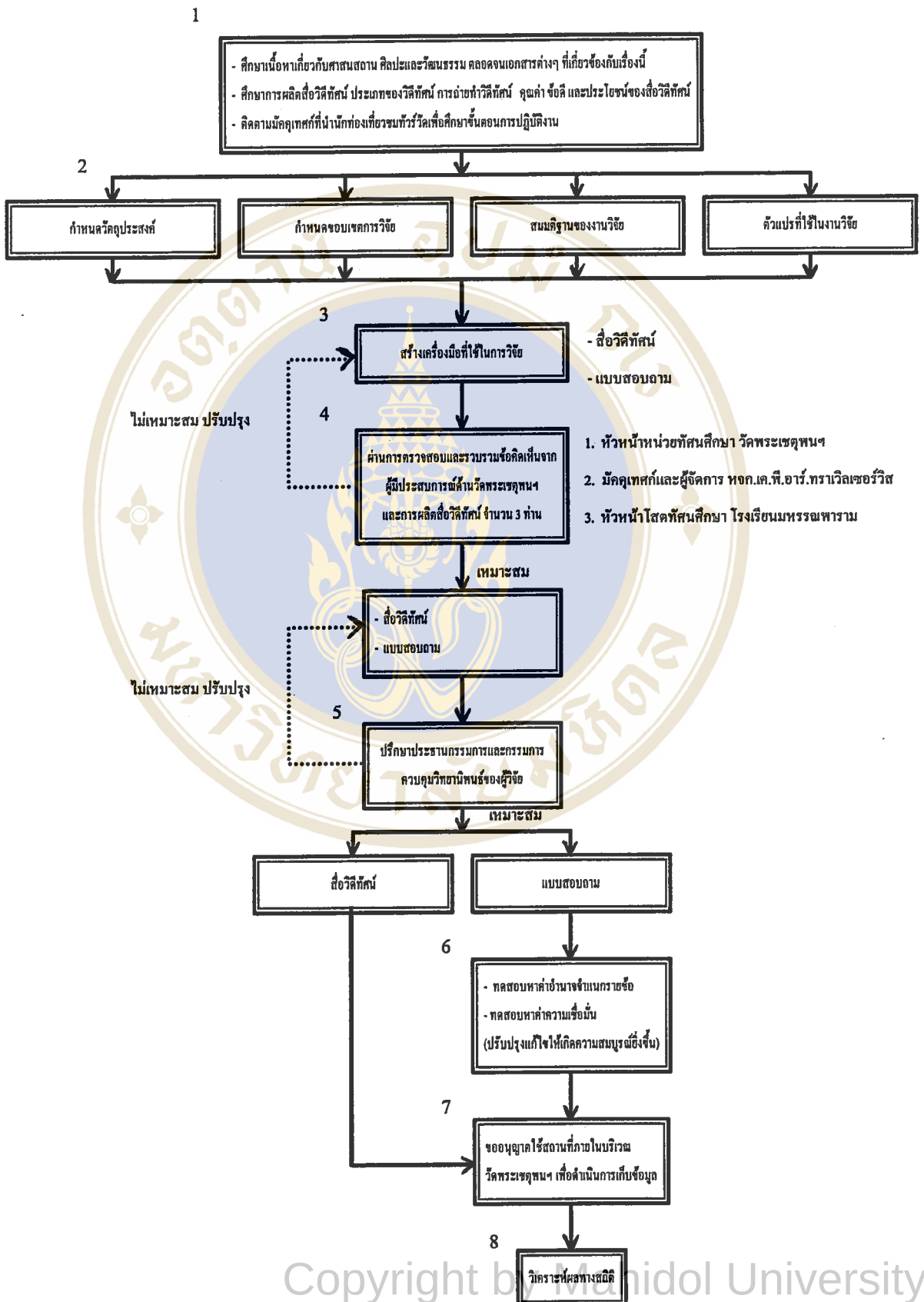
การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการนำสื่อวีดิทัศน์ที่สร้างขึ้น เสนอต่อกลุ่มตัวอย่าง
 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย และดำเนินการแจกแบบสอบถาม รวบรวมข้อมูลได้จำนวนทั้งสิ้น
 240 ชุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างชมสื่อวีดิทัศน์ที่สร้างขึ้น ณ ศาลาพิพิธโศภน วัดพระเชตุพนฯ ซึ่ง
 ใกล้กับบริเวณที่เสียค่าธรรมเนียมผ่านประตู หลังจากนั้นผู้วิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามเพื่อ
 เก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล จะเก็บรวบรวมในวันเสาร์-อาทิตย์
 โดยที่มีผู้ช่วยผู้วิจัยในการดำเนินการเป็นนิสิตปริญญาโท 1 คน และสำเร็จปริญญาโทแล้ว 1 คน ซึ่ง
 มีความเข้าใจในภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี โดยก่อนที่จะดำเนินการจริง ผู้วิจัยได้ชี้แจงให้ผู้ช่วยผู้วิจัย
 เก็บข้อมูลได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้มีความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน

หลังจากรวบรวมข้อมูลได้ในแต่ละวันแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากแบบ
 สอบถามก่อน และรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความ
 ถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง แล้วจึงนำแบบสอบถามมาเข้ารหัส และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
 SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังแสดงในแผนภูมิข้างล่าง ดังนี้

ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงขั้นตอนดำเนินการวิจัย



จากแผนภูมิแสดงขั้นตอนดำเนินการวิจัย (ภาพที่ 2) สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนสถาน ศิลปะ และวัฒนธรรม การผลิตสื่อวีดิทัศน์ การถ่ายทำวีดิทัศน์ คุณค่าข้อดีและประโยชน์ของสื่อวีดิทัศน์ ตลอดจนเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และติดตามมักคุเทศก์ที่นำนักท่องเที่ยวชมวัดพระเชตุพนฯ เพื่อศึกษาขั้นตอนการปฏิบัติงาน

2) เมื่อศึกษาข้อมูลต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย สมมติฐานของการวิจัย และตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3) สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สื่อวีดิทัศน์ และแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1) สร้างสื่อวีดิทัศน์ โดยการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น คือ

3.1.1) วางแผน เพื่อกำหนดขอบเขตของเนื้อหา และสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

3.1.2) รวบรวมเอกสาร และวิธีการใช้สื่อวีดิทัศน์จากเอกสารและผู้เชี่ยวชาญ

3.1.3) กำหนดขอบเขตของเนื้อหา ที่นำมาสร้างเป็นสื่อวีดิทัศน์ ความยาวประมาณ 20 นาที

3.1.4) เขียนบทรายการ หรือบทวีดิทัศน์ เรื่องวัดพระเชตุพนฯ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนสถาน ศิลปะ และวัฒนธรรมไทย ซึ่งสามารถเชื่อมโยงและปรับตัวให้เข้ากับอาณาจักรอยุธยาได้อย่างกลมกลืน เป็นการแสดงให้เห็นถึงฝีมือและภูมิปัญญาไทย และควมมีวิริยานุภาพของพระมหากษัตริย์ไทย ซึ่งการเขียนบทอาจแยกเป็นขั้นตอนรายละเอียด ดังนี้

3.1.4.1) การกำหนดบท เรื่องวัดพระเชตุพนฯ (ภาคผนวก ก) พอสรุปสาระสำคัญของเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 บทนำ (Introduction) กล่าวถึงความเป็นมาของวัดพระเชตุพนฯ ซึ่งเป็นวัดหลวง และมีความสำคัญทางด้านศิลปะ และวัฒนธรรมที่วิจิตรงดงาม ในการผสมผสานภูมิปัญญาไทยให้เข้ากับศิลปะ และวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ได้อย่างผสมกลมกลืน

ส่วนที่ 2 เนื้อเรื่อง (Body) กล่าวถึง ความสำคัญของพุทธสถาน สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม ประติมากรรม และวัฒนธรรมไทยในลักษณะต่างๆ เช่น ความงดงามของซุ้มประตูทรงมณฑปใหญ่รอบบริเวณกำแพงชั้นนอกที่มีอยู่ 16 ประตู ความสง่างามของพระมหาเจดีย์ 4 รัชกาล พระพุทธไสยาส หรือพระนอนที่ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังกล่าวถึงหินที่นำมาประกอบเป็นภูเขา ซึ่งมีคุณสมบัติประโยชน์ทางการศึกษาด้านธรณีวิทยาของผู้ที่สนใจศึกษา รวมทั้งโรงเรียนแพทย์แผนโบราณและการนวดแผนโบราณของไทยที่มีมาแต่โบราณกาล

ส่วนที่ 3 ในส่วนนี้เป็นการสรุปเพื่อชี้ให้ผู้ชมสื่อวีดิทัศน์เห็นว่า วัดพระเชตุพนฯ เป็นวัดที่มีสถาปัตยกรรมทั้งงดงาม เป็นแหล่งรวมศิลปกรรมที่ทรงคุณค่า อีกทั้งมีการจัดวางผังได้อย่างเหมาะสม และยังเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรมได้อย่างลงตัว จากการรับเอาศิลปะและวัฒนธรรมต่างชาติมาดัดแปลงได้อย่างวิจิตรงดงาม มีคุณค่าทั้งทางด้านวัตถุ และจิตใจของประชาชนชาวไทยที่พบเห็นได้อย่างตรงตาดังใจ

3.1.4.2) การสร้างบทบรรยาย จุดประสงค์ของการทำบทบรรยายนั้น เพื่อเสริมคุณภาพของภาพในสื่อวีดิทัศน์นั้นให้สื่อความหมายได้ชัดเจนขึ้น ซึ่งกลุ่มผู้ชมเป้าหมายของผู้วิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังนั้น บทบรรยายในสื่อวีดิทัศน์ชุดนี้ได้ใช้บทบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งผู้วิจัยได้นำบทบรรยายซึ่งเรียบเรียงเป็นภาษาไทย และผ่านการตรวจสอบจากผู้มีประสบการณ์เรียบร้อยแล้ว นำไปให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาแปลเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งบทบรรยายดังกล่าวจะเป็นการเสริมความต่อเนื่องของภาพ เพื่อช่วยในการลำดับเรื่องราว ส่งเสริมการสื่อความหมายของภาพ สามารถให้ข้อมูล หรือคำอธิบายที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นภาพได้

3.1.4.3) การบันทึกภาพ (Video Recording) ในการบันทึกภาพ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากงานโสตทัศนศึกษา โรงเรียนมหารัชมงคล เขตตลิ่งชัน กทม. และบริษัทชัยพงษ์โปรดักชั่น จำกัด ในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เกี่ยวกับการถ่ายทำนอกสถานที่ โดยกำหนดเวลาและระยะเวลาในการถ่ายทำ และดำเนินการบันทึกภาพตามจุดต่าง ๆ ในวัดพระเชตุพนฯ เขตพุทธาวาส ตามที่ได้กำหนดเค้าโครงเรื่องในบทวีดิทัศน์ไว้แล้ว

3.1.4.4) การตัดต่อ (Editing) เมื่อบันทึกภาพตามจุดต่างๆ เรียบร้อยแล้ว จะนำภาพแต่ละภาพมาตัดต่อเข้าด้วยกันตามบทวีดิทัศน์ แล้วพิจารณาว่าในแต่ละภาพมีความต่อเนื่อง และจะต้องแก้ไขอย่างไรบ้าง เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากที่สุด หลังจากนั้นทำการบันทึกเสียงบรรยาย (Sound Recording) เป็นภาษาอังกฤษ เพื่ออธิบายความหมายและภาพให้ชัดเจนขึ้น และเสียงดนตรีเป็นเพลงบรรเลงแบบไทยเดิม แล้วจึงนำไปฉายทดลองและปรับปรุง เพื่อนำไปใช้ในการประเมินผลต่อไป

3.1.4.5) การถ่ายทำที่ไม่มีบท เมื่อดำเนินการจัดทำสื่อวีดิทัศน์ตามบทวีดิทัศน์เรียบร้อยแล้ว ซึ่งมีความยาวประมาณ 20 นาที โดยจะเป็นส่วนหนึ่งที่นำเสนอแก่กลุ่มตัวอย่างให้รับชมในช่วงแรก ส่วนช่วงหลังจะเป็นการบันทึกเสียงและภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ ซึ่งเป็นการถ่ายทำที่ไม่มีบท เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในทันทีทันใด ใช้เวลาประมาณ 30 นาที



3.2) สร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวน รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ที่ผู้วิจัยคิดว่ามีผลต่อตัวแปรตาม คือ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์

4) นำสื่อวิถีทัศน์ และแบบสอบถามไปให้ผู้มีประสบการณ์ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบและเสนอข้อคิดเห็น คือ ท่านพระครูสุนทรโมสิต หัวหน้าหน่วยทัศนศึกษา วัดพระเชตุพนฯ (บวชนาน 37 พรรษา) นายมุฮัมหมัดกอเด็ค มินสาคร์ มัคคุเทศก์และผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เค.พี.อาร์. ทราเวล เซอร์วิส (ประสบการณ์การทำงาน 20 ปี) ตรวจสอบและเสนอข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อวิถีทัศน์ และอาจารย์กฤษณา ประชากุล หัวหน้างานโสตทัศนศึกษา โรงเรียนมหารัชมงคล (ประสบการณ์การทำงาน 7 ปี) ตรวจสอบและเสนอข้อคิดเห็นเกี่ยวกับบทวิถีทัศน์และแบบสอบถาม

5) เมื่อผ่านการตรวจสอบและรวบรวมข้อคิดเห็นจากผู้มีประสบการณ์ และนำมาปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำสื่อวิถีทัศน์และแบบสอบถามไปปรึกษาประธานกรรมการและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย ตรวจสอบและเสนอข้อคิดเห็น เพื่อนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมต่อไป

6) นำแบบสอบถามไปทดสอบหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่น โดยนำไปทดสอบกับประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและเดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ จำนวน 30 ชุด โดยค่าอำนาจจำแนกรายข้อ หาโดยใช้ t-test และค่าความเชื่อมั่นหาโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามเกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

7) หลังจากนั้นดำเนินการขออนุญาตใช้สถานที่ภายในบริเวณวัดพระเชตุพนฯ ซึ่งเป็นจุดที่ใกล้กับบริเวณที่นักท่องเที่ยวชำระค่าธรรมเนียมผ่านประตู คือ ศาลาทิพย์โอรุณ เพื่อนำเสนอสื่อวิถีทัศน์กับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งดำเนินการแจกแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ เนื่องจากเป็นวันหยุด และสะดวกในการใช้อุปกรณ์ถ่ายทำวิถีทัศน์นอกสถานที่

8) รวบรวมแบบสอบถามในแต่ละวัน เมื่อครบจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 240 คน ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติต่อไป

3.7 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบแบบสอบถามแล้ว นำแบบสอบถามทั้งหมดมาเข้ารหัส (coding) และประเมินผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล (ตารางที่ 2) คือ

3.7.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนำเสนอโดยใช้สถิติอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.7.2 รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวเกี่ยวกับตัวแปรข้อมูลทั่วไป อธิบายด้วยอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และตารางไขว้ (Crosstabulation)

3.7.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ อธิบายด้วยอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.7.4 ค่า t-test ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองกลุ่ม ว่ามีค่าเฉลี่ยของกลุ่มแตกต่างกันหรือไม่

3.7.5 ค่า F-test ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสามกลุ่มขึ้นไป ว่ามีค่าเฉลี่ยของกลุ่มแตกต่างกันหรือไม่

3.7.6 Least Significant Difference (LSD) เพื่อทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ (กานดา พูนลาภทวี, 2539 : 259-263)

ตารางที่ 2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานของงานวิจัย	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	สถิติที่ใช้
1. ปัจจัยส่วนบุคคล 1.1 นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน	เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ ” ” ” ” ” ”	- อัตราส่วนร้อยละ - t-test - อัตราส่วนร้อยละ - ค่าเฉลี่ย , S.D. - F-test - อัตราส่วนร้อยละ - F-test - อัตราส่วนร้อยละ - F-test - อัตราส่วนร้อยละ - F-test - อัตราส่วนร้อยละ - ค่าเฉลี่ย , S.D. - F-test
2. รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว 2.1 นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน 2.2 ประเภทนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน 2.3 นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน 2.4 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์แตกต่างกัน	วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ ” ” ”	- อัตราส่วนร้อยละ - F-test - อัตราส่วนร้อยละ - F-test - อัตราส่วนร้อยละ - t-test - อัตราส่วนร้อยละ - F-test

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อ
วิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหารในครั้งนี้ เป็นลักษณะ
ของการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอสื่อวิทัศน์ และ
ให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบตามหลักวิชาการ โดยจะ
เสนอผลการศึกษาเป็นลำดับ ดังนี้

4.1 การเสนอข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เสนอผลการวิเคราะห์
โดยใช้อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และตารางไขว้ (Crosstabulation)

4.2 การเสนอรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง เสนอผลการ
วิเคราะห์โดยใช้อัตราส่วนร้อยละ

4.3 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์ เสนอผลการ
วิเคราะห์โดยใช้อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายค่าเฉลี่ยของ
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของกลุ่ม

4.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และ
รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์
ผลการวิเคราะห์โดยใช้ค่า t-test และค่า F-test และใช้วิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD)
เพื่อทดสอบความแตกต่างรายกลุ่ม

4.5 ความเป็นไปได้ด้านการลงทุน

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 240 ราย ซึ่งเดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ โดยใช้ศาลาทิพย์โอรุณ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร เป็นสถานที่ที่ใช้เปิดสื่อวีดิทัศน์ให้กลุ่มตัวอย่างชมและตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1.1 เพศ

จากตารางที่ 3 เมื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ จำนวน 240 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.6 และเพศหญิงจำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.4

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	131	54.6
หญิง	109	45.4
รวม	240	100.0

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.1.2 อายุ

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยที่สุด คือ 20 ปี จำนวน 2 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8 และอายุมากที่สุดคือ 72 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.4 ค่าเฉลี่ยของอายุคือ 34.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 11.8 และเมื่อนำมาแบ่งระดับอายุของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมา มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 และน้อยที่สุดมีอายุระหว่าง 60 ปี และสูงกว่า จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
20-29 ปี	116	48.3
30-39 ปี	67	28.0
40-49 ปี	18	7.5
50-59 ปี	25	10.4
60 ปี และสูงกว่า	14	5.8
รวม	240	100.0

—
 $\bar{X} = 34.2$ $S.D. = 11.8$ $MAX. = 72$ $MIN. = 20$

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.1.3 สัญชาติ

จากตารางที่ 5 ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 ราย ในเดือนพฤศจิกายน ส่วนใหญ่ได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติยุโรป จำนวน 160 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติอเมริกา จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.6 สัญชาติเอเชีย จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.2 สัญชาติออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติตะวันออกกลาง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ยุโรป	160	66.7
อเมริกา	40	16.6
เอเชีย	22	9.2
ออสเตรเลีย – นิวซีแลนด์	14	5.8
ตะวันออกกลาง	4	1.7
รวม	240	100.0

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.1.4 ระดับการศึกษา

จากตารางที่ 6 เมื่อศึกษาระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (University) จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาที่มีการศึกษาในระดับวิทยาลัย (College) จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 มีการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา ฯลฯ (Professional & Technical Sch.) จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 และมีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา (Grade 8-12) จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
อุดมศึกษา (University)	155	64.6
วิทยาลัย (College)	44	18.3
อาชีวศึกษา ฯลฯ (Professional & Technical Sch.)	27	11.3
มัธยมศึกษา (Grade 8-12)	14	5.8
ประถมศึกษา (Grade 1-7)	-	-
รวม	240	100.0

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.1.5 อาชีพ

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชนจำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมามีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.9 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 มีอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอื่นๆ (เกษียณอายุ) จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	108	45.0
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	79	32.9
นักเรียน / นักศึกษา	28	11.7
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	7.5
อื่น ๆ (เกษียณอายุ)	7	2.9
รวม	240	100.0

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.1.6 รายได้ต่อเดือน

จากตารางที่ 8 เมื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ จำนวน 240 ราย พบว่า รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง มีรายได้สูงสุด คือ 85,000 เหรียญสหรัฐ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.4 รายได้ต่เดือนต่ำสุด คือ 1,000 เหรียญสหรัฐ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7 รายได้เฉลี่ยเท่ากับ 6,941.8 เหรียญสหรัฐต่อเดือน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 13,170.0 และเมื่อแบ่งระดับรายได้โดยเริ่มต้นที่รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 เหรียญสหรัฐ พบว่า มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 เหรียญสหรัฐ จำนวน 186 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.5 และจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 41,000-57,999 เหรียญสหรัฐ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (หน่วยเป็นเหรียญสหรัฐ)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 7,000	186	77.5
7,000-23,999	42	17.5
24,000-40,999	5	2.1
41,000-57,999	1	0.4
สูงกว่า 58,000	6	2.5
รวม	240	100.0

—
 $\bar{X} = 6,941.8$ $S.D. = 13,170.0$ $MAX. = 85,000$ $MIN. = 1,000$

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.2 รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว

จากการศึกษารูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ จำนวน 240 ราย ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.2.1 วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

จากตารางที่ 9 วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน จำนวน 217 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.4 รองลงมาเพื่อประกอบธุรกิจ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0 และเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

วัตถุประสงค์ของการเดินทาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	217	90.4
ธุรกิจ	12	5.0
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	11	4.6
อบรม/ประชุม/สัมมนา	-	-
อื่น ๆ	-	-
รวม	240	100.0

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.2.2 ประเภทนักท่องเที่ยว

จากตารางที่ 10 ประเภทนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ พบว่า มาเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมาคือมาเที่ยวกับครอบครัวหรือญาติ จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.6 มาคนเดียว จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.2 และมากับผู้ร่วมงาน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ประเภทนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	109	45.4
ครอบครัว/ญาติ	83	34.6
มาคนเดียว	46	19.2
ผู้ร่วมงาน	2	0.8
รวม	240	100.0

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.2.3 ประสพการณ์การท่องเที่ยว

จากตารางที่ 11 เมื่อศึกษาประสพการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยววัดพระเชตุพนฯ จำนวน 194 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.8 และเคยมาเที่ยววัดพระเชตุพนฯ แล้ว จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสพการณ์การท่องเที่ยว

ประสพการณ์การท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เคยมา	194	80.8
เคยมา	46	19.2
รวม	240	100.0

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.2.4 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

จากตารางที่ 12 เมื่อศึกษาจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยววัดพระเชตุพนฯ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก จำนวน 194 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมา มาเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 และมากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มาเป็นครั้งแรก	194	80.8
มาเป็นครั้งที่ 2	36	15.0
มากกว่า 2 ครั้ง	10	4.2
รวม	240	100.0

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

4.3 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์

จากตารางที่ 13 เมื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความประทับใจวัดพระเชตุพนฯ หลังจากชมสื่อวีดิทัศน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 64.2 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 20.0 พึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 13.7 และพึงพอใจน้อย ร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ความยาวของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (20 นาที) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 46.7 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 42.9 พึงพอใจมากที่สุดและพึงพอใจน้อย ร้อยละ 5.0 และพึงพอใจน้อยที่สุด ร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

การบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (30 นาที) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 45.4 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 38.3 พึงพอใจน้อย ร้อยละ 7.9 พึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 6.3 และพึงพอใจน้อยที่สุด ร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ความยาวของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (20 นาที) รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (30 นาที) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 45.0 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 42.9 พึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 5.4 พึงพอใจน้อย ร้อยละ 4.6 และพึงพอใจน้อยที่สุด ร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ความยาวของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (20 นาที) ในราคา 5 เหรียญสหรัฐ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 44.2 รองลงมา พึงพอใจมาก ร้อยละ 36.2 พึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 9.6 พึงพอใจน้อย ร้อยละ 9.2 และพึงพอใจน้อยที่สุด ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

บริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (30 นาที) ในราคา 7 เหรียญสหรัฐ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 46.2 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 34.6 พึงพอใจน้อย ร้อยละ 9.6 พึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 7.9 และพึงพอใจน้อยที่สุด ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ความยาวของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (20 นาที) รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (30 นาที) ในราคา 10 เหรียญสหรัฐ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 43.3 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 34.6 พึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 10.0 พึงพอใจน้อย ร้อยละ 9.6 และพึงพอใจน้อยที่สุด ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ความประทับใจโดยรวมต่อสื่อวิถีทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจมาก ร้อยละ 55.0 รองลงมามีระดับความพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 33.0 พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจน้อย ร้อยละ 5.8 และพึงพอใจน้อยที่สุด ร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ตารางแสดงความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ (จำนวน/ร้อยละ)					คะแนนเฉลี่ย	ความหมายเทียบตามเกณฑ์
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	1	2	3	4	5		
1. ความประทับใจวัดโพธิ์หลังจากชมสื่อวิถีทัศน์	0 (0.0 %)	5 (2.1 %)	48 (20.0 %)	154 (64.2 %)	33 (13.7 %)	3.90	มาก
2. ความพึงพอใจต่อสื่อวิถีทัศน์							
2.1 ความยาวของสื่อวิถีทัศน์แนะนำวัดโพธิ์ (20 นาที)	1 (0.4 %)	12 (5.0 %)	103 (42.9 %)	112 (46.7 %)	12 (5.0 %)	3.51	มาก
2.2 บริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิถีทัศน์รอบวัดโพธิ์ (30 นาที)	5 (2.1 %)	19 (7.9 %)	109 (45.4 %)	92 (38.3 %)	15 (6.3 %)	3.39	ปานกลาง
2.3 ความยาวของสื่อวิถีทัศน์แนะนำวัดโพธิ์ (20 นาที) รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิถีทัศน์รอบวัดโพธิ์ (30 นาที)	5 (2.1 %)	11 (4.6 %)	108 (45.0 %)	103 (42.9 %)	13 (5.4 %)	3.45	ปานกลาง

ตารางที่ 13 (ต่อ) ตารางแสดงความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ (จำนวน/ร้อยละ)					คะแนนเฉลี่ย	ความหมายเทียบตามเกณฑ์
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5		
3. ราคาของสื่อวิถีทัศน์							
3.1 ความยาวของสื่อวิถีทัศน์แนะนำวัดโพธิ์ (20 นาที) ราคา 5 เหรียญสหรัฐ	2 (0.8 %)	22 (9.2 %)	106 (44.2 %)	87 (36.2 %)	23 (9.6 %)	3.45	ปานกลาง
3.2 บริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิถีทัศน์รอบวัดโพธิ์ (30นาที) ราคา 7 เหรียญสหรัฐ	4 (1.7 %)	23 (9.6 %)	111 (46.2 %)	83 (34.6 %)	19 (7.9 %)	3.38	ปานกลาง
3.3 ความยาวของสื่อวิถีทัศน์แนะนำวัดโพธิ์ (20 นาที) รวมกับ การรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิถีทัศน์รอบวัดโพธิ์ (30 นาที) ราคา 10 เหรียญสหรัฐ	6 (2.5 %)	23 (9.6 %)	104 (43.3 %)	83 (34.6 %)	24 (10.0 %)	3.40	ปานกลาง
3 ความประทับใจโดยรวมต่อสื่อวิถีทัศน์	1 (0.4 %)	14 (5.8 %)	79 (33.0 %)	132 (55.0 %)	14 (5.8 %)	3.60	มาก

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม

เมื่อนำค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ในแต่ละข้อความไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายที่กำหนดไว้ในบทที่ 3 (หน้า 54) ปรากฏผลดังต่อไปนี้

ความประทับใจวัดพระเชตุพนฯ หลังจากชมสื่อวีดิทัศน์ ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 แปลความหมายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความประทับใจวัดพระเชตุพนฯ หลังจากชมสื่อวีดิทัศน์ในระดับความพึงพอใจมาก

สื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 20 นาที ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 แปลความหมายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความยาวของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 20 นาที ในระดับมาก

การรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 30 นาที ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 แปลความหมายได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 30 นาที ในระดับปานกลาง

สื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 20 นาที รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 30 นาที รวมเป็น 50 นาที ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 แปลความหมายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความยาวของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 20 นาที รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 30 นาที รวมเป็น 50 นาที ในระดับปานกลาง

สื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 20 นาที ในราคา 5 เหรียญสหรัฐ ได้คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.45 แปลความหมายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อราคาของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ ในระดับปานกลาง

การรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 30 นาที ในราคา 7 เหรียญสหรัฐ ได้คะแนนเฉลี่ย 3.38 แปลความหมายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาชมวัดพระเชตุพนฯ มีความพึงพอใจต่อราคาการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์ในระดับปานกลาง

สื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 20 นาที รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 30 นาที รวมเป็น 50 นาที ในราคา 10 เหรียญสหรัฐ ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 แปลความหมายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความยาวของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 20 นาที รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ ความยาว 30 นาที รวมเป็น 50 นาที ในระดับปานกลาง

ความประทับใจโดยรวมของสื่อวีดิทัศน์ ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 แปลความหมายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์โดยรวม ในระดับมาก

โดยสรุปแล้วเมื่อนำคะแนนเฉลี่ยจากตารางที่ 13 ทุกข้อ มาหาค่าเฉลี่ย ผลปรากฏว่า ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ได้ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.51 แปลความหมายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ในระดับมาก

4.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้ค่า t-test และ ค่า F-test และใช้ LSD เพื่อทดสอบความแตกต่างรายกลุ่ม

4.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ ผลจากการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.4.1.1 เพศ

จากตารางที่ 14 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ขณะที่เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้ t-test

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	S.D.	ค่า t	d.f.	การทดสอบ นัยสำคัญ (p)
เพศ						
ชาย	131	3.56	0.594			
หญิง	109	3.45	0.504	1.48	238	.139

4.4.1.2 อายุ

จากตารางที่ 15 ในด้านอายุนั้นได้แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมกับอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีอายุระหว่าง 60 ปี และสูงกว่า มีอายุระหว่าง 30-39 ปี และมีอายุระหว่าง 20-29 ปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 3.57 3.52 และ 3.45 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมโดยใช้ F-test พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อใช้การทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มตามวิธี LSD ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน จะไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยใช้ F-test

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	S.D.	ค่า F ratio	ค่า F Prob.	อายุ				
						(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) 20-29 ปี	116	3.45	.539			ns	ns	ns	ns	ns
(2) 30-39 ปี	67	3.52	.560			ns	ns	ns	ns	ns
(3) 40-49 ปี	18	3.58	.411			ns	ns	ns	ns	ns
(4) 50-59 ปี	25	3.67	.652			ns	ns	ns	ns	ns
(5) 60 ปี และสูงกว่า	14	3.57	.663	.994	.412	ns	ns	ns	ns	ns

ns ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.1.3 สัญชาติ

จากตารางที่ 16 ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติตะวันออกกลาง มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติอเมริกา สัญชาติยุโรป สัญชาติเอเชีย และสัญชาติออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 3.49 3.45 และ 3.21 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ F-test พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อใช้การทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มตามวิธี LSD ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติอเมริกาจะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติยุโรปและสัญชาติออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างสัญชาติกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยใช้ F-test

สัญชาติ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	S.D.	ค่า F ratio	ค่า F Prob.	สัญชาติ
						(1) (2) (3) (4) (5)
(1) เอเชีย	22	3.45	.322			ns ns ns ns ns
(2) ยุโรป	160	3.49	.552			ns ns ns ns ns
(3) อเมริกา	40	3.70	.590			ns * ns * ns
(4) ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์	14	3.21	.616			ns ns ns ns ns
(5) ตะวันออกกลาง	4	3.78	.806	2.598*	.037	ns ns ns ns ns

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ns ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.1.4 ระดับการศึกษา

จากตารางที่ 17 ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 ราย ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับต่าง ๆ กัน ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษาซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับวิทยาลัยมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ ในระดับความพึงพอใจมาก โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษากลุ่มอื่นๆ คือ ระดับมัธยมศึกษา ระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษา มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 3.58 และ 3.42 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้ F-test พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อใช้การทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มตามวิธี LSD ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับวิทยาลัย จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้ F-test

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	S.D.	ค่า F ratio	ค่า F Prob.	ระดับการศึกษา (1) (2) (3) (4) (5)
(1) ประถมศึกษา (Grade 1-7)	-	-	-			ns ns ns ns ns
(2) มัธยมศึกษา (Grade 8-12)	14	3.58	.642			ns ns ns ns ns
(3) อาชีวศึกษา ฯลฯ (Professional & Technical Sch.)	27	3.58	.627			ns ns ns ns ns
(4) วิทยาลัย (College)	44	3.76	.418			ns ns ns ns *
(5) อุดมศึกษา (University)	155	3.42	.551	4.766**	.003	ns ns ns ns ns

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ns ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.1.5 อาชีพ

จากตารางที่ 18 ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์ โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 3.49 3.36 และ 3.26 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์โดยใช้ F-test พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อใช้การทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มตามวิธี LSD ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียนหรือนักศึกษา

ตารางที่ 18 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิทัศน์ โดยใช้ F-test

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	S.D.	ค่า F ratio	ค่า F Prob.	อาชีพ
						(1) (2) (3) (4) (5)
(1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	3.26	.650			ns ns ns ns ns
(2) ลูกจ้างบริษัทเอกชน	108	3.49	.545			ns ns ns ns ns
(3) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	79	3.62	.556			* ns ns * ns
(4) นักเรียน/นักศึกษา	28	3.36	.508			ns ns ns ns ns
(5) อื่นๆ (เกษียณอายุ)	7	3.73	.405	2.584*	.038	ns ns ns ns ns

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ns ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.1.6 รายได้ต่อเดือน

จากตารางที่ 19 ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 ราย ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่ม รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 5 กลุ่ม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 24,000-40,999 เหรียญสหรัฐ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,000-23,999 เหรียญสหรัฐ รายได้ต่อเดือน สูงกว่า 58,000 เหรียญสหรัฐ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 เหรียญสหรัฐ และรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 41,000-57,999 เหรียญสหรัฐ จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ย เท่ากับ 3.72 3.46 3.45 และ 3.25 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยใช้ F-test พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 และเมื่อใช้การทดสอบความแตกต่างรายกลุ่ม ตามวิธี LSD ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,000-23,999 เหรียญสหรัฐ และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 24,000-40,999 เหรียญสหรัฐ จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 เหรียญสหรัฐ

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับ ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยใช้ F-test

รายได้ต่อเดือน (หน่วยเป็นเหรียญสหรัฐ)	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	S.D.	ค่า F ratio	ค่า F Prob.	รายได้ต่อเดือน (1) (2) (3) (4) (5)
(1) ต่ำกว่า 7,000	186	3.45	.524			ns ns ns ns ns
(2) 7,000-23,999	42	3.72	.652			* ns ns ns ns
(3) 24,000-40,999	5	3.98	.628			* ns ns ns ns
(4) 41,000-57,999	1	3.25				ns ns ns ns ns
(5) สูงกว่า 58,000	6	3.46	.332	3.074*	.017	ns ns ns ns ns

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ns ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.4.2.1 วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

จากตารางที่ 20 ในการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อนจะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ย 3.64 ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจและเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนจะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และ 3.50 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ F-test พบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อใช้การทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มตามวิธี LSD ผลปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางต่างกัน จะไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์การเดินทางกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยใช้ F-test

วัตถุประสงค์ของการเดินทาง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F ratio	ค่า F Prob.	วัตถุประสงค์ของการเดินทาง				
		ความพึงพอใจ				(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) ธุรกิจ	12	3.59	.591			ns	ns	ns	ns	ns
(2) เยี่ยมญาติ/เพื่อน	11	3.64	.338			ns	ns	ns	ns	ns
(3) ท่องเที่ยว/พักผ่อน	217	3.50	.564			ns	ns	ns	ns	ns
(4) อบรม/ประชุม/สัมมนา	-	-	-			ns	ns	ns	ns	ns
(5) อื่น ๆ	-	-	-	.478	.620	ns	ns	ns	ns	ns

ns ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.2.2 ประเภทนักท่องเที่ยว

จากตารางที่ 21 ในการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาจากคนเดียวจะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ย 3.57 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาจากรอบครัวหรือญาติ มากับเพื่อน และมากับผู้ร่วมงาน จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 3.48 และ 3.44 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ F-test พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อใช้การทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มตามวิธี LSD ผลปรากฏว่าประเภทของกลุ่มตัวอย่างต่างกันจะ ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยใช้ F-test

ประเภทนักท่องเที่ยว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ความ พึงพอใจ	S.D.	ค่า F ratio	ค่า F Prob.	ประเภทนักท่องเที่ยว			
						(1)	(2)	(3)	(4)
(1) มาคนเดียว	46	3.57	.552			ns	ns	ns	ns
(2) ครอบครัว/ญาติ	83	3.51	.560			ns	ns	ns	ns
(3) ผู้ร่วมงาน	2	3.44	.265			ns	ns	ns	ns
(4) เพื่อน	109	3.48	.564	2.60	.854	ns	ns	ns	ns

ns ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.2.3 ประสบการณ์การท่องเที่ยว

จากตารางที่ 22 ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยววัดพระเชตุพนฯ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ย 3.52 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยววัดพระเชตุพนฯ แล้ว มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยใช้ t-test

ประสบการณ์การท่องเที่ยว	จำนวน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	ค่า t	d.f.	การทดสอบนัยสำคัญ (p)
ไม่เคยมา	194	3.52	.543			
เคยมา	46	3.46	.617	.69	238	.488

4.4.2.4 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

จากตารางที่ 23 ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มา มากกว่า 2 ครั้ง จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยรวมเฉลี่ย 3.70 ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มาเป็นครั้งแรก และมาเป็นครั้งที่สอง จะมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดย รวมเฉลี่ย เท่ากับ 3.52 และ 3.39 ตามลำดับ เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์โดยใช้ F-test พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 และเมื่อใช้การทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มตามวิธี LSD ผลปรากฏว่า จำนวนครั้งที่ มาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างต่างกันจะไม่มี ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับ บริการสื่อวิถีทัศน์

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิถีทัศน์ โดยใช้ F-test

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	จำนวน	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	ค่า F ratio	ค่า F Prob.	จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว (1) (2) (3)
(1) มาเป็นครั้งแรก	194	3.52	.543			ns ns ns
(2) มาเป็นครั้งที่ 2	36	3.39	.650			ns ns ns
(3) มามากกว่า 2 ครั้ง	10	3.70	.422	1.469	.232	ns ns ns

ns ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 ความเป็นไปได้ด้านการลงทุน

ต้นทุนที่ใช้ในการถ่ายทำวิดีโอทัศน์ ซึ่งผู้วิจัยได้ว่าจ้างโรงเรียนมหารัชมงคล มีรายละเอียดของต้นทุนและการคำนวณหาจุดคุ้มทุน แยกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

4.5.1 การผลิตสื่อวิดีโอทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) ในราคา 5 เหรียญสหรัฐ มีต้นทุนที่ใช้ในการผลิต คือ

ต้นทุนในการผลิตสื่อวิดีโอทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) ประกอบด้วย

- ค่าถ่ายภาพ	3,000	บาท
- ค่าตัดต่อ	12,480	บาท
- ค่าพาหนะ	600	บาท
- ค่าจ้าง	2,500	บาท
- ค่าเช่าอุปกรณ์งานโสตทัศนศึกษา โรงเรียนมหารัชมงคล	6,000	บาท
- ค่าเช่าอุปกรณ์อื่น ๆ	2,000	บาท
รวม	26,580	บาท

ต้นทุนผันแปรได้ต่อหน่วย :-

- ค่าวีซีโอเทป (ม้วนเปล่า)	60	บาท
----------------------------	----	-----

จากสูตรการคำนวณหาจุดคุ้มทุน (เพชรี ชุมทรัพย์ 2538 : 298-300)

$$TR = TC$$

$$P \times Q = (V \times Q) + F$$

เมื่อกำหนดให้

Q แทน จำนวนหน่วยที่ขาย

P แทน ราคาขายต่อหน่วย = 200 บาท

(5 เหรียญสหรัฐ x 40 บาท) ซึ่งเป็นราคาตามท้องตลาด

V แทน ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย = 60 บาท

F แทน ต้นทุนคงที่ = 26,580 บาท

- ระดับปริมาณของยอดขายที่ก่อให้เกิดจุดคุ้มทุน คือ ระดับที่ต้นทุนรวม (Total Cost หรือ TC) = รายรับรวม (Total Revenue หรือ TR)
- รายรับรวม = ราคาขายต่อหน่วย (P) คูณด้วยปริมาณขาย (Q)
- ต้นทุนรวม = ผลรวมของต้นทุนคงที่ (F) คูณด้วยปริมาณขาย (Q)

เพราะฉะนั้น ณ ระดับปริมาณยอดขายที่ก่อให้เกิดจุดคุ้มทุน จึงเป็นดังนี้

$$\begin{aligned}
 P \times Q &= (V \times Q) + F \\
 200 \times Q &= (60 \times Q) + 26,580 \\
 Q &= 189.85 = 190 \text{ ม้วน}
 \end{aligned}$$

ดังนั้น สื่อวิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) มีระดับปริมาณของยอดขายที่ก่อให้เกิดจุดคุ้มทุน คือ 190 ม้วน

4.5.2 การบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 30 นาที) ในราคา 7 เหรียญสหรัฐ มีต้นทุนที่ใช้ในการผลิต ดังนี้

ต้นทุนในการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิทัศน์ (ต่อวัน) ประกอบด้วย

- ค่าพาหนะ	200	บาท
- ค่าจ้าง	400	บาท
- ค่าเช่าอุปกรณ์	400	บาท
- ค่าเสื่อมราคา	100	บาท
- ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	150	บาท
- ค่าบำรุงวัด (ไฟฟ้า)	50	บาท
- อื่น ๆ (10 % ของต้นทุนคงที่)	130	บาท
รวม	<u>1,430</u>	บาท/วัน

ต้นทุนผันแปรได้ต่อหน่วย :-

- ค่าวิดิโอเทป (ม้วนเปล่า)	60	บาท
----------------------------	----	-----

แทนค่าจากสูตร

$$\begin{aligned} P \times Q &= (V \times Q) + F \\ 280 \times Q &= (60 \times Q) + 1,430 \\ Q &= 6.5 = 7 \quad \text{ม้วน/วัน} \end{aligned}$$

เมื่อกำหนดให้

Q แทน จำนวนหน่วยที่ขาย
P แทน ราคาขายต่อหน่วย = 280 บาท (7 เหรียญสหรัฐ x 40 บาท)
V แทน ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย = 60 บาท
F แทน ต้นทุนคงที่ = 1,430 บาท

ดังนั้น การรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิดิทัศน์ (ความยาว 30 นาที) มีระดับปริมาณของยอดขายที่ก่อให้เกิดจุดคุ้มทุน คือ 7 ม้วน ต่อวัน

4.5.3 สื่อวิดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) รวมกับ การรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 30 นาที) รวมเป็น 50 นาที ในราคา 10 เหรียญสหรัฐ มีต้นทุนที่ใช้ในการผลิต ดังนี้

ต้นทุนในการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิดิทัศน์ (ความยาว 30 นาที) ต่อวัน เท่ากับ 1,430 บาท

ต้นทุนผันแปรได้ต่อหน่วย :-

- สื่อวิดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (20 นาที) เท่ากับ 200 บาท

แทนค่าจากสูตร

$$\begin{aligned} P \times Q &= (V \times Q) + F \\ 400 \times Q &= (200 \times Q) + 1,430 \\ Q &= 7.15 = 8 \quad \text{ม้วน/วัน} \end{aligned}$$

เมื่อกำหนดให้

Q แทน จำนวนหน่วยที่ขาย

P แทน ราคาขายต่อหน่วย = 400 บาท (10 เหรียญสหรัฐ x 40 บาท)

V แทน ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย = 200 บาท

F แทน ต้นทุนคงที่ = 1,430 บาท

ดังนั้น สื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) รวมกับ การรับบริการ
ถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 30 นาที) รวมเป็น 50 นาที มีระดับ
ปริมาณของยอดขายที่ก่อให้เกิดจุดคุ้มทุน คือ 8 ม้วน ต่อวัน



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจในการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 ราย (จากการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประเภทการท่องเที่ยวส่วนบุคคล ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป) โดยใช้สื่อวีดิทัศน์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และใช้วิธี LSD ซึ่งการศึกษานี้ ผู้วิจัยมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการเผยแพร่ศาสนา รวมทั้งศิลปะ และวัฒนธรรมที่ดีงามของประเทศไทย และเพื่อเป็นการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศ จากการที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการรับซื้อบริการสื่อวีดิทัศน์ เพื่อเก็บประวัติการท่องเที่ยวของตนเองในการศึกษาหาความรู้ และนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในประเทศของตน ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์

ผลการศึกษา ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ พบว่า โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจโดยรวมต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 55.0) แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ พบว่า ความพึงพอใจต่อความยาวของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก (ร้อยละ 46.7) เมื่อเปรียบเทียบกับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 30 นาที) พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเพียงระดับปานกลางเท่านั้น (ร้อยละ 45.4) รวมถึงความยาวของสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 30 นาที) (ร้อยละ 45.0) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในวัดพระเชตุพนฯ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.4) ต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้มักจะใช้เวลาส่วนใหญ่เก็บเกี่ยวประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่า จึงทำให้มีระดับความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ที่มี

การให้บริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวิดิทัศน์แก่นักท่องเที่ยว น้อยกว่า ระดับความพึงพอใจต่อสื่อวิดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที)

สำหรับด้านราคาของการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ทั้ง 3 ประเภท พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องจากราคาของการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ที่กำหนดนั้น มีราคาไม่แพงมากเกินไป และนักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อได้โดยไม่เดือดร้อน

5.2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ และกลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจใกล้เคียงกันมาก จึงไม่ส่งผลให้เกิดความแตกต่างกันในเรื่องความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ และนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์แตกต่างกัน ซึ่งเมื่อใช้วิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) ในการทดสอบความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยในแต่ละกลุ่มย่อย พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติอเมริกา ($\bar{X} = 3.70$) มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวิดิทัศน์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติยุโรป ($\bar{X} = 3.49$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ($\bar{X} = 3.21$) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการมีศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และชาวอเมริกันเป็นคนที่ไวต่อการเรียนรู้ และเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ เต็มใจที่จะค้นคว้าเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ใคร่รู้จัก จึงต้องใช้ความอิสระและการมองสิ่งต่าง ๆ ในแง่ดี ซึ่งเป็นลักษณะ



อย่างหนึ่งของคนอเมริกัน และโดยทั่วไปจะยอมรับคนที่มีความคิดแตกต่างกัน (สมาคมไทย
แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ, 1998 : 54)

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับวิทยาลัย (College) ($\bar{X} = 3.76$) มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา (University) ($\bar{X} = 3.42$) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย มักมีความพร้อมในด้านหน้าที่การทำงาน มีรายได้ และเป็นส่วนสนับสนุนให้มีโอกาสท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว มากกว่า ผู้ที่จบการศึกษาในระดับวิทยาลัย หรือมีโอกาสพบเห็นการให้บริการต่าง ๆ ตามแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า จึงทำให้มีความพึงพอใจในด้านนี้ลดลง

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.62$) มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.26$) และนักเรียนหรือนักศึกษา ($\bar{X} = 3.36$) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว อาจมีแนวคิดที่จะนำไปประกอบธุรกิจเชิงพาณิชย์ เช่น นำสื่อวีดิทัศน์ไปทำการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศของตน และอาชีพยังมีผลโดยตรงต่อรายได้ที่ได้รับ ซึ่งไม่มีปัญหาในเรื่องรายจ่ายเพื่อการตัดสินใจลงทุน หรือการเลือกใช้บริการต่าง ๆ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,000-23,999 เหรียญสหรัฐ ($\bar{X} = 3.72$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 24,000-40,999 เหรียญสหรัฐ ($\bar{X} = 3.98$) มีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 เหรียญสหรัฐ ($\bar{X} = 3.45$) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากรายได้เป็นตัวกำหนดสถานภาพที่สำคัญอย่างหนึ่งของบุคคล เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดโอกาสทางสังคม ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง ย่อมทำให้มีกำลังในด้านการจับจ่ายซื้อของที่ระลึก รวมถึงสินค้าพื้นเมืองต่าง ๆ ที่ได้จากการท่องเที่ยวได้ดีกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า

กล่าวโดยสรุปแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ในระดับมาก โดยปัจจัยที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจซื้อบริการ คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถดึงดูดความสนใจ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งมีความแตกต่างจากศิลปะและวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนกันในแต่ละสัญชาติ อีกทั้งการศึกษาก็มีผลต่อความพึงพอใจของแต่ละคน ซึ่งก็ต้องผสมผสานกันระหว่างเศรษฐกิจ สังคม อาชีพ และระดับของรายได้ที่มีอยู่ด้วย โดยจะมีความเป็นไปได้มาก ถ้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จะมีการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน หรือโบราณสถาน ซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่า สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ต้องมีการลงทุน เนื่องจาก

บรรพบุรุษได้สร้างไว้เป็นมรดกสำหรับคนรุ่นหลังได้นำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ ศิลปะและวัฒนธรรมไทย รวมทั้งการศึกษาประวัติศาสตร์ให้ทั่วโลกได้รู้จัก และชักชวนกันมา ท่องเที่ยวต่อไป ซึ่งจะเป็นโอกาสในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศมากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะอันจะเป็นแนวทางใน การดำเนินงาน และในการวิจัยต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.3.1.1 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการจัดทำสื่อวีดิทัศน์

1) บทวีดิทัศน์

1.1) ควรมีการศึกษาในรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และคุณค่าความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ก่อนจัดทำบทวีดิทัศน์

1.2) ในการจัดทำบทวีดิทัศน์ต้องสั้น กระชับ และได้ใจความ อันจะสื่อได้ถึงคุณค่า และความสำคัญ

2) การถ่ายทำวีดิทัศน์

2.1) ควรมีการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ และแจ้ง วัตถุประสงค์ในการถ่ายทำครั้งนี้

2.2) ควรสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยว หรือชุมชน ได้มีส่วนร่วม ในการดำเนินงาน

3) แบบสอบถาม

ในการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ ถูกต้อง ชัดเจน ควรจัดหาสถานที่ที่นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการตอบแบบสอบถาม

5.3.1.2 ข้อเสนอแนะแก่เจ้าของพื้นที่ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการ

เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ตามที่ได้ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะการจัดการทั้งทางด้านการจัดทำสื่อวิทัศน์ และการจัดการพื้นที่ ดังนี้

1) การจัดทำสื่อวิทัศน์

การเลือกใช้สื่อ นับเป็นกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในการศึกษาได้ใช้สื่อวิทัศน์ที่คาดว่าจะมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับกลุ่มท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง โดยที่สื่อนี้จะต้องคำนึงถึงความครอบคลุมที่จะต้องพิจารณาถึงระยะเวลาของสื่อและความต่อเนื่อง และทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับแผนการดำเนินงานกลุ่มเป้าหมาย และงบประมาณ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้มีข้อเสนอแนะในการจัดทำสื่อวิทัศน์ ดังนี้

1.1) จัดตั้งคณะทำงานรับบริการสื่อวิทัศน์

เพื่อให้สื่อวิทัศน์ที่จะนำเสนอให้นักท่องเที่ยวเกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงควรมีการจัดตั้งคณะทำงานผลิตสื่อวิทัศน์ ซึ่งประกอบด้วย

- ผู้แทนวัดพระเชตุพนฯ
- ผู้แทนชุมชน
- ผู้แทนโรงเรียนมหรณพาราม
- ผู้แทนบริษัทนำเที่ยว

ทั้งนี้ คณะทำงานจะมีหน้าที่กำกับดูแลในการจัดทำสื่อวิทัศน์เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

1.2) ศึกษาจุดคุ้มทุนในการรับบริการสื่อวิทัศน์

ในการศึกษาร้านนี้ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ในการจัดทำสื่อวิทัศน์จากโรงเรียนมหรณพาราม และได้ทำการศึกษาจุดคุ้มทุนของสื่อวิทัศน์ในเบื้องต้น โดยหาระดับปริมาณของยอดขาย ซึ่งจะเท่ากับต้นทุนของสื่อวิทัศน์ โดยกำหนดราคาขายไว้ (1 เหรียญสหรัฐประมาณ 40 บาท) สรุปได้ดังนี้

ก) สื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) ที่ราคา 5 เหรียญสหรัฐ (ประมาณ 200 บาท) พบว่า จุดคุ้มทุนอยู่ที่ 190 ม้วน

ข) การรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์ (ความยาว 30 นาที) ที่ราคา 7 เหรียญสหรัฐ (ประมาณ 280 บาท) พบว่า จุดคุ้มทุนอยู่ที่ 7 ม้วน ต่อวัน

ค) สื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 30 นาที) รวมเป็น 50 นาที ที่ราคา 10 เหรียญสหรัฐ (ประมาณ 400 บาท) พบว่า จุดคุ้มทุนอยู่ที่ 8 ม้วน ต่อวัน

จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดพระเชตุพนฯ ซึ่งเสียค่าธรรมเนียมผ่านประตูตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2540 – เมษายน 2541 มีทั้งสิ้น 828,562 คนต่อปี เมื่อเฉลี่ยเป็นรายวันมีประมาณ 2,270 คนต่อวัน และในการเปิดสื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯให้นักท่องเที่ยวชม ถ้าเริ่มตั้งแต่เวลา 09.00 – 16.00 น. จะสามารถเปิดสื่อวีดิทัศน์ให้นักท่องเที่ยวชมได้ประมาณ 14 รอบ โดยใน 1 รอบ ถ้ามีนักท่องเที่ยวชมรอบละประมาณ 8 คน จะมีนักท่องเที่ยวชมสื่อวีดิทัศน์ถึง 112 คนต่อวัน คิดเป็น 5 % ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดพระเชตุพนฯ ต่อวัน และจากการศึกษาจุดคุ้มทุนของสื่อวีดิทัศน์ ถ้าคาดว่าจะขายได้ 10 % ต่อวัน ของผู้เข้าชมสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 112 คนต่อวันแล้ว สามารถอธิบายได้ดังนี้

ก) สื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) พบว่าจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 190 ม้วน ซึ่งภายใน 17 วัน ก็สามารถทำให้ปริมาณของยอดขายเท่ากับต้นทุนของสื่อวีดิทัศน์พอดี

ข) การรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์ (ความยาว 30 นาที) พบว่าจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 7 ม้วนต่อวัน ซึ่งภายใน 1 วัน สามารถทำให้คุ้มกับการลงทุนได้

ค) สื่อวีดิทัศน์แนะนำวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 20 นาที) รวมกับการรับบริการถ่ายภาพส่วนตัวด้วยวีดิทัศน์รอบวัดพระเชตุพนฯ (ความยาว 30 นาที) รวมเป็น 50 นาที พบว่าจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 8 ม้วนต่อวัน ซึ่งภายใน 1 วัน สามารถทำให้คุ้มกับการลงทุนได้เช่นกัน

สรุปโดยรวมแล้ว ถ้าโรงเรียนมหรณพาราม ได้มีการลงทุนทางด้านการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ในเชิงพาณิชย์ โดยประสานความร่วมมือกับวัดพระเชตุพนฯ ซึ่งถ้าพิจารณาจากจุดคุ้มทุนแล้วก็มีความเป็นไปได้ที่น่าลงทุน ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างอาชีพแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังเป็นการเผยแพร่แหล่งความรู้ทางด้านศิลปะ และวัฒนธรรมของประเทศไทย อันเป็นผลพลอยได้ที่สำคัญอย่างหนึ่งในการชักจูงหรือบอกต่อ ๆ กันไปให้มาท่องเที่ยว

1.3) สร้างจิตสำนึกและส่งเสริมการอนุรักษ์แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตสื่อวีดิทัศน์

การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนัก และส่งเสริมการอนุรักษ์ เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งขณะทำงานหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มบุคคลดังกล่าวมีความรู้สึกที่ดี และรู้ซึ่งถึงคุณค่าและความสำคัญของวัดพระเชตุพนฯ อีกทั้งเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและให้เกิดการยอมรับในการอนุรักษ์ รวมทั้งเกิดความตระหนักในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อวีดิทัศน์

ในการสร้างจิตสำนึกและส่งเสริมการอนุรักษ์นี้จะมีกิจกรรมฝึกอบรม ซึ่งจะต้องขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม หรือกรมศิลปากร เป็นต้น

2) การจัดการพื้นที่

เพื่อให้การดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยว ร่วมกับการรับบริการสื่อวีดิทัศน์นั้น ควรมีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้แก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

2.1) จัดสถานที่ภายในวัดพระเชตุพนฯ ให้นักท่องเที่ยวเข้าพักชมสารคดีแนะนำวัดพระเชตุพนฯ และข้อมูลที่น่าสนใจควรทราบคร่าว ๆ ก่อนที่จะไปชมสถานที่จริง เพื่อเป็นความรู้เบื้องต้น เป็นการประหยัดเวลาในการชม และนักท่องเที่ยวจะได้เลือกชมในจุดที่สนใจจริง ๆ โดยอาจขอความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2.2) จัดทำป้ายสื่อความหมาย แสดงผังบริเวณและแสดงชื่อและรายละเอียดโดยย่อของอาคารสถานที่ ซึ่งป้ายสื่อความหมายนี้ต้องสอดคล้องกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมของสถานที่

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 เพื่อให้การจัดทำสื่อวีดิทัศน์ มีความสมบูรณ์และสามารถใช้ได้โดยทั่วไป จึงควรจะมีการศึกษาวิจัยในรูปแบบเดียวกันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษามาประยุกต์ และปรับปรุงข้อด้อยต่าง ๆ ต่อไป

5.3.2.2 ควรมีการศึกษาสื่อชนิดอื่นนอกเหนือจากสื่อวีดิทัศน์ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดความพึงพอใจสูงสุด และก่อให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวเข้าประเทศไทยมากขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการศาสนา. กองพุทธศาสนสถาน. (มปป.). ประวัติวัดทั่วราชอาณาจักร เล่ม 1.

(พิมพ์ครั้งที่ 1: หน้า 1). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา.

_____. กระทรวงศึกษาธิการ. (2525). ประวัติวัดสำคัญทางพระพุทธศาสนา ตอน 2;
น.1.

กานดา พูนลาภทวี. (2539). สถิติเพื่อการวิจัย. ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ฟิสิกส์ เซ็นเตอร์.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2529) “ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว”.
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (อัครา).

_____. (2530). “การประชุมว่าด้วยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว”.
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (อัครา).

คุณทลทิพย์ มาลากุล ณ อยุธยา. (2526). การศึกษาเปรียบเทียบความพอใจระหว่างผู้อยู่อาศัย
ในแฟลตกับเรือนแถว กรณีโครงการเคหะชุมชนบางบัว 2. กรุงเทพฯ:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกษร กิจเพิ่มพูน. (2523). ทศนคติของผู้ป่วยที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลสมุทรสาคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชนิษฐา เนตรล้อมวงศ์. (2535). ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อการปฏิบัติตัวของวัยรุ่น.
วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาคหกรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

คิด สุวรรณสร. (เม.ย. 2523). “ศึกษุทธจักรบ้านเทิง” แมน.

คำนึ่ง นกแก้ว. (2524). ความพึงพอใจในการทำงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา ในเขตการศึกษา 3.
วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จงกลนี เกตุแก้ว. (2536). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า.
วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนสังคม), สถาบัน
พัฒนบริหารศาสตร์.

จารุณณณ์ ปาณานนท์. (ม.ค. – มี.ค. 2535). ททท. – จุลสารการท่องเที่ยว, 1 (11).

จินดารักษ์ แสงกาญจน์วนิช. (2534). ชัดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภท
โบราณสถาน ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล.

จรัญ อยู่พรหม. (2526). ความเข้าใจเกี่ยวกับสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.

ชม ภูมิภาค. (2515). “โทรทัศน์กับการศึกษาดนตรี” สารเทคโนโลยีทางการศึกษาระดับ 2
หน้า 50. ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.

ชมรมศาสนาและวัฒนธรรม. (มปป.) ศาสนาและวัฒนธรรม. วิทยาลัยเทคนิคสมุทรสาคร.
อัสสัมชัญ.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, ดร. (2540). วิถีไทย: การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. โครงการวิถีทรรศน์,
กรุงเทพมหานคร : บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ชิดจันทร์ หังสสุติ. (2529). หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2
หน้า 99-100). ภาควิชาอุตสาหกรรมและการบริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
รามคำแหง : หจก. แสงจันทร์การพิมพ์.

ชรินิ เดชจินดา. (2535). ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรม
แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ณรงค์ มั่งคั่ง และ สมชาย เปรมรุ่งพันธุ์. (2534). การพัฒนาชุดการสอนการใช้เครื่องวัดไฟฟ้า
แบบชี้ค่าโดยใช้เทปโทรทัศน์. ระดับปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชา
ครุศาสตร์ไฟฟ้า ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

เดชา จันทรรักษ์. (ส.ค. 2525). “วิดีโอเทปสำหรับเยาวชน” Video Review, 1 (1), 44-46.

เด่นดวง พุ่มศิริ. (2528). ประเพณีไทย. มัคคุเทศก์กับการนำเที่ยว. เอกสารการอบรมมัคคุเทศก์, (พิมพ์ครั้งที่สอง, หน้า 84). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ดุษ ชุมสาย, มล. และฉวีพจน์ พรหมโยธี. (2527). ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

เทพเวที, พระ. (2532). “ปาฐกถาพิเศษ 100 ปี พระยาอนุมานราชธน วัฒนธรรมกับการพัฒนา”. ในสู่โฉมหน้าใหม่ของวัฒนธรรมกับการพัฒนา. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินติ้งกรุ๊ป จำกัด.

ทักษิณา นิยมรัตน์. (ก.พ. – พ.ค. 2533). “ความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) : แนวคิดและข้อจำกัดของการใช้”. จุลสารการท่องเที่ยว 1, 61.

ทศไนย สุนทรวิภาต. (2532). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธิดา ชมภูนิช และคณะ. (2526). ความเข้าใจในศิลปะ. (พิมพ์ครั้งที่สอง, หน้า 1-3). ภาควิชาศิลปศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิทยาลัยครุบุรีรัมย์.

นิคม จารุมณี, ดร. (2535). ระบบข้อมูลและสถิตินักท่องเที่ยว. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ดำเนินการทางวิชาการ ฉบับที่ 53 หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู.

นิพนธ์ สุขสวัสดิ์. (2521). วรรณคดีเกี่ยวกับชนบทประเพณี. พิษณุโลก โครงการตำรา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พิษณุโลก.

นันทิภา เกิดชื่น. (2533). ขีดความสามารถทางสังคมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสังคมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

บุญชม ศรีสะอาด, รศ. ดร. (2535). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.

บุญส่ง แจ่มสว่าง. (2524). การวิเคราะห์การใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพอนามัยสำหรับประชาชนของเจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาลและสถานบริการสาธารณสุข ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญส่ง แจ่มสว่าง และสุรินดา แจ่มสว่าง. (ม.ย. 2523). สัมมนามหาวิทยาลัยมหิดล ครั้งที่ 3/2523 เรื่อง “สื่อการศึกษา”. คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, ศจ. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.

ปานทิพย์ ภาณุมาศ, มล. (2526). การสร้างบทเรียนวิดีโอเทปเรื่อง “มรรยาทการแสดงความเคารพแบบไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการสอนภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปิยวรรณ ประคุณคงชัย. (2533). ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อบริการของโรงพยาบาลของรัฐ : ศึกษากรณี จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาประชากรและสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

เปื้อง กุมท. (2515). การใช้โทรทัศน์ในห้องเรียน. พระนคร : สหมิตรการพิมพ์.

เปลื้อง ณ นคร. (2535). ปทานุกรมนักเรียน (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพมหานคร : บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

พิชัย ศรีใส. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษและอาชีพในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 3. วิทยานิพนธ์การศึกษา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.

พูนศักดิ์ จันทรสุนทร. (มปป.). การบริหารงานวัฒนธรรมแนวใหม่. สรุปสาระสำคัญจากคำบรรยายของนายพูนศักดิ์ จันทรสุนทร. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. กระทรวงศึกษาธิการ.

_____. (มปป.). “โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทย: วัฒนธรรมกับการสื่อสารมวลชน”. สรุปสาระสำคัญจากคำบรรยายของนายพูนศักดิ์ จันทรสุนทร. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. กระทรวงศึกษาธิการ.

ไพโรจน์ บุญวัฒนกุล, ดร. และ วิเชียร เกษประทุม, ผศ. (มปป.). (คู่มือภาษาไทย ม.1-2-3 ตรงตามหลักสูตรใหม่. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

เพชร ขุมทรัพย์. (2539). วิเคราะห์งบการเงิน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไพฑูรย์ พงชนะบุตร และคณะ. (2531). คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์ โครงการการศึกษาต่อเนื่อง. (พิมพ์ครั้งที่ 2 , หน้า 143, 219-224, 263-267). โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมตตา เสวตเลข. (2539). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ : ศึกษาเฉพาะกรณีสวนสัตว์ดุสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ยอร์ช เสมอมิตร. (2527). การสร้างและทดลองใช้เทปโทรทัศน์สำหรับการสอนประชากรศึกษา เรื่องผลสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงประชากร สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาประชากรศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

รัฐพล ไชยรัตน์. (2536). บทบาทของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัตนะ บัวสนธิ์, ดร. และคณะ. (มปป.). วัฒนธรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่น. เอกสารการศึกษาและพัฒนากระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น (เล่ม 1). ส่วนส่งเสริมวัฒนธรรมไทย สถาบันวัฒนธรรมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ : หน้า 5-7, 14.

ลำพอง ศรีทับทิม. (2535). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตรสิ่งแวดล้อม), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วสารักษ์ แก้วจินดา. (2539). การใช้สื่อวีดิทัศน์เสริมเพื่อเพิ่มพูนความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา : นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีการบริหาร สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

วาสนา ชาวหา. (2522). เทคโนโลยีทางการศึกษา. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. บางแสน.

วิภาวี ตูยานนท์. (2524). โครงการจัดตั้งหน่วยเทปโทรทัศน์เคลื่อนที่ เพื่อการศึกษานอกโรงเรียน สำหรับกรรมการศึกษานอกโรงเรียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2526). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม: มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรีพัชโรดม, พระ. (ต.ค. 2539). การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในวัด. สารความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น หน่วยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมท้องถิ่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี สถาบันราชภัฏสุราษฎร์ธานี : สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม. หน้า 103-104.

ศิริ ศิริวัลย์. (2532). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชัยนาทต่อสวนนกชัยนาท. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.). นักท่องเที่ยวต่างชาติมองเมืองไทยอย่างไร?. (ม.ค. 2541). วารสารความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร; สรรพากรสาส์น , 45, (1) , 21-33.

สมชาย ลีตะกวัณศ์. (2530). ความสัมพันธ์ระหว่างการชมเทพโพรทส์กับสัมฤทธิ์ผลทางการเรียนของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมพงษ์ เกษมสิน. (2517). สารานุกรมการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, หน้า 108.

_____. (2523). การบริหารงานบุคคลแผนใหม่. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, หน้า 319, 357-359.

สมยศ นาวิการ. (2521). การพัฒนาองค์การและการงานใจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ดวงกมล. หน้า 169.

สมาคมไทยแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ. (1998). ข้อมูลทั่วไปทางสังคมและวัฒนธรรม. คู่มือศึกษาต่อต่างประเทศ. (อัคราณา).

สันหัด ภีบาลสุข. (2527). "วีดีโอ". ศีกษาศาสตร์. (ตุลาคม 2526 - มกราคม 2527), หน้า 20.

สมัย เพิ่มเจริญ. (2525). การสร้างบทเรียนภาษาฝรั่งเศสการท่องเที่ยว สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศึกษาศาสตร์-การสอน), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- สิทธิรัตน์ ปราจีนบุรวรรณ์. (2531). **ขีดความสามารถทางสังคมสำหรับการท่องเที่ยวชายหาด**
ชะอำ. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุรชาติ ณ หนองคาย. (2526). **สัมพันธภาพระหว่างผู้ป่วยกับเจ้าหน้าที่บริการของโรงพยาบาล:**
ศึกษาเฉพาะกรณีโรงพยาบาลรามารับดี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
สาขาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรินทร์ คล้ายจินดา. (เม.ย - มิ.ย. 2540). **การสร้างสิ่งเผยแพร่วัฒนธรรมจากวิธีการศึกษาวิจัยและ**
วิจัยการสร้างเรื่องบันเทิงให้เป็นการแสดงแสงและเสียง. ททท.จุลสารการท่องเที่ยว 16 (2).
- สุดสวาท เกศบุรมย์. (2530). **ความคิดเห็นและความต้องการรายการวิดีโอเทปเพื่อการศึกษาด้าน**
อาชีพสำหรับศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัด. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, ภาควิชา
โสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สุโท เจริญสุข. (2515). **หลักจิตวิทยาและพัฒนาการมนุษย์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แพรววิทยา.**
- เสาวณิต ตั้งตระกูล. (2533). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ**
บริเวณชายหาดหัวหิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
(วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม. (มปป.). **การพัฒนาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม.**
หลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม. กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและ
สิ่งแวดล้อม.
- สำนักงานมูลนิธิราชปัญญาสุธี (ถาวร ดิสนานุกโร). (2541). **วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชว**
รมหาวิหาร.
- สำนักงานกฤษฎีกา. (2529). **แนวทางในการรักษาส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรม พุทธศักราช 2529**
(หมวด 2). (อัครา).
- หลุย จำปาเทศ. (2533). **จิตวิทยาการสูงใจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สามัคคีสาส์น จำกัด.**
- อารียา คลังชำนาญ. (2541). **ศิลปะกับความงาม. วารสารวิชาการคณะศิลปกรรม, (2).**
มหาวิทยาลัยรังสิต.

อินทรี วัฒนสิมานนท์. (2534). ความพึงพอใจของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรีต่อคุณสมบัติ
ของลูกจ้างที่สำเร็จอาชีวศึกษา ประเภทช่างอุตสาหกรรม. ปรินิพนธ์การศึกษ
มหาวิทยาลัย, ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

McIntosh. Robert W., and Charles R. Goeldner. (1984). **Tourism: Principles Practices,
Philosophics.** New York: Wiley.



ภาคผนวก ก

บทเพื่อการถ่ายทำวิดีโอ

ชื่อเรื่อง	:	วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร
ภาษา	:	อังกฤษ
ระยะเวลา	:	ประมาณ 20 นาที
วัตถุประสงค์	:	เพื่อเผยแพร่ศาสนสถานที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของไทย รวมทั้งศิลปะและวัฒนธรรมไทย
กลุ่มเป้าหมาย	:	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
บทวิดีโอ	:	นางสาวธนภรณ์ เมทนิสตุติ และนางสาวสาวิตรี แจ่มกลิ่น
ผลิตโดย	:	งานโสตทัศนศึกษา โรงเรียนมหารัชมงคล เขตตลิ่งชัน กทม.
อำนวยการผลิต	:	นางสาวนพรัตน์ เมทนิสตุติ
ถ่ายทำ	:	นายวัตรสัน เอมแจ้ง และนายศักรชัย แสงทับทิม บริษัท ชัยพงษ์ โปรดักชั่น จำกัด
ตัดต่อ-effect	:	นายปฏิภาณ ภวปัญญากุล
Mix เสียง	:	นายปฏิภาณ ภวปัญญากุล และนายวัตรสัน เอมแจ้ง
สร้างบท/กำกับ	:	นางสาวกฤษณา ประชากุล และ นายปฏิภาณ ภวปัญญากุล
เทคนิคพิเศษ	:	ทำที่งานโสตทัศนศึกษา โรงเรียนมหารัชมงคล เขตตลิ่งชัน กทม.
ดนตรี	:	นางสาวจันทิมา ถ้ำเลิศ
ประสานงาน	:	นางสาวพัชญา บัวอรุณ นางสาวธัญรติ เมทนิสตุติ
เพลงบรรเลงไทยเดิม	:	จันทรา วรเชษฐ์ เขกกล่อมเจ้า อัสวลิลา (ม้าย่อง) ญวนรำกระถาง

Section	Picture	Sound	Time (sec.)
1	- Mural Paintings - King Rama I	Wat or Temple is the sacred place together with Buddhism and the Thai nation. Wat Pho, the official name being Wat Phra Chetupon Vimolmangkaram Rajwaramahaviharn, is the first grade Royal monastery and it is considered the royal temple of King Rama I	25
2	- Section containing the Ordination Hall	Wat Pho is a beautiful Buddhist work of art harmoniously mixing Thai intellect with art and culture of various countries.	6
3	- Mural Paintings - Mural Paintings in the Hall - Seated Buddha Images	It is an old temple established in the late Ayutthaya period during B.E. 2231-2246 in the Reign of Somdet Phra Phet Racha.	19
4	- The Plan of WAT PHO - The Sheltered Gate	The plan of Wat Pho can be divided into 2 sections which are Ecclesiastic section is the place where the Phra Buddha Deva Patimakorn is enshrined and the Monk's living section is the living boundary of monks and novices. Starting at the sheltered gate, we will be aroused with the crown-like spire elaborated with multicolored mosaic. There are 16 sheltered gates around the outer wall. They, therefore, built the crown-like spire on the sheltered gate to be dignified with the Grand Palace. The crown is the highest royal ornament for Thai Kings	22 23

Section	Picture	Sound	Time (sec.)
5	- Phra Upasatha (Main Chapel) - Phra Buddha Deva Patimakorn (Principal Buddha Image)	The other sacred place is Ordination Hall (Phra Ubosotha) which is used for performing the monastic ritual. It was constructed in the Reign of King Rama I in Ayutthaya style. The principal Buddha image is Phra Buddha Deva Patimakorn.	18
6	- Around the Main Chapel - Kampaenkaew or the Chapel Boundary Wall - Bas-reliefs depicting scenes from the Ramayana - Around the Main Chapel - Phra Maha Sthupa or Phra Prang	Around the Ordination Hall, there are the ordination hall boundary wall. The outer side of this boundary wall is decorated with carved stones portraying natural scenes of mountains, trees, and animals.	13

Section	Picture	Sound	Time (sec.)
7	- Buddha Image - Phra Rabieng (Gallery ; Cloister) - Buddha Image - Phra Chedi Rai (Small Pagodas) - Single-Based Chedi - The tourist	The opposite of the ordination hall boundary wall is Phra Rabieng, it is the double cloister surrounding the courtyard of the Ordination Hall. It is connected by four main directional Viharn, where Buddha images were enshrined the most in Thailand. The inner cloister contains 150 Buddha images with 244 images being located on the outer side. Phra Chedi Rai, surrounds the cloisters, you can see a great number of 71 small pagodas elaborated with colored mosaic. In a Single-based Chedi, four groups of five pagodas are found at the corner of 4 directional Galleries (Phra Viharn Kod). The group consists of a big pagoda in the middle surrounded by four small pagodas on a single base.	38
8	- Phra Maha Chedi Si Rajakarn (A group of four huge pagodas) - Portal Arch - King Rama III - Added Notched-Rim structures ending in a tall spire and elaborated with colourful mosaics	An important factor of Thai temples are Pagoda (Chedi), which is for keeping ashes of royal descendants and in some occasions, it is built for the purpose of a monument as with the Four Great Chedi. Wat Pho is the temple which has the most chedi in Thailand. The chedi at Wat Pho has its own unique image and the most well-known is the Four Great Chedi.	18
			11

Section	Picture	Sound	Time (sec.)
		The first Great Chedi is Phra Maha Chedi Sri Sanpetdayam, decorated with green porcelain. The second Great Chedi, is adorned with white porcelain. The third Great Chedi was decorated with yellow porcelain and the last one was decorated with dark blue. These chedi were dedicated to King Rama I, King Rama II, King Rama III, and King Rama IV respectively.	30
9	- Sala Rai (Satellite Pavillions) - Standing Buddha Image - The Oval Shaped - The Angel Shaped - Drawings of massage positions posted on the ceiling of the veranda	The distinguishing image of Phra Maha Chedi are the Pavillions (Sala Rai) where the 3 standing Buddha images are enshrined on a single base, there are a total of 135 images. At each post of Phra Rabieng, there are inscriptions of medical recipes. As the penetrating of King Rama III who foresaw the importance of education, the king ordered to inscribe the learned treatise at the Sala Rai. There are 2 kinds of Sala Rai. The Oval shaped is inscribed with medical recipes and Thai traditional medical science. The Angle shaped is inscribed with proverbs and poems on Thai traditional beliefs and principles in order to give a chance to study. Wat Pho is the first open university which collected Thai intellect to be a valuable heritage for our next generations.	62

Section	Picture	Sound	Time (sec.)
10	- Sala Rai (Satellite Pavillions) - The tourist - Sala Rai	Another pavilion (Sala Rai) was built in the boundary of the North Phra Uposatha has inscriptions of Thai traditional massage recipes.	12
11	- Portal Arch - Phra Buddha Lokanart	Besides Sala Rai, we will see another prominent piece of architecture which is Phra Viham Tid. There are 4 directional viham. There is a sacred Buddha image enshrined inside the Phra Viham Tid. Among all Phra Viham Tid, there is one important Buddha image in Ayutthaya style which is Phra Buddha Lokanad. This standing Buddha image is enshrined at the back porch of the East portico which was kept the King's relics.	14 18

Section	Picture	Sound	Time (sec.)
12	- The name board of the Vihara of the Reclining Buddha - The Vihara of the Reclining Buddha - Door way of the Vihara of the Reclining Buddha - The tourist is walking in door way - The face of Reclining Buddha Image - The statue is 46 metres long - The Mother-of-Pearl inlay at the feet of the image - The tourist is putting a coin in any alms-bowl	The main and important viham where the Reclining Buddha image enshrined is well-known among Thai people and foreigners. The image was made of stuccoes brick gilded with gold leaves. This statue is 46 metres long, with the dimensions at the face of 15 metres high and at each foot of 3 metres high and 5 metres long. The mother-of pearl inlay at the feet of the image is Thai-Chinese style, as indicated by 108 auspicious signs portraying natural scenes of both Indian and Chinese influence.	42

Section	Picture	Sound	Time (sec.)
13	- Phra Mondob (The Scripture Hall) - Gables Roof Tetrahedron elaborated with multicoloured chinese ceramics boels - The Rock Giants	Next to the Phra Viham of the Reclining Buddha image, there is another distinguished architecture is the Scripture Hall (Phra Mondob or Hor Trai with four extended porticoes). Its central unit was topped by an elaborate crown-like cupola and spire and decorated with multicolored porcelain. On the both sides of the sheltered gates, there are 2 standing rock giants as door guardians.	26
14	- Contorted Hermit Mount - Rishi in the posture of self-massage (The Contorted Hermit was applied from Indian Yogi	Moreover, the place used to enhance knowledge is Contorted Hermit Mount. There are many copies of picture from the texts, including herbal garden for studying and the great uses of medical science.	15
15	- Khao Mor (Model Hill) - Chinese stone statue - Chinese Pagoda	There are various important kinds of stones in Thailand which were used to assemble the mounts in Wat Pho. Due to the diligence of Thai Kings, this is considered the first university of stones in Thailand and it brings great advantages to the geological study.	18

Section	Picture	Sound	Time (sec.)
16	- Chinese Rock Giant and rockeries of ballast	If we observe, we will find that the mounts around Wat Pho have different shape and sculpture. It is an purpose that some mounts were decorated with rockeries from many countries. This will show that Thailand can homogeneously link and adapt Thai culture with many civilized countries.	22
17	- The name board of the traditional medical science school and body massage - The name board of a price tag - Door way of the traditional medical science school and body massage - The Contorted Hermit Postures Massage - Herbal Massage	If you have problem with your health due to muscular, we would like to recommend the Thai Traditional Medical Science School and Body Massage. At Wat Pho, there are certain cures from herbs to relieve your pain with well-trained experts using Thai Traditional Massage. It will help you relax and feel comfortably. Moreover, this school is passing on all knowledge of Traditional Medical Science and Body Massage at 2 Sala Rai in the East.	32

Section	Picture	Sound	Time (sec.)
18	- The plan of WAT PHO - Phra Upasatha (Main Chapel) - Door Panel and window Panel - Gable - Gable Roof , Roof Decoration - Any work of Art - Lan Than or Rock Giant with weapons - The Reclining Buddha Image - The tourist - Phra Maha Chedi Si Rajakarn - Phra Mondob (The Scripture Hall) - Belfry	Wat Pho is considered a graceful architecture and be a place of worth sculpture. The plan of Wat Pho is set properly. Wat Pho also shows the relationship of exquisitely combining art and culture form foreign countries. It is seen that Wat Pho is the important place of worship throughout the Rattanakosin period. The beautiful Buddhist work of art is mixed with Thai culture and Thai intellect. It is unassessable work of art not only in historical and cultural but also aspect of matter and spirit of Thai people.	39

ลำดับที่	ภาพ	เสียง	เวลา (วินาที)
1	- จิตรกรรมฝาผนัง - พระบรมฉายาลักษณ์ในรัชกาลที่ 1	วัดเป็นศาสนสถานคู่มาคู่กับพุทธศาสนาและความเป็นชาติไทย วัดโพธิ์ หรือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร เป็นพระอารามหลวงและเป็นวัดประจำรัชกาลที่ 1	25
2	- เขตพุทธาวาส วัดพระเชตุพนฯ	วัดโพธิ์มีศิลปกรรมทางพุทธศิลป์ที่งามวิจิตร ในการผสมผสานภูมิปัญญาไทยให้เข้ากับศิลปะและวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ได้อย่างผสมกลมกลืน	6
3	- จิตรกรรมฝาผนัง - ลายต่างๆ ที่ประดับเชิงเสถาย - พระอุโบสถ - พระพุทธปฏิมากรนั่ง	วัดนี้เดิมเป็นวัด โบราณที่สร้างขึ้นสมัยกรุงศรีอยุธยา ระหว่างปี พ.ศ. 2231-2246 ในรัชกาลสมเด็จพระเพทราชา	19
4	- แผนผังบริเวณเขตพุทธาวาส - วัดพระเชตุพนฯ - ชุมประตู่เข้าเขตพุทธาวาส เป็นงานสถาปัตยกรรมเครื่องยอดทรงมงกุฎ	ผังการสร้างของวัดโพธิ์ จัดบริเวณออกเป็น 2 ส่วน คือ เขตพุทธาวาส และเขตสังฆาวาส เขตพุทธาวาส เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปฏิมากร เขตสังฆาวาส คือที่อยู่ของพระสงฆ์ สามเณร ในการเข้าชมวัด โพธิ์เราจะสะดุดตาไปกับชุมประตู่ทรงมงกุฎใหญ่รอบบริเวณกำแพงชั้นนอกที่มีอยู่ 16 ประตู ประดับด้วยกระเบื้องเคลือบเครื่องถ้วยงดงาม นับว่าเป็นประตูชั้นเยี่ยม พระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ทรงมีความเคารพและเลื่อมใส ศรัทธา พระพุทธศาสนา เพื่อให้ส่งามคู่ควรกับพระบรมมหาราชวัง จึงทรงสร้างชุมประตู่ทรงมงกุฎ ซึ่งมงกุฎถือว่าเป็นเครื่องทรงอันสูงสุดประจำพระองค์ของพระมหากษัตริย์ไทย	22 23

ลำดับที่	ภาพ	เสียง	เวลา (วินาที)
5	- พระอุโบสถ - พระพุทธเทพปฏิมากร (พระประธานในพระอุโบสถ)	พุทธสถานที่สำคัญ คือ พระอุโบสถ พระอุโบสถเป็นสถานที่ประกอบศาสนพิธีของศาสนาพุทธ สร้างในสมัยรัชกาลที่ 1 ตามแบบศิลปะอยุธยาตอนปลาย พระประธานเป็นพระพุทธรูปปางสมาธิ นามว่า พระพุทธเทพปฏิมากร	18
6	- บริเวณรอบนอกพระอุโบสถ - กำแพงแก้ว - แผ่นศิลาจำหลักเรื่องราวเกียรติ - บริเวณรอบนอกพระอุโบสถ - พระมหาสถูป หรือพระปรมาภิไธย	รอบนอกของพระอุโบสถมีกำแพงแก้ว สุ่มสีมา สร้างด้วยหินแกรนิต ด้านนอกประดับศิลาสลักเป็นรูปเขาไม้มและรูปสัตว์ต่างๆ	13
7	- พระพุทธรูป - พระระเบียง - พระพุทธรูป - พระเจดีย์ราย - พระเจดีย์หมู่ 5 ฐานเดียว - นักท่องเที่ยว	เมื่อมองไปทางด้านตรงข้ามของกำแพงแก้ว จะเห็นพระระเบียง สร้างรอบพระอุโบสถ อยู่ 2 ชั้น ทั้งสองชั้นเชื่อมต่อกันด้วยพระวิหารทิศ ที่อยู่รอบพระอุโบสถทั้งสี่ทิศ เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย ชั้นในประดิษฐานพระพุทธรูป 150 องค์ ชั้นนอก 244 องค์ ต่อจากพระระเบียงออกมาสร้างพระเจดีย์รายรอบพระอุโบสถสูง 3 วา 2 ศอก ฐานประดับศิลา องค์ประดับกระเบื้องเคลือบเครื่องถ้วย รวม 71 องค์ พระเจดีย์หมู่ 5 ฐานเดียว ประดิษฐานอยู่ตรงมุมพระวิหารทิศทั้งสี่ด้าน รวมเป็น 20 องค์ ประกอบด้วยพระเจดีย์ใหญ่ตรงกลาง ล้อมรอบด้วยพระเจดีย์เล็กสี่องค์ รวมห้าองค์ อยู่บนฐานเดียวกัน	38
			17

ลำดับที่	ภาพ	เสียง	เวลา (วินาที)
9	- ศาลาราย - พระพุทธรูปยืน - ศิลารีกดำรายาและแพथ์ - ศิลารีกดำราย (รูปไข่) - ศิลารีกสุภายิต โคลงกลอน (รูปเหลี่ยม) - จิตรกรรมลายเส้นบอกตำแหน่งนวด	เอกลักษณ์ที่โดดเด่นอย่างหนึ่งของพระมหาเจดีย์ คือศาลาราย เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปยืน ฐานละ 3 องค์ รวมทั้งสิ้น 135 องค์ และที่เสาพระระเบียงมีจารึกดำรายาติดไว้ทุกเสา และด้วยพระปรีชาญาณของรัชกาลที่ 3 ที่ทรงเห็นถึงความสำคัญของการศึกษา จึงได้โปรดเกล้าให้จารึกตำราเรียนไว้ที่ศาลาราย มี 2 ลักษณะ คือ ลักษณะรูปไข่ เป็นที่จารึกตำรายา และแพथ์แผนโบราณ ส่วนลักษณะรูปเหลี่ยมจารึกสุภายิต โคลงกลอนเกี่ยวกับด้านความเชื่อและคติธรรมโบราณของไทย เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสศึกษา และเป็นมหาวิทยาลัยแห่งสรรพวิชาไทย โดยเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรก ที่รวบรวมเอาภูมิปัญญาไทยไว้เป็นมรดกให้ลูกหลานไทย ได้เรียนรู้กันอย่างไม่รู้จบสืบ	62
10	- ศาลาราย - นักท่องเที่ยว	ศาลารายอีกด้านหนึ่งอยู่ทางเขตพระอุโบสถ หลังเหนือมีจารึกตำราหมอนวด และภาพคนแสดงแผนนวด แสดงเส้นสายต่างๆ	12
11	- ประติมากรรมด้านพระวิหิต - พระพุทธรูปโลกนาถศาสดาจารย์	นอกจากศาลาราย เราจะพบสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นอีกอย่างหนึ่ง คือ พระวิหิตที่มีทั้งหมด 4 พระวิหาร ในพระวิหิตนี้จะมีพระประดิษฐานองค์พระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์ ในบรรดาหมู่พระวิหิต มีพระพุทธรูปสำคัญองค์หนึ่งในสมัยกรุงศรีอยุธยา คือ พระพุทธรูปโลกนาถ เป็นพระยืนสูง 20 ศอก หล่อด้วยโลหะ ซึ่งประดิษฐานอยู่ मुखหลังของพระวิหิตตะวันออก ซึ่งบรรจุพระบรมธาตุด้วย	14 18

ลำดับที่	ภาพ	เสียง	เวลา (วินาที)
12	- ป้ายพระวิหารพระพุทธรูปไสยาสน์ - พระวิหารพระพุทธรูปไสยาสน์ - ประตูทางเข้าพระวิหารพระพุทธรูปไสยาสน์ - นักท่องเที่ยวเดินเข้าประตูพระวิหารพระพุทธรูปไสยาสน์ (ถ่ายจากด้านใน) - พระพักตร์พระพุทธรูปไสยาสน์ - ทอดพระองค์ยาว - ถายพระคัมภีร์ที่พระบาท - นักท่องเที่ยวใส่เหรียญลงบาตร	พระวิหารใหญ่ที่สำคัญและเป็นเอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของวัดโพธิ์ ที่เป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปไสยาสน์ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่าพระนอน ลักษณะก่ออิฐถือปูน ลงรักปิดทอง องค์ยาว 46 เมตร สูง 15 เมตร นอนตะแคงขวา รอยฝ่าพระพุทธรูปประทับมุก เป็นภาพมงคล 108 เป็นเครื่องหมายแห่งโชคกลาง ซึ่งนับว่าเป็นพระนอนที่ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศไทย ถ้าจะดูความงามของพระนอนองค์นี้ ต้องยืนดูทางด้านพระพุทธรูปบาท จะมองเห็นพระเกตุจรดเพดาน พระพักตร์งามจับตาจับใจ เสมือนจะตรึงผู้ดูให้หยุดคิดกับที่	42
13	- พระมณฑป (หอไตรจตุรมุข) - ลวดลายกระเบื้องเคลือบเครื่องถ้วย (พระมณฑป) - รูปปั้นยักษ์วัดโพธิ์	ถัดจากพระวิหารพระพุทธรูปไสยาสน์ จะเห็นสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นงดงามอีกแห่งหนึ่ง คือ พระมณฑป หรือหอไตรจตุรมุข เป็นสถาปัตยกรรมรูปทรงสี่เหลี่ยม เครื่องยอดทรงมณฑปประดับกระเบื้องเคลือบ เครื่องถ้วยหลากหลาย ลวดลายงามวิจิตร ภายในมีตู้เก็บพระไตรปิฎก ที่ผู้มาประดิษฐานเข้าพระมณฑปทั้งสองข้างมีรูปยักษ์วัดโพธิ์ เปรียบเสมือนผู้รักษาประตู ซึ่งเป็นที่น่ายกย่องชมเชย	26

ลำดับที่	ภาพ	เสียง	เวลา (วินาที)
14	- เชาญีฉัตรตน - รูปปั้นเชาญีฉัตรตนทำต่าง ๆ เป็น ทำการออกกำลังกายตามหลัก โยคะของอินเดีย	นอกเหนือจากนี้ยังมีสถานที่ที่ใช้สื่อ ความหมายที่เชื่อมโยงความรู้สถาน หนึ่ง คือ “เชาญีฉัตรตน” คือ การจำลองภาพวาดที่อยู่ในตำรา แสดงให้เห็นเป็น รูปธรรมยิ่งขึ้น รวมทั้งปลูกพืชสมุนไพร เพื่อศึกษา และนำมาใช้ประโยชน์ ทางการแพทย์	15
15	- เขามอ หรือ สวนหย่อม - ตุ๊กตาสาวจีน, รูปสลักและ รูปปั้นศิลาจากจีน - “ละ” เจดีย์ศิลปะจีน	พื้นที่นำมาประกอบเป็นภูเขา เป็นหินชนิดต่างๆ ที่สำคัญของประเทศไทย เพื่อ คุณประโยชน์ทางการศึกษาด้านธรณีวิทยาของผู้ที่สนใจต้องการศึกษา นับว่าเป็น มหาวิทยาลัยแห่งแรกในประเทศไทย อันเนื่องมาจากพระวชิรญาณอุปัชฌาย์ พระมหาภักษัตรีย์ไทย	18
16	- รูปสลักและรูปปั้นศิลาจากจีน	ถ้าเราสังเกตจะพบว่าลักษณะของภูเขาที่อยู่โดยรอบของวัด จะมีลักษณะ แตกต่างกันในด้านรูปทรงของภูเขา และประติมากรรม กล่าวคือ บางภูเขาประดับ ด้วยตุ๊กตาหินที่มาจากต่างประเทศ นับว่าเป็นการเชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยได้อย่าง กลมกลืน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ปรับตัวให้เข้ากับ อาณาจักรประเทศได้	22

ลำดับที่	ภาพ	เสียง	เวลา (วินาที)
17	- ป้ายโรงเรียนวัดแผน โบราณ - วัดพระเชตุพนฯ - ป้ายคำบริการ - ประตูทางเข้าโรงเรียนวัดแผน โบราณ - การนำวัดพระเชตุพนฯ - การนำวัดตามแบบทำถ้ำขุดดิน - การนำวัดประคบบด้วยสนุนไฟ	ถ้าคุณมีปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพ เนื่องจากปวดเมื่อยร่างกาย เราขอแนะนำโรงเรียนแพทย์แผน โบราณและการนวดแผน โบราณ ณ วัดโพธิ์แห่งนี้ จะมีวิธีช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยของคุณ โดยวิธีการนวดแผน โบราณแบบดั้งเดิมของไทย อย่างถูกวิธีจากผู้ที่มีความชำนาญ ซึ่งผ่านการฝึกฝนมาเป็นอย่างดีทำให้คุณรู้สึกผ่อนคลายและสบายขึ้น นอกจากนี้โรงเรียนแห่งนี้ยังเป็นสถานที่ถ่ายทอดสรรพวิชาทางการแพทย์แผน โบราณและการนวดแผน โบราณ ตั้งอยู่ที่ศาลารายด้านทิศ ตะวันออก 2 หลัง	32

ลำดับที่	ภาพ	เสียง	เวลา (วินาที)
18	- แผนผังบริเวณเขตพุทธาวาส - วัดพระเชตุพนฯ - พระอุโบสถ - ตู้พระธรรมประจำประตู หน้าต่าง - สถูปด้วยไม้แก่น ยอดเป็น - ทรงมงกุฎ ประดับกระฉก - หน้าบัน - หลังคา - ศิลปกรรมต่างๆ - ตู๊กต่าจิน “ลั่นถัน” (ทวารบาล) - พระพุทธรูปไสยาส - นักท่องเที่ยวนั่ง - พระมหาเจดีย์ 4 รัชกาล - หอไตรจตุรมุข - หอระฆัง	วัดโพธิ์นับว่าเป็นสถาปัตยกรรมที่งดงาม เป็นแหล่งรวมของศิลปกรรมที่ทรงคุณค่า มีการจัดวางผังอย่างเหมาะสม และยังเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรมได้อย่างลงตัว จากการรับเอาศิลปะและวัฒนธรรมต่างชาติมาดัดแปลง ได้อย่างวิจิตรงดงาม จะเห็นได้ว่าวัดโพธิ์เป็นปูชนียสถานที่สำคัญเพียงคู่กับกรุงรัตนโกสินทร์ และมีศิลปะ วัฒนธรรมไทย พุทธศิลป์ที่งามวิจิตร ผสมผสาน กับภูมิปัญญาไทย เป็นศิลปะที่ล้ำค่าหามูลค่าไม่ได้ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งด้านวัตถุ และจิตใจของประชาชนชาวไทย	39

ผ่านการตรวจสอบจากพระครูสุนทร ใญ่สิด (หัวหน้าหน่วยทัศนศึกษา วัดพระเชตุพนฯ)

ภาคผนวก ข

Questionnaire (แบบสอบถาม)

Interview Location Questionnaire No.....

Date วันเดือนปีที่สัมภาษณ์ Time เวลา

การตรวจแบบสอบถาม ☐ ตรวจแล้วต้องแก้ไข ☐ ตรวจแล้วเก็บได้

Tourist's satisfaction toward video presentation

: A case study of Wat Phra Chetuphon Vimolmangklararm Raswaramahaviharn

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ :

ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

Remark :- (คำชี้แจง)

This questionnaire has 3 parts. (แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ตอน)

Part 1 Personal Data.

(ตอนที่ 1 บัญชีส่วนบุคคล)

Part 2 Tourist's style and characteristic.

(ตอนที่ 2 รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยว)

Part 3 Tourist's satisfaction towards WAT PHO Video Presentation.

(ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์)

Mark your only one answer in space provided for each question or fill sentences in the blank. Please complete all questions.

(โปรดกา ✓ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้)

Thank you very much for your kindly

Miss. Tanaporn Metaneesadudee

Graduate Student

Appropriate Technology for Resources Development

Mahidol University

Copyright by Mahidol University

Part 1 Personal Data ปึงจัยส่วนบุคคล

() () () 1-3

1. Sex (เพศ) ☐ Male (ชาย) ☐ Female (หญิง)

() 4

2. Age. (อายุ) Years

() () 5-6

3. Nationality. (สัญชาติ)

() 7

4. Educational Background.

() 8

สถานภาพทางการศึกษา

- ☐ Grade 1-7 (ระดับประถมศึกษา)
- ☐ Grade 8-12 (ระดับมัธยมศึกษา)
- ☐ College (ระดับวิทยาลัย)
- ☐ University (ระดับอุดมศึกษา)
- ☐ Professional & Technical Sch. (ระดับอาชีวศึกษา ฯลฯ)
- ☐ Others (อื่นๆ)

5. Occupation. (อาชีพ)

() 9

- ☐ Government official/ State Enterprise (ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ)
- ☐ Employee (ลูกจ้างบริษัทเอกชน)
- ☐ Commerce / Business / Self-Employed (ค้าขาย/ธุรกิจ/ส่วนตัว)
- ☐ Student (นักเรียน-นักศึกษา)
- ☐ Others อื่นๆ Please Specify โปรดระบุ

6. Your average earning per month. (salary and others) In Us Dollars.

รายได้โดยประมาณต่อเดือน (เงินเดือนและรายได้อื่น ๆ) หน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐ

() () () () () 10-15

Part 2 Tourist's style and characteristic (รูปแบบและลักษณะของการท่องเที่ยว)

1. Travelling Purpose in this travel.

() 16

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- ☐ Business (ธุรกิจ)
- ☐ Visiting Relatives / Friends (เยี่ยมญาติ/เพื่อน)
- ☐ Tour / Vacation (ท่องเที่ยว/พักผ่อน)
- ☐ Convention / Conference (อบรม/ประชุม/สัมมนา)
- ☐ Others Please Specify (อื่นๆ โปรดระบุ)

2. What is your usual traveling group?

() 17

ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวกับ

- ☐ Alone (คนเดียว)
- ☐ Family (ครอบครัว/ญาติ)
- ☐ Colleagues (ผู้ร่วมงาน)
- ☐ Friends (เพื่อน)

3. How many people come along with you? Persons.

() 18

จำนวนที่คน

4. Is this your first visit to WAT PHO?

() 19

ท่านมาวัดโพธิ์ครั้งแรก

- ☐ Yes.
- ☐ No.

5. How many times have you visited WAT PHO?

() 20

จำนวนครั้งที่มาวัดโพธิ์

- ☐ First time (มาเป็นครั้งแรก)
- ☐ Second time (มาเป็นครั้งที่ 2)
- ☐ More than 2 times (มากกว่า 2 ครั้ง)

Part 3 Tourist's satisfaction towards WAT PHO Video Presentation.

Remark : Read the statements below and give your opinion towards each statements according to 5 levels of satisfaction. **Mark your only one answer in space provided for each question.**

Please complete all questions.

Title	Satisfaction levels					
	Very low	Low	Fair	Good	Excellent	
1. Impression of WAT PHO after watching video.						()22
2. The satisfaction towards video tape.						()23
2.1 Duration of WAT PHO video presentation. (20 minutes)						
2.2 Video service for your personal picture around WAT PHO. (30 minutes)						()24
2.3 Duration of video presentation (20 minutes) <u>includes</u> video service for your personal picture around WAT PHO (30 minutes).						()25
3. The price of video tape.						
3.1 WAT PHO Video presentation (20 minutes) costs \$ 5 in Us Dollars.						()26
3.2 Video service for your personal picture around WAT PHO (30 minutes) costs \$ 7 in Us Dollars.						()27
3.3 The presentation of WAT PHO (20 minutes) <u>included</u> video service for your personal picture around WAT PHO (30 minutes.) costs \$ 10 in Us Dollars.						()28
4. Overall impression of this video presentation						()29

Thank you for your kind participation in answering this questionnaire and for your valuable recommendations.

ภาคผนวก ค

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 8 ข้อ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของครอนบาช โดยการกำหนดค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าเป็นแบบสอบถามที่ใช้ได้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปใช้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ทำการตรวจให้คะแนนแต่ละข้อจนครบทุกคน ดังนี้

$$\begin{aligned}\sum x &= 831 \\ \sum x^2 &= 23,521 \\ n &= 30 \\ k &= 8 \\ \sum Si^2 &= 3.89\end{aligned}$$

หมายเหตุ	X	แทน	คะแนนรวมของแต่ละคน (จากข้อ 1 ถึง ข้อ 8)
	X ²	แทน	คะแนนรวมของแต่ละคน ยกกำลังสอง
	Σxi	แทน	คะแนนรวมของข้อที่ i
	Σxi ²	แทน	ผลรวมของคะแนนข้อที่ i ยกกำลังสอง

ขั้นแรก คำนวณหาความแปรปรวนของคะแนนรวม (S_t²) และความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ (S_i²) จากสูตร

$$S_t^2 = \frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}$$

(N แทนจำนวนคน)

ก) หาคความแปรปรวนของคะแนนรวม (S_i^2) เมื่อ X แทนคะแนนรวมของแต่ละคน
แทนค่าดังนี้

$$\begin{aligned} S_i^2 &= \frac{30 (23,521) - (831)^2}{30 (29)} \\ &= \frac{15,069}{870} \\ &= 17 \end{aligned}$$

ข) หาคความแปรปรวนแต่ละข้อ (S_i^2) เมื่อ $\sum x_i$ แทนคะแนนรวมของข้อที่ i
แทนค่าดังนี้

$$\begin{aligned} S_i^2 &= \frac{30 (435) - (113)^2}{30 (29)} \\ &= \frac{281}{870} \\ &= 0.32 \end{aligned}$$

ขั้นที่ 2 รวมความแปรปรวนของทุกข้อเข้าด้วยกัน คือ

$$\begin{aligned} \sum S_i^2 &= 0.32 + 0.39 + 0.54 + 0.44 + 0.66 + 0.58 + 0.46 + 0.50 \\ &= 3.89 \end{aligned}$$

ขั้นที่ 3 คำนวณค่า α จากสูตร

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{S_i^2}{S_i^2} \right]$$

แทนค่า

$$\alpha = \frac{8}{8-1} \left[1 - \frac{3.89}{17} \right]$$

$$= 1.142 \times 0.772 = 0.88$$

ดังนั้น แบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88

การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม

ตารางที่ 24 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (t) ของแบบสอบถาม

ข้อที่	ค่า t-test
1	4.32
2	4.97
3	3.99
4	3.35
5	5.25
6	5.15
7	5.00
8	2.65

เกณฑ์ในการเลือกจะเลือกข้อที่มีค่า (t) มากกว่า หรือ เท่ากับ ค่าวิกฤตไปใช้จริง ในที่นี้ค่าวิกฤตเท่ากับ 1.76 คำนวณได้จาก

$$df = 2n - 2 = 2(8) - 2 = 14$$
$$t_{14}(.95) = 1.761$$

ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามวัดความพึงพอใจแบบมาตราส่วนประมาณค่าทุกข้อมีค่าอำนาจจำแนก (t) มากกว่าหรือเท่ากับ 1.76 ทุกข้อ โดยใช้สูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{n}$$
$$S^2 = \frac{n \sum fx^2 - (\sum fx)^2}{n(n-1)}$$
$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S_H^2 + S_L^2}{n}}}$$

แบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด เรียงคะแนนจากสูงไปต่ำ ตัด 25 % กลุ่มสูง , กลุ่มต่ำ
ได้อย่างละ 8 ชุด นำมาคำนวณตามสูตรได้ดังนี้

ข้อที่ 1

กลุ่มสูง				กลุ่มต่ำ		
X	f	fX	fX ²	f	fX	fX ²
5	2	10	50	0	0	0
4	6	24	96	2	8	32
3	0	0	0	6	18	54
2	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0	0
รวม	8	34	146	8	26	86

$$\bar{X}_H = 4.25 \quad \bar{X}_L = 3.25 \quad S^2_H = 0.21 \quad S^2_L = 0.21$$

$$\text{ค่า } t = 4.32$$

ข้อที่ 2

กลุ่มสูง				กลุ่มต่ำ		
X	f	fX	fX ²	f	fX	fX ²
5	0	0	0	0	0	0
4	8	32	128	1	4	16
3	0	0	0	5	15	45
2	0	0	0	2	4	8
1	0	0	0	0	0	0
รวม	8	32	128	8	23	69

$$\bar{X}_H = 4.00 \quad \bar{X}_L = 2.88 \quad S^2_H = 0.00 \quad S^2_L = 0.41$$

$$\text{ค่า } t = 4.97$$

ข้อที่ 3

กลุ่มสูง				กลุ่มต่ำ		
X	f	fX	fX ²	f	fX	fX ²
5	1	5	25	0	0	0
4	6	24	96	1	4	16
3	1	3	9	4	12	36
2	0	0	0	3	6	12
1	0	0	0	0	0	0
รวม	8	32	130	8	22	64

$\bar{X}_H = 4.00$ $\bar{X}_L = 2.75$ $S^2_H = 0.29$ $S^2_L = 0.50$
ค่า t = 3.99

ข้อที่ 4

กลุ่มสูง				กลุ่มต่ำ		
X	f	fX	fX ²	f	fX	fX ²
5	0	0	0	0	0	0
4	6	24	96	1	4	16
3	2	6	18	4	1	36
2	0	0	0	3	6	12
1	0	0	0	0	0	0
รวม	8	30	114	8	22	64

$\bar{X}_H = 3.75$ $\bar{X}_L = 2.75$ $S^2_H = 0.21$ $S^2_L = 0.50$
ค่า t = 3.35



ข้อที่ 5

กลุ่มสูง				กลุ่มต่ำ		
X	f	fX	fX ²	f	fX	fX ²
5	2	10	50	0	0	0
4	6	24	96	0	0	0
3	0	0	0	6	18	54
2	0	0	0	1	2	4
1	0	0	0	1	1	1
รวม	8	34	146	8	21	59

$$\bar{X}_H = 4.25 \quad \bar{X}_L = 2.63 \quad S^2_H = 0.21 \quad S^2_L = 0.55$$

ค่า t = 5.25

ข้อที่ 6

กลุ่มสูง				กลุ่มต่ำ		
X	f	fX	fX ²	f	fX	fX ²
5	1	5	25	0	0	0
4	7	28	112	0	0	0
3	0	0	0	6	18	54
2	0	0	0	1	2	4
1	0	0	0	1	1	1
รวม	8	33	137	8	21	59

$$\bar{X}_H = 4.13 \quad \bar{X}_L = 2.63 \quad S^2_H = 0.13 \quad S^2_L = 0.55$$

ค่า t = 5.15

ข้อที่ 7

กลุ่มสูง				กลุ่มต่ำ		
X	f	fX	fX ²	f	fX	fX ²
5	0	0	0	0	0	0
4	8	32	128	0	0	0
3	0	0	0	7	21	63
2	0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	1	1	1
รวม	8	32	128	8	22	64

$$\bar{X}_H = 4.00 \quad \bar{X}_L = 2.75 \quad S^2_H = 0.00 \quad S^2_L = 0.50$$

ค่า t = 5.00

ข้อที่ 8

กลุ่มสูง				กลุ่มต่ำ		
X	f	fX	fX ²	f	fX	fX ²
5	2	10	50	0	0	0
4	4	16	64	2	8	32
3	2	6	18	4	12	36
2	0	0	0	2	4	8
1	0	0	0	0	0	0
รวม	8	32	132	8	24	76

$$\bar{X}_H = 4.00 \quad \bar{X}_L = 3.00 \quad S^2_H = 0.57 \quad S^2_L = 0.57$$

ค่า t = 2.65

ภาคผนวก ง

ภาพถ่ายภาคสนาม







ที่ ทม 0815/๑๕๐1

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล
ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ศาลายา
อำเภอพุทธมณฑล นครปฐม 73170

30 พฤศจิกายน 2541

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ข้อมูล

นมัสการ เจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

ด้วย นางสาวชนนารณ์ เมทนิลสุดี นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี ที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล อยู่ในระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการจัดบริการเทคโนโลยีถ่ายภาพเคลื่อนไหวด้วยวีดิทัศน์ กรณีศึกษาวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชา ENID 698 : Thesis

ในการนี้ คณะครูขออนุญาตดำเนินการถ่ายทำวีดิทัศน์ในบริเวณวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2541 พร้อมทั้งขออนุญาตไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์โสตฯ เป็นครั้งคราวจากทางวัด โดยมอบหมายให้ผู้ถือหนังสือฉบับนี้เป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดโดยตรง จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอนมัสการมาด้วยความเคารพ

กณทิพย์

กณทิพย์ เมทนิลสุดี

กณทิพย์
14/11/41

๑๕๐. ๗๙๖๖

(รองศาสตราจารย์รุ่งโรจน์ บุละเจริญ)

คณะ

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

อนุญาตให้ถ่ายทำ

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

โทร. 4410211-16 ต่อ 155, 156

โทรสาร. 4419510

ที่ห้องประชุมสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล

กณทิพย์ เมทนิลสุดี

๑๕๐. ๗๙๖๖

(กณทิพย์ เมทนิลสุดี) ๑๕๐. ๗๙๖๖ A ๕.๐.๑1



ที่ ทม 0815/ ๑๒๐๔

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล
ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ศาลายา
อำเภอฟุทธมณฑล นครปฐม 73170

30 พฤศจิกายน 2541

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ข้อมูล
เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ

ด้วย นางสาวรณารณ์ เมทนีสุดดี นักศึกษาลัทธิสุตตวิยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล อยู่ในระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการจัดการบริการเทคโนโลยีภาพเคลื่อนไหวด้วยวีดิทัศน์ กรณีศึกษาวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชา ENID 698 : Thesis

ในการนี้ คณะฯ ใคร่ขออนุญาตให้นักศึกษาใช้อุปกรณ์ของโรงเรียนในชมรมโสตทัศนศึกษาออกนอกสถานศึกษา ดังรายการต่อไปนี้

1. กล้องวีดิโอ จำนวน 2 ตัว
2. เทปวี จำนวน 4 ตัว
3. เครื่องเล่นวีดิโอ จำนวน 3 ตัว
4. เครื่องตัดต่อ จำนวน 1 ตัว

พร้อมทั้งขออนุญาตนักเรียนในชมรมโสตทัศนศึกษาเก็บข้อมูลในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และวันปิดภาคเรียน รวมทั้งอาจารย์ผู้ควบคุม (อ.กฤษณา ประชากุล) โดยมอบหมายให้ผู้ถือหนังสือฉบับนี้เป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังนี้ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์จิรพร จิรพร)

คณบดี

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

โทร. 4410211-16 ต่อ 155, 156

โทรสาร. 4419510



10 พฤษภาคม 2542

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าศึกษาในพื้นที่

นมัสการ ท่านเจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

ด้วย นางสาวธนาภรณ์ เมทนีสุดดี นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร (หลักสูตรภาคพิเศษ) คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล อยู่ในระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชา ENID 698 : Research M.Sc. Thesis

ในการศึกษาเรื่องดังกล่าว คณะฯ ใคร่ขออนุญาตใช้ ศาลาพิพิธโรฐานเพื่อดำเนินการถ่ายทำและจำหน่ายวีดิทัศน์ พร้อมทั้งนำเสนอตัวอย่างสื่อวีดิทัศน์แก่นักท่องเที่ยว ระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนมิถุนายน 2542 ในวันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดราชการ และขอความอนุเคราะห์ใช้ไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์โสตฯ เป็นครั้งคราวจากทางวัด โดยรายได้จากการจำหน่ายวีดิทัศน์ครั้งนี้ จะมอบเป็นทุนการศึกษาให้นักเรียน โรงเรียนมหารณพาราม และบำรุงวัด โดยคณะฯ มอบหมายให้ผู้ถือหนังสือฉบับนี้เป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

นมัสการมาด้วยความเคารพ

๐๘๑๓๓
๐๘๑๓๓
๐๘๑๓๓

๐๘๑๓๓
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิทยา ศรีมโนภาส)

รองคณบดีฝ่ายกิจกรรมพิเศษ

กองราชการแทนคณบดีคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

โทร. 4410211-16 ต่อ 155, 156

โทรสาร. 4419510

๐๘๑๓๓

* ๐๘๑๓๓
๐๘๑๓๓ ๔๔๐ ๐๘๑๓๓

๐๘๑๓๓



ที่ ทม 0815 / 450

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล
ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ศาลา
อำเภอพุทธมณฑล นครปฐม 73170

17 กุมภาพันธ์ 2543

เรื่อง ขอบขอบคุณ

นมัสการ ท่านเจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

ด้วย นางสาวธนาภรณ์ เมทธิสคฺคี นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร (หลักสูตรภาคพิเศษ) คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล อยู่ในระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชา ENID 698 : Research M.Sc. Thesis

ในการศึกษาเรื่องดังกล่าว คณะฯ ใคร่ขอขอบคุณท่านและเจ้าหน้าที่ที่อนุญาตให้นักศึกษาทำการถ่ายวีดิทัศน์ และให้ใช้ศาลาทิพย์โอรานในการใช้เป็นสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามและคอยแนะนำให้ความรู้ และอำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาในการศึกษาวิจัยดังกล่าว คณะฯ จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีในโอกาสต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิพงษ์ ชิตกวนิช)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์



ที่ ทม 0815 / 340

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล

ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ศาลาษา

อำเภอพุทธมณฑล นครปฐม 73170

11 กุมภาพันธ์ 2543

เรื่อง ขอบขอบคุณ

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนมหารณพาราม

ด้วย นางสาวธนาภรณ์ เมทธิสุคติ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร (หลักสูตรภาคพิเศษ) คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล อยู่ในระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ การศึกษาวิชา ENID 698 : Research M.Sc. Thesis

ในการศึกษาเรื่องดังกล่าว คณะฯ ใคร่ขอขอบคุณท่านที่อนุญาตให้นักศึกษาใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ในงานโสตทัศนศึกษาของโรงเรียนนอกสถานศึกษา พร้อมทั้งขอขอบคุณอาจารย์บัณฑิต ประชากุล และนักเรียนในงานโสตทัศนศึกษาทุกคนที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ คณะฯ จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีในโอกาสต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์บัณฑิต พวงสำลี)

คณบดี

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ที่ ทม 0815 / 355



คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล

ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ศาลายา

อำเภอพุทธมณฑล นครปฐม 73170

๑ กุมภาพันธ์ 2543

เรื่อง ขอบขอบคุณ

เรียน กรรมการผู้จัดการ บริษัท ชัยพงษ์โปรดักชั่น จำกัด

ด้วย นางสาวธนาภรณ์ เมทธิสุคติ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร (หลักสูตรภาคพิเศษ) คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล อยู่ในระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการรับบริการสื่อวีดิทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณีวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชา ENID 698 : Research M.Sc. Thesis

ในการศึกษาเรื่องดังกล่าว คณะฯ ใคร่ขอขอบคุณท่านที่อนุญาตให้เจ้าหน้าที่ของบริษัทดำเนินการถ่ายทำวีดิทัศน์ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ณ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร คณะฯ จึงขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีในโอกาสต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิพงษ์ คิลกวนิช)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาราชการแทนคณบดีคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

Copyright by Mahidol University

คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์

โทร. 4410211-16 ต่อ 155,156

โทรสาร. 4419510



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นางสาวชนาภรณ์ เมทณีสฤติ
วัน เดือน ปีเกิด 11 สิงหาคม 2509
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง, พ.ศ. 2528-2534
บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี)
มหาวิทยาลัยมหิดล, พ.ศ. 2539-2543
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
(เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร)
พ.ศ. 2537 – ปัจจุบัน
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน กองวิทยาลัยอาชีวศึกษา กรมอาชีวศึกษา
กระทรวงศึกษาธิการ
ตำแหน่ง : นักวิชาการศึกษา ระดับ 5