

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องนี้ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 400 คนซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อ และข่าวสารที่นักท่องเที่ยวชาวจีนรับรู้เกี่ยวกับวัดเขาสุกิม

ส่วนที่ 3 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อวัดเขาสุกิม

ส่วนที่ 4 ทักษะการสื่อสารที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศของกลุ่มตัวอย่าง

| เพศ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย  | 182        | 45.50  |
| หญิง | 218        | 54.50  |
| รวม  | 400        | 100.0  |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา ได้แก่ เพศชาย จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุของกลุ่มตัวอย่าง

| อายุ                     | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------|------------|--------|
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี | 40         | 10.0   |
| 21-30ปี                  | 116        | 29.0   |
| 31 - 40 ปี               | 72         | 18.0   |
| 41-50ปี                  | 68         | 17.0   |
| 51-60ปี                  | 76         | 19.0   |
| อายุ 60 ปีขึ้นไป         | 28         | 7.0    |
| รวม                      | 400        | 100.0  |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 51 - 60 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และมีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

| ระดับการศึกษา    | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 175        | 43.8         |
| ปริญญาตรี        | 177        | 44.3         |
| ปริญญาโท         | 37         | 9.3          |
| ปริญญาเอก        | 11         | 2.8          |
| <b>รวม</b>       | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมา ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 ปริญญาโท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และปริญญาเอก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

| อาชีพ                      | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|----------------------------|------------|--------------|
| นักเรียน / นักศึกษา        | 61         | 15.3         |
| นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ  | 66         | 16.5         |
| ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ    | 64         | 16.0         |
| พนักงานบริษัทเอกชน         | 62         | 15.5         |
| รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ | 90         | 22.5         |
| บ้านาญ                     | 34         | 8.5          |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ          | 23         | 5.8          |
| อื่น ๆ                     | -          | -            |
| <b>รวม</b>                 | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมา ได้แก่ นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 บ้านาญ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ย (เหรียญสหรัฐต่อเดือน) ของกลุ่มตัวอย่าง

| รายได้เฉลี่ย (เหรียญสหรัฐต่อเดือน) | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|------------------------------------|------------|--------------|
| น้อยกว่า บร\$ 1,000                | 102        | 25.5         |
| US\$ 1,001 - 2,000                 | 113        | 28.3         |
| US\$ 2,001 - 3,000                 | 79         | 19.8         |
| US\$ 3,001 - 4,000                 | 34         | 8.5          |
| US\$ 4,001 - 5,000                 | 45         | 11.3         |
| มากกว่า US\$ 5,000                 | 27         | 6.8          |
| <b>รวม</b>                         | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย (เหรียญสหรัฐต่อเดือน) ระหว่าง US\$ 1,001 - 2,000 จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมา ได้แก่ น้อยกว่า US\$ 1,000 จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระหว่าง US\$ 2,001 - 3,000 จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ระหว่าง US\$ 4,001 - 5,000 จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ระหว่าง US\$ 3,001 - 4,000 จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และมากกว่า US\$ 5,000 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อ และข่าวสารที่นักท่องเที่ยวชาวจีนรับรู้เกี่ยวกับวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อ และข่าวสารที่ท่านรับรู้เกี่ยวกับวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านท่านทราบข้อมูลข่าวสารของวัดเขาสุกิมจากแหล่งใดมากที่สุด

(N=400)

| ท่านทราบข้อมูลข่าวสารของวัดเขาสุกิม<br>จากแหล่งใดมากที่สุด | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------------------------------|------------|--------|
| 1. อินเทอร์เน็ต                                            | 350        | 87.5   |
| 1.1 Facebook                                               | 326        | 81.5   |
| 1.2 Instagram                                              | 310        | 77.5   |
| 1.3 YouTube                                                | 336        | 84.0   |
| 1.4. TikTok                                                | 305        | 76.3   |
| 1.5 Travel Website                                         | 15         | 3.8    |
| 1.6 อื่น ๆ                                                 | 251        | 62.8   |
| 1.6.1 Snapchat                                             | 121        | 30.3   |
| 1.6.2 Weibo                                                | 130        | 32.5   |
| 2. สื่อโทรทัศน์                                            | 37         | 9.3    |
| 3. วิทู                                                    | 9          | 2.3    |
| 4. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร                              | 7          | 1.8    |
| 5. สื่อบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก                 | 43         | 10.8   |
| 6. สื่อกิจกรรม / นิทรรศการท่องเที่ยว                       | 12         | 3.0    |
| 7. สื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)                | 15         | 3.8    |
| 8. บริษัทนำเที่ยว                                          | 13         | 3.3    |
| 9. อื่น ๆ                                                  | -          | -      |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบข้อมูลข่าวสารของวัดเขาสุกิม จากแหล่ง

อินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมา ได้แก่ สื่อบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 สื่อโทรทัศน์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 สื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 บริษัทนำเที่ยว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 วิทย์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

แหล่งอินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่างทราบข้อมูลข่าวสารของวัดเขาสุกิมมากที่สุด ได้แก่ YouTube จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมาได้แก่ Facebook จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 Instagram จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 TikTok จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 อื่น ๆ จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 กลุ่มตัวอย่างอธิบายเพิ่มเติมว่า ได้จาก Weibo จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และ Snapchat จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 และ Travel Website จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7** แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อ และข่าวสารที่ท่านรับรู้เกี่ยวกับวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านท่านรับทราบข่าวสารวัดเขาสุกิม ในเรื่องใดบ้าง (N = 400)

| รับทราบข่าวสารวัดเขาสุกิม ในเรื่องใดบ้าง                                                            | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------|
| 1. จุดหมายท่องเที่ยวของประเทศไทย                                                                    | 400        | 100.0  |
| 2. วัดเขาสุกิมได้รับการโหวตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม และน่าประทับใจ ประเภทศาสนสถานที่น่า       | 400        | 100.0  |
| 3. วัดเขาสุกิม มีโบราณวัตถุสมัยจีนโบราณจำนวนมาก                                                     | 400        | 100.0  |
| 4. วัดเขาสุกิมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านต้องมาเยี่ยมชมให้ได้ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี     | 400        | 100.0  |
| 5. วัดเขาสุกิมเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งหนึ่งของไทย                                                    | 370        | 92.5   |
| 6. วัดเขาสุกิมเป็นสถานที่ที่สามารถสื่อสารเรื่อง ธรรมะ ผ่านงานศิลปะ เช่น สถาปัตยกรรม และ จิตรกรรมได้ | 363        | 90.8   |
| 7. วัดเขาสุกิมเป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ และวัฒนธรรม แห่งหนึ่งของประเทศไทย                           | 374        | 93.5   |

ตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับทราบข่าวสารวัดเขาสุกิม ในเรื่อง วัดเขาสุกิมเป็นจุดหมายท่องเที่ยวของประเทศไทย วัดเขาสุกิมได้รับการโหวตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม และน่า

ประทับใจ ประเภทศาสนสถาน วัดเขาสุกิม มีโบราณวัตถุสมัยจีนโบราณจำนวนมาก และวัดเขาสุกิมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านต้องมาเยี่ยมชมให้ได้ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา ได้แก่ วัดเขาสุกิมเป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมแห่งหนึ่งของประเทศไทย จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 วัดเขาสุกิมเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแห่งหนึ่งของไทย จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 และวัดเขาสุกิมเป็นสถานที่ที่สามารถสื่อสารเรื่องราวผ่านงานศิลปะ เช่น สถาปัตยกรรม และจิตรกรรมได้ จำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 90.8 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

(N = 400)

| ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)                                                                     | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|----------------|-------|
| 1.1 ท่านรู้สึกที่วัดเขาสุกิมมีความโดดเด่นด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม หรือพระพุทธรูปที่น่าสนใจ        | 3.92      | 0.765 | มาก            | 3     |
| 1.2 การได้สัมผัสบรรยากาศที่เงียบสงบ สงบร่มเย็นของวัดเขาสุกิม เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ท่านมาเยือน      | 4.22      | 0.861 | มากที่สุด      | 2     |
| 1.3 พิพิธภัณฑ์ “ตึก 60 ปี” และโบราณวัตถุที่จัดแสดงภายในวัด เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกอยากมาเที่ยว | 3.79      | 1.050 | มาก            | 1     |
| รวม                                                                                               | 3.98      | 0.630 | มาก            |       |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) อยู่ในระดับการรับรู้มาก ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.630) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การได้สัมผัสบรรยากาศที่เงียบสงบ สงบร่มเย็นของวัดเขาสุกิม เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ท่านมาเยือน ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D. = 0.861) รองลงมา ได้แก่ ท่านรู้สึกที่วัดเขาสุกิมมีความโดดเด่นด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม หรือพระพุทธรูปที่น่าสนใจ ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.765) และพิพิธภัณฑ์ “ตึก 60 ปี” และโบราณวัตถุที่จัดแสดงภายในวัด เป็นสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกอยากมาเที่ยว ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 1.050) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

**ตารางที่ 4.9** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

(N = 400)

| ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)                                                                                  | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|----------------|-------|
| 2.1 วัดเขาสุกิมมีห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย และมีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ และทุพพลภาพ | 4.71      | 0.526 | มากที่สุด      | 1     |
| 2.2 วัดเขาสุกิมมีจุดรอคอย และจุดบริการรถรับส่งสำหรับรถประจำทางสาธารณะ                                                | 3.89      | 0.798 | มาก            | 2     |
| 2.3 ในพื้นที่วัดเขาสุกิมมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตบริการฟรี (free Wi-Fi)                                                   | 3.86      | 0.800 | มาก            | 3     |
| รวม                                                                                                                  | 4.15      | 0.435 | มาก            |       |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) อยู่ในระดับการรับรู้มาก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.435) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า วัดเขาสุกิมมีห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย และมีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ และทุพพลภาพ มีระดับการรับรู้มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.71$ , S.D. = 0.526) รองลงมา ได้แก่ วัดเขาสุกิมมีจุดรอคอย และจุดบริการรถรับส่ง สำหรับรถประจำทางสาธารณะ ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.789) และในพื้นที่วัดเขาสุกิม มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตบริการฟรี (free Wi-Fi) ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.800) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ด้านการเข้าถึง (Accessibility)

(N = 400)

| ด้านการเข้าถึง (Accessibility)                                                                               | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|----------------|-------|
| 3.1 สามารถเดินทางมาวัดเขาสุกิมมีความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นบริการขนส่งทั้งสาธารณะ รถยนต์ส่วนบุคคล | 4.27      | 0.709 | มากที่สุด      | 1     |
| 3.2 มีความสะดวกต่อการที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ บริเวณใกล้เคียง                                      | 4.06      | 0.784 | มาก            | 3     |

|                                                          |             |              |            |   |
|----------------------------------------------------------|-------------|--------------|------------|---|
| 3.3 สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวแบบไปเช้า - เย็น<br>กลับได้ | 4.25        | 0.753        | มากที่สุด  | 2 |
| <b>รวม</b>                                               | <b>4.19</b> | <b>0.447</b> | <b>มาก</b> |   |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ด้านการเข้าถึง (Accessibility) อยู่ในระดับรับรู้มาก ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.447) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า สามารถเดินทางมาวัดเขาสุกิมมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นบริการขนส่งทั้งสาธารณะ รถยนต์ส่วนบุคคล อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ , S.D. = 0.709) รองลงมาได้แก่ สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวแบบไปเช้า - เย็นกลับได้ ( $\bar{X} = 4.25$ , S.D. = 0.753) และมีความสะดวกต่อการที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ บริเวณใกล้เคียง ( $\bar{X} = 4.06$ , S.D. = 0.784) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.11** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ด้านการต้อนรับอย่างเป็นมิตร (Hospitality)  
(N = 400)

| ด้านการต้อนรับอย่างเป็นมิตร (Hospitality)                                           | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|----------------|-------|
| 4.1 บุคลากรมีเจตคติที่ดีต่อการบริการ บุคลากรมีความสุภาพนอบน้อม จิตใจเอื้อเฟื้อแผ่   | 4.13        | 0.725        | มาก            | 1     |
| 4.2 บุคลากรมีความรู้ มีความสามารถ แนะนำให้ท่านเข้าใจเกี่ยวกับวัดเขาสุกิมได้ดี       | 3.35        | 0.630        | ปานกลาง        | 3     |
| 4.3 บุคลากรมีการให้ความช่วยเหลือ เช่น การให้คำแนะนำ คำเตือนต่างๆ อย่างเป็นมิตรไมตรี | 4.10        | 0.736        | มาก            | 2     |
| <b>รวม</b>                                                                          | <b>3.86</b> | <b>0.422</b> | <b>มาก</b>     |       |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ด้านการต้อนรับอย่างเป็นมิตร (Hospitality) อยู่ในระดับการรับรู้มาก ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.422) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า บุคลากรมีเจตคติที่ดีต่อการบริการ บุคลากรมีความสุภาพนอบน้อม จิตใจเอื้อเฟื้อแผ่ อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.725) รองลงมาได้แก่ บุคลากรมีการให้ความช่วยเหลือ เช่น การให้คำแนะนำ คำเตือนต่างๆ อย่างเป็นมิตรไมตรี ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.736) และบุคลากรมีความรู้ มีความสามารถ แนะนำให้ท่านเข้าใจเกี่ยวกับวัดเขาสุกิมได้ดี ( $\bar{X} = 3.35$ , S.D. = 0.630) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.12** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวม

(N = 400)

| การรับรู้ที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|----------------------------------------------|-------------|--------------|----------------|-------|
| 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)                 | 3.98        | 0.630        | มาก            | 3     |
| 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)           | 4.15        | 0.435        | มาก            | 2     |
| 3. การเข้าถึง (Accessibility)                | 4.19        | 0.447        | มาก            | 1     |
| 4. การต้อนรับอย่างเป็นมิตร (Hospitality)     | 3.86        | 0.422        | มาก            | 4     |
| <b>รวม</b>                                   | <b>4.04</b> | <b>0.278</b> | <b>มาก</b>     |       |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี อยู่ในระดับการรับรู้มาก ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.278) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.447) รองลงมา ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.435) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.630) และด้านการต้อนรับอย่างเป็นมิตร (Hospitality) ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.422) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

**ตารางที่ 4.13** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product)

(N = 400)

| ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product)                                                                         | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับการรับรู้   | ลำดับ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|------------------|-------|
| 1.1 วัดเขาสุกิมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดดเด่นและแตกต่างจากวัดอื่นๆที่สร้างขึ้นมาเพื่อการท่องเที่ยว      | 4.40        | 0.621        | มากที่สุด        | 1     |
| 1.2 วัดเขาสุกิมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น การกราบไหว้พระ การปฏิบัติธรรม หรือการชมวัตถุโบราณภายในวัด | 4.32        | 0.647        | มากที่สุด        | 3     |
| 1.3 วัดเขาสุกิมเป็นพุทธสถานที่วิจิตรไปด้วยพุทธศิลป์ เป็นศิลป์สมบัติของคนไทย                                  | 4.33        | 0.633        | มากที่สุด        | 2     |
| <b>รวม</b>                                                                                                   | <b>4.35</b> | <b>0.409</b> | <b>มากที่สุด</b> |       |

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.35$ , S.D. = 0.409) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า วัดเขาสุกิมมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดดเด่น และแตกต่างจากวัดอื่นๆ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.621) รองลงมา ได้แก่ วัดเขาสุกิมจะเป็นพุทธสถานที่วิจิตรไปด้วยพุทธศิลป์ เป็นศิลป์สมบัติของคนไทย ( $\bar{X} = 4.33$ , S.D. = 0.633) และวัดเขาสุกิมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น การกราบไหว้พระ การปฏิบัติธรรม หรือการชมวัตถุโบราณภายในวัด ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.647) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.14** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ (Price)

(N = 400)

| ด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ (Price)                                                                      | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|----------------|-------|
| 2.1 สินค้า หรือของที่ระลึกบริเวณภายในวัดเขาสุกิมมีราคาที่เหมาะสม                                             | 3.60      | 0.698 | มาก            | 3     |
| 2.2 อาหาร และเครื่องดื่มภายในวัดมีราคาที่เหมาะสม                                                             | 3.64      | 0.725 | มาก            | 2     |
| 2.3 การเข้าชมสถานที่ต่างๆ ภายในวัดเขาสุกิม เช่น พิพิธภัณฑ์หรือเจดีย์ ไม่เก็บค่าใช้จ่ายหรือเก็บในราคายุติธรรม | 3.74      | 0.742 | มาก            | 1     |
| รวม                                                                                                          | 3.66      | 0.443 | มาก            |       |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ (Price) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.443) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ การเข้าชมสถานที่ต่างๆ ภายในวัดเขาสุกิม เช่น พิพิธภัณฑ์หรือเจดีย์ ไม่เก็บค่าใช้จ่ายหรือเก็บในราคายุติธรรม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.74$ , S.D. = 0.742) รองลงมา ได้แก่ อาหาร และเครื่องดื่มภายในวัดมีราคาที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.725) สินค้าหรือของที่ระลึกบริเวณภายในวัดเขาสุกิมมีราคาที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.698) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

**ตารางที่ 4.15** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม  
ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านช่องทางในการเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว (Place)

(N = 400)

| ด้านช่องทางในการเข้าถึง (Place)                                                        | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|----------------|-------|
| 3.1 การชำระซื้อสินค้า ของที่ระลึก มีความสะดวกในการชำระเงิน ได้หลายช่องทาง              | 3.66        | 0.769        | มาก            | 3     |
| 3.2 มีบริการรถสาธารณะ รถราง บริการท่องเที่ยวให้บริการมาวัดเขาสุกิม มีความหลากหลาย      | 3.92        | 0.808        | มาก            | 1     |
| 3.3 การเดินทางไปท่องเที่ยววัดเขาสุกิมมีความคุ้มค่าในการเดินทางเข้าเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ | 3.70        | 0.802        | มาก            | 2     |
| <b>รวม</b>                                                                             | <b>3.76</b> | <b>0.441</b> | <b>มาก</b>     |       |

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านช่องทางในการเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว (Place) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ , S.D. = 0.441) เมื่อจำแนกเป็นร้อยละ พบว่า มีบริการรถสาธารณะ รถราง บริการท่องเที่ยวให้บริการมาวัดเขาสุกิม มีความหลากหลาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.808) รองลงมา ได้แก่ การเดินทางไปท่องเที่ยววัดเขาสุกิมมีความคุ้มค่าในการเดินทางเข้าเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.802) และการชำระเงินซื้อสินค้า ของที่ระลึก มีความสะดวกในการชำระเงิน ได้หลายช่องทาง ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.769) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.16** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม  
ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (N = 400)

| ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)                                                                              | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับการรับรู้   | ลำดับ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|------------------|-------|
| 4.1 สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารวัดเขาสุกิมได้ง่ายจากสื่อออนไลน์                                                    | 4.34        | 0.649        | มากที่สุด        | 1     |
| 4.2 วัดเขาสุกิมมีคู่มือ เอกสาร สิ่งพิมพ์ แนะนำ และบอกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวภายในวัดเขาสุกิมชัดเจน | 4.29        | 0.657        | มากที่สุด        | 3     |
| 4.3 มีช่องทางการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยววัดเขาสุกิมที่หลากหลาย                                   | 4.30        | 0.650        | มากที่สุด        | 2     |
| <b>รวม</b>                                                                                                      | <b>4.31</b> | <b>0.424</b> | <b>มากที่สุด</b> |       |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} =$

4.31, S.D. = 0.424) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารวัดเขาสุกิมได้ง่ายจากสื่อออนไลน์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.34, S.D. = 0.649) รองลงมา ได้แก่ มีช่องทางการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยววัดเขาสุกิมที่หลากหลาย ( $\bar{X}$  = 4.30, S.D. = 0.650) และวัดเขาสุกิมมีคู่มือ เอกสาร สิ่งพิมพ์ แนะนำ และบอกรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวภายในวัดเขาสุกิม ชัดเจน ( $\bar{X}$  = 4.29, S.D. = 0.657) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.17** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)

(N = 400)

| ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)                                                                                  | $\bar{X}$   | S.D.         | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|----------------|-------|
| 5.1 วัดเขาสุกิมมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีระบบจัดการอย่างเรียบร้อยดี และมีบริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ | 3.32        | 0.488        | ปานกลาง        | 3     |
| 5.2 มีการบริการสำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการ เช่น รถรางห้องสุขา และมีบริการให้ยืมรถเข็น                                    | 3.44        | 0.568        | ปานกลาง        | 1     |
| 5.3 มีการจัดระเบียบพื้นที่ร้านค้าที่ดี มีทางเดินที่สะดวกสบาย ที่นั่งสบาย ไม่แออัด ร่มรื่น                              | 3.35        | 0.578        | ปานกลาง        | 2     |
| <b>รวม</b>                                                                                                             | <b>3.37</b> | <b>0.292</b> | <b>ปานกลาง</b> |       |

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$  = 3.37, S.D. = 0.292) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีการบริการสำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการ เช่น รถรางห้องสุขา และมีบริการให้ยืมรถเข็น ( $\bar{X}$  = 3.44, S.D. = 0.568) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการจัดระเบียบพื้นที่ร้านค้าที่ดี มีทางเดินที่สะดวกสบาย ที่นั่งสบาย ไม่แออัด ร่มรื่น ( $\bar{X}$  = 3.35, S.D. = 0.578) และวัดเขาสุกิมมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีระบบจัดการอย่างเรียบร้อยดี และมีบริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ ( $\bar{X}$  = 3.32, S.D. = 0.488) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.18** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว (Physical Evidence)

(N = 400)

| ด้านลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว<br>(Physical Evidence)                                                              | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|----------------|-------|
| 6.1 วัดเขาสุกิมมีสาธารณูปโภคที่เพียงพอ                                                                                       | 3.90      | 0.888 | มาก            | 2     |
| 6.2 บรรยากาศในวัดเขาสุกิมมีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความร่มรื่น เย็นสบาย                                                           | 4.09      | 0.801 | มาก            | 1     |
| 6.3 ที่ตั้งร้านค้าต่างๆ อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม จัดเก็บดี มีความเป็นระเบียบ โต๊ะที่นั่งและภาชนะสะอาด มีการจัดการขยะที่ดี | 3.84      | 0.884 | มาก            | 3     |
| รวม                                                                                                                          | 3.94      | 0.460 | มาก            |       |

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว (Physical Evidence) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.460) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า บรรยากาศในวัดเขาสุกิมมีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความร่มรื่น เย็นสบาย มีความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 0.801) รองลงมาได้แก่ วัดเขาสุกิมมีสาธารณูปโภคที่เพียงพอ ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.888) และที่ตั้งร้านค้าต่างๆ อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม จัดเก็บดี มีความเป็นระเบียบ โต๊ะที่นั่งและภาชนะสะอาด มีการจัดการขยะที่ดี ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.884) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.19** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)

(N = 400)

| ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)                                                                                            | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|----------------|-------|
| 7.1 เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นอย่างดี | 3.12      | 0.593 | ปานกลาง        | 3     |
| 7.2 เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีความรู้ เข้าใจใน                                                                               |           |       |                |       |

รายละเอียดของวัดเขาสุกิมเป็นอย่างดี เช่น ประวัติการ ก่อตั้ง เจตนารมณ์การก่อตั้งวัด และการแสดงวัตถุ โบราณในแต่ละยุคสมัย

7.3 เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มีอัธยาศัยดี มีความเต็มใจ

สุภาพ พร้อมให้ความช่วยเหลือบริการที่ดีแก่ นักท่องเที่ยว 4.28 0.727 มากที่สุด 1

|     |      |       |     |  |
|-----|------|-------|-----|--|
| รวม | 3.55 | 0.367 | มาก |  |
|-----|------|-------|-----|--|

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ทักษะคนที่มีการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ , S.D. = 0.367) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มีอัธยาศัยดี มีความเต็มใจ สุภาพ พร้อมให้ความช่วยเหลือบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D. = 0.727) รองลงมา ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีความรู้ เข้าใจในรายละเอียดของวัดเขาสุกิมเป็นอย่างดี เช่น ประวัติการก่อตั้ง เจตนารมณ์การก่อตั้งวัด และการแสดงวัตถุโบราณในแต่ละยุคสมัย ( $\bar{X} = 3.24$ , S.D. = 0.660) และเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการที่มีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 3.12$ , S.D. = 0.593) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในภาพรวม

(N = 400)

| ทัศนคติที่มีต่อวัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี                      | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับการรับรู้ | ลำดับ |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|-------|----------------|-------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product)                         | 4.35      | 0.410 | มากที่สุด      | 1     |
| 2. ด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ (Price)                      | 3.66      | 0.443 | มาก            | 5     |
| 3. ด้านช่องทางในการเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว (Place)            | 3.76      | 0.441 | มาก            | 4     |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)                           | 4.31      | 0.425 | มากที่สุด      | 2     |
| 5. ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)                        | 3.37      | 0.292 | ปานกลาง        | 7     |
| 6. ด้านลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว (Physical Evidence) | 3.94      | 0.460 | มาก            | 3     |
| 7. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People)                             | 3.55      | 0.368 | มาก            | 6     |
| รวม                                                             | 3.85      | 0.167 | มาก            |       |

ตารางที่ 4.20 พบว่า ทักษะคนที่มีการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 0.167) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.35, S.D. = 0.409) รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ( $\bar{X}$  = 4.31, S.D. = 0.424) ด้านลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว (Physical Evidence) ( $\bar{X}$  = 3.94, S.D. = 0.460) ด้านช่องทางในการเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว (Place) ( $\bar{X}$  = 3.79, S.D. = 0.441) ด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ (Price) ( $\bar{X}$  = 3.66, S.D. = 0.443) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ( $\bar{X}$  = 3.55, S.D. = 0.367) และด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) ( $\bar{X}$  = 3.37, S.D. = 0.292) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านท่านเคยมาท่องเที่ยวที่วัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ก่อนหน้านี้อีกกี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้)

| ท่านเคยมาท่องเที่ยวที่วัดเขาสุกิม<br>ก่อนหน้านี้อีกกี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้) | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------|
| ไม่เคยมา                                                                     | 345        | 86.3         |
| เคยมา 1 ครั้ง                                                                | 50         | 12.5         |
| เคยมา 2 ครั้ง                                                                | 5          | 1.3          |
| เคยมา 3 ครั้งขึ้นไป                                                          | -          | -            |
| <b>รวม</b>                                                                   | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4.21 พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านท่านเคยมาท่องเที่ยวที่วัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ก่อนหน้านี้อีกกี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมาวัดเขาสุกิม จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 รองลงมา ได้แก่ เคยมา 1 ครั้ง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และเคยมา 2 ครั้ง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.22** แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านจำนวนสมาชิกในกลุ่มที่ร่วมเดินทางมากับท่านในครั้งนี้ มีจำนวนเท่าไร และบุคคลเหล่านั้นเกี่ยวข้องกับท่านอย่างไร

| จำนวนสมาชิกในกลุ่ม<br>ที่ร่วมเดินทางมากับท่านในครั้งนี้ | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|---------------------------------------------------------|------------|--------------|
| มาคนเดียว                                               | 19         | 4.8          |
| 2 - 3 คน                                                | 125        | 31.3         |
| 4 - 5 คน                                                | 197        | 49.3         |
| มากกว่า 5 คนขึ้นไป                                      | 59         | 14.8         |
| <b>บุคคลเหล่านั้นเกี่ยวข้องกับท่านอย่างไร</b>           |            |              |
| เพื่อน                                                  | 206        | 51.5         |
| สมาชิกในครอบครัว                                        | 112        | 28.0         |
| ญาติ                                                    | 58         | 14.5         |
| อื่น ๆ                                                  | 5          | 1.3          |
| <b>รวม</b>                                              | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

ตารางที่ 4.22 พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านจำนวนสมาชิกในกลุ่มที่ร่วมเดินทางมากับท่านในครั้งนี้ มีจำนวนเท่าไร พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีสมาชิกร่วมเดินทาง 4 - 5 คน จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาได้แก่ 2 - 3 คน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 มากกว่า 5 คนขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และมาคนเดียว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

สำหรับสมาชิกที่ร่วมเดินทางมานั้นเกี่ยวข้องกับท่านอย่างไร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัว จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมา ได้แก่ เพื่อน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 ญาติ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.23** แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี

| พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว<br>วัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------------------------------------------|------------|--------|
| รถยนต์ส่วนบุคคล                                                    | 45         | 11.30  |

|                     |            |              |
|---------------------|------------|--------------|
| รถโดยสารประจำทาง    | 13         | 3.30         |
| รถรับจ้างเหมา       | 104        | 26.0         |
| จ้างมัคคุเทศส่วนตัว | 103        | 25.80        |
| บริษัทนำเที่ยว      | 135        | 33.80        |
| อื่น ๆ              | -          | -            |
| <b>รวม</b>          | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

ตารางที่ 4.23 พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาวัดเขาสุกิม บริษัทนำเที่ยว จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมา ได้แก่ รถรับจ้างเหมา จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 จ้างมัคคุเทศส่วนตัว จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 รถยนต์ส่วนบุคคลจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และรถโดยสารประจำทาง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.24** แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากโรงแรมที่พัก ไปเยี่ยมชมวัดเขาสุกิมของท่านในแต่ละครั้ง (เฉลี่ยต่อครั้ง/คน)

| ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง  | จำนวน (คน) | ร้อยละ       |
|-------------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่า 500 บาท         | 7          | 1.80         |
| 501 - 1,000 บาท         | 8          | 2.0          |
| 1,001 - 1,500 บาท       | 40         | 10.0         |
| 1,501 - 2,000 บาท       | 117        | 29.30        |
| มากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป | 228        | 57.0         |
| <b>รวม</b>              | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

ตารางที่ 4.24 พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของกลุ่มตัวอย่าง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากโรงแรมที่พัก ไปเยี่ยมชมวัดเขาสุกิมของท่านในแต่ละครั้ง (เฉลี่ยต่อครั้ง/คน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมา ได้แก่ ระหว่าง 1,501 - 2,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ระหว่าง 1,001 - 1,500 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ระหว่าง 501 - 1,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม จะศึกษาเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น

**ตารางที่ 4.25** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม (อินเทอร์เน็ต) กับการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

|                                            |                           |                                  | (N=400) |
|--------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------|---------|
|                                            |                           | การเปิดรับสื่อ<br>(อินเทอร์เน็ต) |         |
| การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | 0.138**                          |         |
|                                            | Sig                       | 0.006                            |         |
|                                            | ระดับความสัมพันธ์         | มีความสัมพันธ์น้อยมาก            |         |

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.25 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม (อินเทอร์เน็ต) กับการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในภาพรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 มีค่าน้อยกว่า 0.01 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ 1 สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

เนื่องจาก ความสัมพันธ์มีค่าเท่ากับ 0.138 มีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวท่องเที่ยววัดเขาสุกิม ทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น จะทำให้มีการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นไปในเชิงบวก และความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยระดับน้อยมาก

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

**ตารางที่ 4.26** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม (อินเทอร์เน็ต) กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

(N=400)

|                                    |                           | การเปิดรับสื่อ<br>(อินเทอร์เน็ต) |
|------------------------------------|---------------------------|----------------------------------|
| ทัศนคติต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | -0.043**                         |
|                                    | Sig                       | 0.387                            |
|                                    | ระดับความสัมพันธ์         | ไม่มีความสัมพันธ์น้อยมาก         |

\*\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม (อินเทอร์เน็ต) กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.387 มีค่ามากกว่า 0.05 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงเป็นการปฏิเสธ สมมติฐานที่ 2 สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม จากสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ท่านเคยมาท่องเที่ยวที่วัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ก่อนหน้านี้อีกครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้) (ความถี่)
2. จำนวนสมาชิกในกลุ่มที่ร่วมเดินทางมากับท่านในครั้งนี้ (ผู้ร่วมเดินทาง)
3. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี (พาหนะ)
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากโรงแรมที่พัก ไปเยี่ยมชมวัดเขาสุกิมของท่านในแต่ละครั้ง

(เฉลี่ยต่อครั้ง/คน) (ค่าใช้จ่าย)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม (อินเทอร์เน็ต) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

(N = 400)

| พฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม<br>ของนักท่องเที่ยวชาวจีน |                           | การเปิดรับสื่อ<br>(อินเทอร์เน็ต) |
|------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------|
| 1. ความถี่                                                 | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | 0.048                            |
|                                                            | Sig.                      | 0.334                            |
|                                                            | ระดับความสัมพันธ์         | ไม่มีความสัมพันธ์กัน             |
| 2. ผู้ร่วมเดินทาง                                          | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | 0.020                            |
|                                                            | Sig.                      | 0.693                            |
|                                                            | ระดับความสัมพันธ์         | ไม่มีความสัมพันธ์กัน             |
|                                                            | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | 0.029                            |
| 3. พาหนะ                                                   | Sig.                      | 0.561                            |
|                                                            | ระดับความสัมพันธ์         | ไม่มีความสัมพันธ์กัน             |
|                                                            | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | -0.016                           |
| 4. ค่าใช้จ่าย                                              | Sig.                      | 0.747                            |
|                                                            | ระดับความสัมพันธ์         | ไม่มีความสัมพันธ์กัน             |

ตารางที่ 4.27 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิม (อินเทอร์เน็ต) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันในทุกรายข้อ สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ท่านเคยมาท่องเที่ยวที่วัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ก่อนหน้านี้กี่ครั้ง พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.334 มีค่ามากกว่า 0.05 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมจากสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในข้อท่านเคยมาท่องเที่ยวที่วัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี ก่อนหน้านี้กี่ครั้ง

2. จำนวนสมาชิกในกลุ่มที่ร่วมเดินทางมากับท่านในครั้งนี้ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.693 มีค่ามากกว่า 0.05 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมจากสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในข้อจำนวนสมาชิกในกลุ่มที่ร่วมเดินทางมากับท่านในครั้งนี้

3. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.561 มีค่ามากกว่า 0.05 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น

จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมจากสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในข้อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี

4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากโรงแรมที่พัก ไปเยี่ยมชมวัดเขาสุกิมของท่านในแต่ละครั้ง (เฉลี่ยต่อครั้ง/คน) พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.747 มีค่ามากกว่า 0.05 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมจากสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดเขาสุกิมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในข้อค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากโรงแรมที่พัก ไปเยี่ยมชมวัดเขาสุกิมของท่านในแต่ละครั้ง (เฉลี่ยต่อครั้ง/คน)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี