

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว
จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สุรัญญา ทรงหอม

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ตุลาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม



ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว
จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

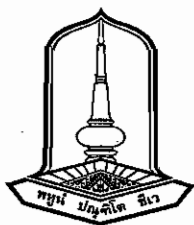
สุรัญญา ทรงหอม

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ตุลาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม





คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสาวสุรัญญา ทรงหอม
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ชราวุฒิ บุญเหลือ)

ประธานกรรมการ

(อาจารย์บัณฑิตศึกษาภายนอกคณะ)

(อาจารย์ ดร.ภารดี ยโสธรศรีกุล)

กรรมการ

(ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์)

(อาจารย์ ดร.พิมชนันท์พิพ์ธ รอดทุกข์)

กรรมการ

(กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์)

(อาจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

กรรมการ

(ผู้ทรงคุณวุฒิ)

มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม

(ผศ.สุรเชษฐ์ เชาฐมาส)

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

(รศ.ดร.ไพฑูรย์ สุขศรีงาม)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 24 เดือน 10 พ.ศ. 2554

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ ดร.ภารดี ขโสรศรีกุล ประธานกรรมการควบคุม อาจารย์ ดร.พิมณฑน์พัทธ์ รอดทุกข์ กรรมการควบคุม อาจารย์ ดร.ธราวุฒิ บุญเหลือ ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิกุล ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ประจำอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวทุกท่าน ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ และอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะสำเร็จลงไม่ได้หากขาดความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวยาวไทยทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ต่อการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ และวิทยากร ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำแนะนำตลอดจนให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ขณะกำลังศึกษาอยู่

ขอขอบคุณบุคคลในครอบครัวทรงหอม ที่เป็นแรงสนับสนุน ให้การช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการศึกษาจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณประโยชน์จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดามารดา ผู้ให้กำเนิด และบูรพาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ผู้วิจัยและอบรมสั่งสอนให้ผู้วิจัยมีคุณธรรม และเป็นคนดีของสังคม

สุรัญญา ทรงหอม



ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ผู้วิจัย	นางสาวสุรัญญา ทรงหอม
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
กรรมการควบคุม	อาจารย์ ดร.ภารดี ยโสธรศรีกุล อาจารย์ ดร.พิมณฑน์พัทธ์ รอดทุกข์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2554

บทคัดย่อ

นโยบายทางเศรษฐกิจที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของรัฐบาล คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เงินตราหมุนเวียนอยู่ภายในประเทศและให้มีการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี สำหรับอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศที่สวยงามและเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญของประเทศแห่งหนึ่ง อีกทั้งภาครัฐได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่บนอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จึงส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เป็นผลให้เศรษฐกิจบนอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มตามชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากนั้นทำการสุ่มแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน $t - test$ และ $F - test$ (One - way ANOVA) การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย ปรากฏดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการท่องเที่ยวโดยรวม และ 4 ด้านอยู่ในระดับสำคัญมากคือด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน และอีก 2 ด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านความคุ้มค่าเงิน และ ด้านการคมนาคมขนส่ง



2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโดยรวมและรายด้านที่มีความสำคัญต่อการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวเห็นว่าปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน การคมนาคม และการขนส่ง ความปลอดภัย ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก และความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

โดยสรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่า ปัจจัยทั้ง 6 ด้าน มีความสำคัญทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก และมีต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรบางประการต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวต่างกัน ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำมาพัฒนาปรับปรุงระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่อย่างถาวรต่อไป

คำสำคัญ : อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว, จังหวัดเพชรบูรณ์



TITLE Factors Influencing Thai Tourists in Travelling to Nam Nao National Park in Petchaboon Province

DEGREE Master of Arts **MAJOR** Tourism and Hotel Management

AUTHER Miss Surunya Songhom

ADVISORS Dr.Pharadee Yasothonsrikhul and Dr.Phimonphat Rodthuk

UNIVERSITY Mahasarakham University **DATE** 2011

ABSTRACT

Another important economic policy of the government is to promote tourism which makes currency circulating within the country and encourage' the tourists to travel and spend money on travelling within the country continuously throughout the year. For Nam Nao National Park in Phetchaboon province is a beautifully attractive site in the country and is one of the country's major rest areas. The government has realized the potential of tourism at the Nam Nao National Park to promote tourism and accommodate the increase in tourists. Nam Nao National Park will have economic growth continuously.

This research aimed to study the factors that are important for Thai tourists to trave to Nam Nao National Park in Phetchaboon province. The simple used in the study consisted of 400 Thai tourists who came to visited and stay overnight at Nam Nao National Park, randomly selected using the Stratified Random Sampling technique and the Convenience Sampling technique. The questionnaires were employed for data collection. The data were analyzed using mean, standard deviation, percentage, t- test, F – test (ANOVA) and multiple regression analysis.

The results of the study were as follows:

1. Thai tourists agreed with having important travelling factors as a whole and in 4 aspects: natural resources, facilities and the generosity of the host at a high level and in another 2 aspects: value of money and transportation, at a moderate level.
2. Thai tourists with different ages, occupations and incomes showed their opinions about important travelling factors as a whole and in each aspect differently at



the .05 level of significance. However, Thai tourists with different sexes did not indicate opinions about important travelling factors differently.

3. Thai tourists perceived that important travelling factors: value for money, transportation and logistics, safety, natural resources and environment, facility and generosity, were affected on travelling to Nam Nao National Park.

In summary, six important travelling factors: the value for money, transportation and logistics, safety, natural resources, facilities and generosity of the host are important and affected the Thai tourists decision making to travel to Nam Nao National Park in Phetchaboon province. This information is beneficial and valuable for tourists, authorities, and involved personnel to use as a guideline to developing and improving the tourist management system relevant to the tourists' needs, together with the natural resource conservation to be sustainable.

Keyword : Nam Nao National Park. Petchaboon Province



สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพประกอบ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลัง	1
1.2 ความมุ่งหมายของงานวิจัย	3
1.3 สมมติฐานในการวิจัย	4
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.6 ความสำคัญของการวิจัย	7
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	14
2.3 บริบทพื้นที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว	28
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
2.4.1 งานวิจัยในประเทศ	37
2.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ	39



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	42
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	44
3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	44
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
3.5 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	46
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
4.2 ลำดับขั้นตอนที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทาง มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ประกอบด้วยเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	50
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ น้ำหนาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	52
ตอนที่ 3 เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากร บางประการต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญ ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกัน	59
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัย ด้านความปลอดภัย ความคุ้มค่าเงิน การคมนาคมขนส่ง ทรัพยากร ทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก และความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน กับ การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	85



สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	88
5.1 ความมุ่งหมายของการวิจัย	88
5.2 สรุปผล	89
5.3 อภิปรายผล	90
5.4 ข้อเสนอแนะ	95
เอกสารอ้างอิง	100
ภาคผนวก	107
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	108
ภาคผนวก ข การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	115
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	118
ประวัติย่อของผู้วิจัย	123



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 2.1	ปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ปี 2548-2549	21
ตาราง 2.2	สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ระหว่างเดือนตุลาคม 2550 – กันยายน 2552	37
ตาราง 4.1	จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	51
ตาราง 4.2	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน	53
ตาราง 4.3	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย	54
ตาราง 4.4	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความคุ้มค่า	55
ตาราง 4.5	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคมขนส่ง	56
ตาราง 4.6	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านทรัพยากรธรรมชาติ	56
ตาราง 4.7	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	57
ตาราง 4.8	ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน	58
ตาราง 4.9	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทาง มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีเพศแตกต่างกัน	59
ตาราง 4.10	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทาง มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุแตกต่างกัน	60
ตาราง 4.11	การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความปลอดภัยจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	62



สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตาราง 4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงินจําแนกตามสถานภาพด้านอายุ	63
ตาราง 4.13 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านการคมนาคมขนส่งจําแนกตามสถานภาพด้านอายุ	64
ตาราง 4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ จําแนกตามสถานภาพด้านอายุ	65
ตาราง 4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จําแนกตามสถานภาพด้านอายุ	66
ตาราง 4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านสิ่งความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน จําแนกตามสถานภาพด้านอายุ	67
ตาราง 4.17 การเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว แตกต่างกัน	68
ตาราง 4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความปลอดภัยจําแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ	71
ตาราง 4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านความคุ้มค่าเงินจําแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ	72
ตาราง 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง จําแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ	73
ตาราง 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง จําแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ	74
ตาราง 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จําแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ	75
ตาราง 4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน จําแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ	76



สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตาราง 4.24 การเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกัน	77
ตาราง 4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	79
ตาราง 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
ตาราง 4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	81
ตาราง 4.28 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ จำแนกตามสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	82
ตาราง 4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
ตาราง 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน จำแนกตามสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	84
ตาราง 4.31 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความปลอดภัย ความคุ้มค่าเงิน การคมนาคมขนส่ง ทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก และความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน กับการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	85
ตาราง 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการเดินทาง มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวจังหวัดเพชรบูรณ์โดยรวม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	86



สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ภาพประกอบ 2.2 แผนที่ที่ตั้งอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว	31



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลัง

ปัจจุบันสภาวะการณ์ทั่วโลกประสบกับปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาประชากรของโลกที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร วัสดุดิบและพลังงาน ฯลฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประเทศไทยก็ประสบปัญหาเหล่านี้ด้วยเช่นกัน ทั้งปัญหาการขาดดุลการค้า และปัญหาการส่งออกเป็นต้น แต่ทว่าการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการกลับทวีบทบาทสูงมากยิ่งขึ้น นอกจากจะสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศชาติเป็นจำนวนมากแล้ว ยังสามารถช่วยสร้างงานและกระจายความเจริญออกไปสู่ส่วนภูมิภาคได้เป็นอย่างดีอีกด้วย (พจน์พิงดา ศรีสมพงษ์, 2551)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งจนถึงปัจจุบัน และถึงแม้ในบางปีอาจไม่ได้เป็นอันดับหนึ่ง แต่ก็อยู่ในอันดับต้นๆ ดังเช่นในปี พ.ศ. 2544 รายได้จากการท่องเที่ยวทำรายได้เป็นอันดับสองรองจากรายได้จากการส่งออกคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการกำหนดแนวทางการพัฒนาในระยะเวลาที่ผ่านมาภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและยุทธศาสตร์ปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวของสำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมทั้งนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่ได้มุ่งเน้นการสร้างรายได้แก่ประเทศเป็นเป้าหมายหลัก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550) นอกจากนี้ นักวิจัยทางการท่องเที่ยวเชื่อกันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราที่สำคัญยิ่ง การลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศแล้ว ยังช่วยสร้างงานสร้างอาชีพอีกหลายแขนงก่อให้เกิดการกระจายงาน กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศชาติ รวมไปถึงทางด้านสังคมซึ่งมีการพบว่า การท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อมๆ กับการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของถิ่น จึงเป็นไปได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (ศูนย์พัฒนาทรัพยากรศึกษา, 2549: Web Site)



ในปัจจุบันได้มีการค้นพบว่ามีย่านท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศไทยในปี พ.ศ. 2552 ซึ่งนับได้เป็นจำนวนถึง 11,288,893 คน (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2552) และจากการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวในปี พ.ศ. 2552 พบว่าในช่วงเดือนตุลาคม-กันยายนพบว่ามีย่านท่องเที่ยวจำนวนถึง 54,096 คน (ส่วนการศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ, 2552) ซึ่งอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวนับได้ว่าเป็นอุทยานแห่งชาติที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งและยังได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของประเทศด้วย อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวตั้งอยู่ในท้องที่ อำเภอหล่มเก่า อำเภอหล่มสัก อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์และอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ เป็นแนวเขตกั้นระหว่างภาคอีสานและภาคเหนือ สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี โดยสภาพทั่วไปเป็นเทือกเขาสูง มีสภาพป่าอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร มีทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง ครอบคลุมเนื้อที่ประมาณ 603,750 ไร่หรือ 966 ตารางกิโลเมตร ได้ดำเนินการจัดตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 น้ำหนาวเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ได้รับการพิจารณาประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งที่ 5 ต่อจากอุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2550) โดยมีจุดประสงค์เพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติอันมีลักษณะเด่นเฉพาะ กล่าวคือ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมีสภาพทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายรวมอยู่ในพื้นที่เดียวกัน เช่น มีน้ำตก หน้าผา ป่าสน และมีอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี จึงเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติซึ่งสร้างความประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีและจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคตทำให้ปีหนึ่งๆ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว สามารถทำรายได้ให้แก่รัฐเป็นจำนวนมิใช่น้อยและยังเป็นแหล่งกระจายรายได้และสร้างงานให้แก่ประชากรในชุมชนใกล้เคียงอีกเป็นจำนวนมากซึ่งเท่ากับการพัฒนาชนบทไปด้วย

จากการศึกษาพบว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว เกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลประกอบกับมีปัจจัยด้านต่างๆที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ตามที่ ยศพล ณ นคร (2543) กล่าวไว้ว่า มูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อนเป็นความต้องการของมนุษย์ทุกคน ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวในหลาย ๆ ด้านมาพอสมควร สามารถสรุปปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลในการเดินทางท่องเที่ยวได้ 6 องค์ประกอบ ดังนี้คือ ความปลอดภัย (พจน์พิดา ศรีสมพงษ์, 2551; ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2544) ความคุ้มค่าเงิน (Best In Travel) การคมนาคมและการขนส่ง (กัลยา สมมาตย์, 2541) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (กัลยา สมมาตย์, 2541; ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538; Robinson, 1976) สิ่งอำนวยความสะดวก



(กัลยา สมมาตย์, 2541) และความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน (กัลยา สมมาตย์, 2541; ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538; Robinson, 1976; ประเสริฐ วิทยารัฐ, 2535) และปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำประเด็นดังกล่าวมาประยุกต์ให้เป็นตัวแปรในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งผู้วิจัยยังพบว่าไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทั้ง 6 ประการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจต่างๆ ของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมาก่อน ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จึงสำคัญยิ่งเพื่อที่จะสามารถนำเสนอแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติต่อไป เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาไปที่ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญโดยเฉพาะ เนื่องจากการค้นคว้าพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวส่วนใหญ่นั้น คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ตั้งแต่ในช่วงเดือน ตุลาคม 2550 – กันยายน 2552 มีจำนวน 55,294 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 54,096 คน เป็นชาวต่างชาติจำนวน 1,198 คน (ส่วนการศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ, 2552) ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบโจทย์ของงานวิจัยได้อย่างถูกต้อง กลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

เป็นที่คาดหวังว่าการวิจัยศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในครั้งนี้จะทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เป็นการศึกษาแนวทางในการพัฒนาอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จ. เพชรบูรณ์และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

1.2 ความมุ่งหมายของการวิจัย

1.2.1 ความมุ่งหมายหลักของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายหลักของการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.2.2 ความมุ่งหมายเฉพาะ

เพื่อให้งานวิจัยดำเนินตามความมุ่งหมายหลักของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้



1.2.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ
น้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.2.2.2 เปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะ
ทางประชากรศาสตร์ต่างกัน

1.2.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางพัฒนาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทาง
มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

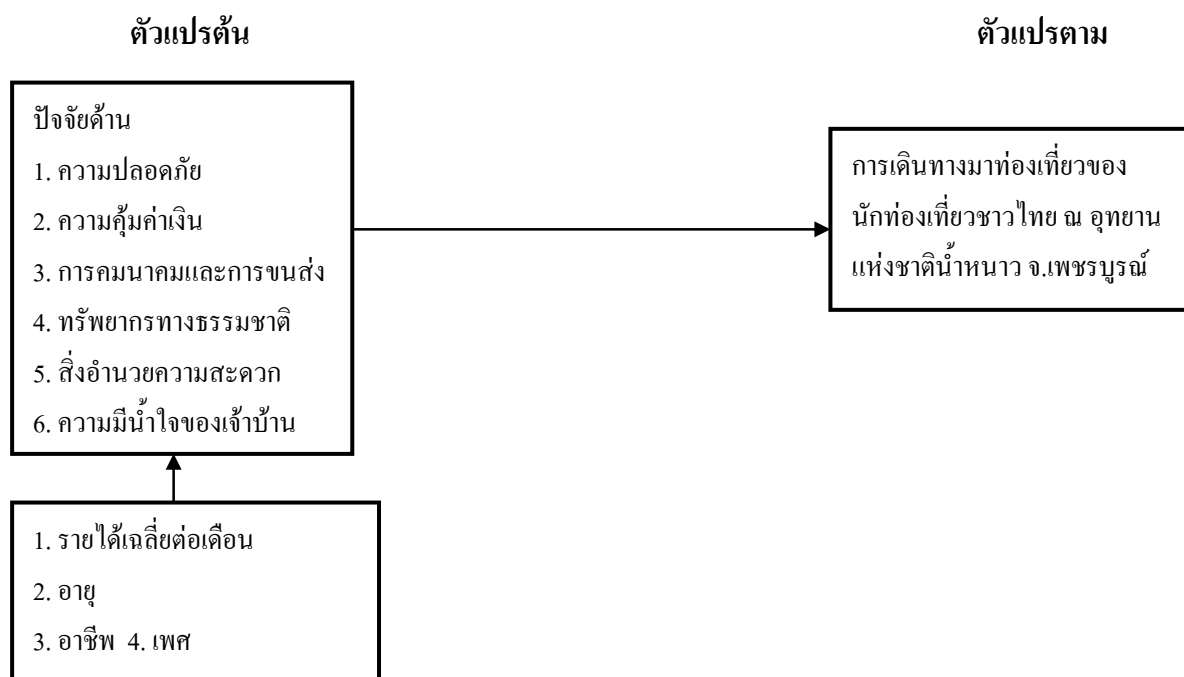
1.3 สมมติฐานในการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
ที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกัน

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญ
ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ผู้วิจัยได้นำปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวมาบูรณาการเป็นกรอบแนวคิด
ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัด
เพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังภาพประกอบ 1.1 (Robinson, 1976; ประเสริฐ วิทยารัฐ,
2535; ชุสิทธิ์ ชูชาติ, 2538; กัลยา สมมาตย์, 2541; ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2544; พัจน์พิดา
ศรีสมพงษ์, 2551)





ภาพประกอบ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ประเภทของข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Second Data) ข้อมูลในส่วนนี้ ได้ข้อมูลที่ใช้สำหรับการศึกษา ซึ่งไม่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มประชากรโดยตรง เก็บรวบรวมจากแหล่งอื่นๆ เช่นรวบรวมข้อมูลได้จากเอกสารตำราทางวิชาการที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว ตลอดจนวารสารวิชาการ การวิจัย นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ รายงาน การค้นคว้าวิจัย Web-site ต่างๆ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักหอสมุดของมหาวิทยาลัยต่างๆ ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพื้นที่เขตจังหวัดขอนแก่น และทางระบบ internet

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากกลุ่มประชากรตัวอย่างโดยตรง โดยการใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนบนอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่สามซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลได้จากอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ รายงานสถิติแห่งชาติ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำข้อมูล



มาทำการตรวจสอบสามเส้าข้อมูล (Data Triangulation) (Saunders, Lewis and Thornhill, 2007) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ระเบียบวิธีการวิจัยหลายอย่างในการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกัน การตรวจสอบสามเส้านี้สามารถนำมาใช้ในการตรวจสอบคุณภาพงานวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยในการศึกษาเชิงปริมาณเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล หรือการเปรียบเทียบและตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่างๆ มาเปรียบเทียบกัน ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้หมายความว่า การยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อค้นพบ หรือข้อมูลที่ได้อาจมาจากแหล่งต่างๆ

1.5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้สอบถามปัจจัยในการเดินทาง มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จ.เพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน คำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเรื่องปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน ปัจจัยด้านการคมนาคมและการขนส่ง ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อคิดเห็นต่างๆ ที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

1.5.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน ได้มาโดยการคำนวณด้วยสูตร Taro Yamanae (1973) และใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มตามระดับชั้น (Stratified Random Sampling) จากนั้นทำการสุ่มแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling)

1.5.4 พื้นที่ในการศึกษา

พื้นที่การศึกษา คือ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์



1.5.5 ระยะเวลา

ได้กำหนดระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่ วันที่ 1 สิงหาคม 2553 – วันที่ 31 ตุลาคม 2553 รวมระยะเวลาทั้งหมด 3 เดือน

1.6 ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้นำเสนอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายในการพัฒนา ปรับปรุง วางแผน และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆในการพัฒนาการท่องเที่ยว และพัฒนาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในอนาคต ให้เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการ รวมทั้งการตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสนองนโยบายรัฐบาลได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งเพื่อรักษาทรัพยากรทางด้านท่องเที่ยวให้คงอยู่ในสภาพที่สวยงาม และสมบูรณ์ตลอดไป

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 การเลือกมาท่องเที่ยว หมายถึง การเลือกกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งประเภทไปเที่ยวพักผ่อน หรือต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัยของตนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.7.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปพักผ่อนที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว เป็นการชั่วคราวเพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อการใด ๆ ก็ตามที่มิใช่การหารายได้

1.7.3 ทรัพยากรทางธรรมชาติ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ บนอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

1.7.4 ความปลอดภัย หมายถึง สภาพที่ปราศจากภัยคุกคาม (Hazard) ไม่มีอันตราย (Danger) และความเสียดังกล่าว (Risk) ที่จะเกิดขึ้นบนอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

1.7.5 การคมนาคม หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งทางรถยนต์ และเครื่องบิน ที่สะดวก รวดเร็วและ ปลอดภัย



1.7.6 ความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน คือ ความจริงใจที่ไม่เห็นแก่ตัวเองของเจ้าบ้าน เห็นอกเห็นใจเห็นคุณค่าของนักท่องเที่ยว มีความเอื้ออาทรเอาใจใส่ ให้ความสนใจในความต้องการ ความจำเป็น ความทุกข์สุขของนักท่องเที่ยวและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่แก่นักท่องเที่ยว

1.7.7 ความคุ้มค่าเงิน หมายถึง การบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรการเงินที่มีจำกัด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการท่องเที่ยว

1.7.8 สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่างๆที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่างๆ ที่อยู่บนอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

1.7.9 แรงจูงใจ หมายถึง พลังผลักดันหรือสิ่งดึงดูดให้คนมีพฤติกรรม กำหนดทิศทางและเป้าหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษา โดยนำเสนอเนื้อหา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
3. บริบทพื้นที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

คำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางและมีได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเรีงรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เป็นรายการเดี่ยว ๆ (Single Item) ด้วยกัน (วิชชานันท์ ผ่องศรี และสมพงษ์ ธงไชย, 2549)

นอกจากนี้ ปรีชา แดงโรจน์ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่อาจจะเกิดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวนั้นหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ ซึ่งความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวในหลักการแล้วอาจจะกำหนดได้โดยเงื่อนไข ดังต่อไปนี้ คือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary) และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพหรือเพื่อหารายได้ ซึ่งสอดคล้องกับองค์การสหประชาชาติ (2506) ซึ่งกล่าวว่าการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการคือ



1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมชม
3. ต้องมีจุดหมายในการเดินทาง

สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเช่น เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรกเพื่อเยี่ยมชมญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

2.1.1 สาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

ในสภาพของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่มีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นสังคมวัตถุนิยมกันมากขึ้น ตลอดจนภาวะการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดของประชากรเพื่อความอยู่รอดของตนเองและสมาชิกในครอบครัวอย่างนำวิตกขึ้นทุกวัน ดังที่ นิคม จารุมณี (2536) อธิบายว่า นักท่องเที่ยวภายในประเทศเกือบทั้งหมดล้วนเป็นผู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น สาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวจึงมีหลายประการ ซึ่งสามารถสรุปสาเหตุที่สำคัญได้ดังนี้

2.1.1.1 ความเครียดในการทำงาน จากการทำงานที่เคร่งเครียดตลอดเวลา ต้องใช้กำลังกายหรือกำลังความคิดอย่างมาก ด้วยเหตุนี้เอง ร่างกายจึงจำเป็นต้องการพักผ่อน เพื่อให้การทำงานในช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การหยุดงานในวันสิ้นสุดสัปดาห์ การปิดภาคเรียน หรือการหยุดพักผ่อนของข้าราชการ และคนงานทั่วไปจึงเป็นเรื่องที่สำคัญรวมไปถึงการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงเวลาว่างดังกล่าว จากการศึกษาพบว่า กิจกรรมการพักผ่อนส่วนใหญ่จะเป็นไปในรูปของการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะไปใกล้หรือไกลจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล (Kippendorf, 1987; ปานใจ สุมะตินันท์, 2532; วิชัย เทียนน้อย, 2528; ประเสริฐ วิทยารัฐ, 2535; นิคม จารุมณี, 2536)

2.1.1.2 รายได้ของประชากรดีขึ้น จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานและประดิษฐ์คิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งจะทำให้ประชากรมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีเวลาว่างเหลือพอที่จะมาใช้ในการพักผ่อน การที่ฐานะทางเศรษฐกิจของประชากรดีขึ้น จะมีผลส่งให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนและหาความรู้เพิ่มเติมให้แก่ตนเอง (ปานใจ สุมะตินันท์, 2532; สานนท์ สุขศรี, 2536; Glenn Kreag, 2544)

2.1.1.3 ความสะดวกสบายทางด้านการคมนาคม การคมนาคมนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวให้ปรากฏขึ้น ในสภาพปัจจุบัน การไปมาติดต่อกันระหว่างสถานที่



ต่าง ๆ กระทำได้สะดวกและรวดเร็ว มีการตัดถนนหรือเส้นทางผ่านเข้าไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งทำให้การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ต้องเสียค่าใช้จ่ายและเวลาไม่มากนัก ประกอบกับการเดินทางที่สะดวก จะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ประชากรอยากเข้าไปใช้บริการ และคนส่วนมากมีโอกาที่จะกระทำได้อย่างทั่วถึง (ปานใจ สุมะตินันท์, 2532; บุญรักษ์ ภูณาสล, 2543)

2.1.1.4 การมีเวลาว่างที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี จึงทำให้เครื่องมือเครื่องใช้ที่นำมาใช้ในการผลิตมีประสิทธิภาพ มีการนำเอาเครื่องมือและเครื่องจักรชนิดต่าง ๆ มาใช้งานทดแทนคน จึงทำให้การผลิตสินค้ากระทำได้รวดเร็ว อันเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งที่ทำให้คนมีเวลาว่างมากขึ้น และมีเวลาว่างมากพอที่จะนำไปใช้แสวงหาความสุขทางด้านการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ได้ตามโอกาส และสภาพทางเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวย (นาถฤดี มณีเนตร, 2548; บุญรักษ์ ภูณาสล, 2543)

2.1.1.5 จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จากการทำจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้สภาพชุมชนในเมืองเกิดสภาพแออัด สภาพแวดล้อมในเมืองโดยทั่วไปเกิดมลภาวะ สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองมีจำกัด ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเมืองหาโอกาสในการเดินทางไปท่องเที่ยวในท้องที่ชนบทและเมืองต่างๆ แต่ในทางตรงกันข้ามจะมีประชาชนชาวชนบทบางส่วนเดินทางเข้ามาเที่ยวในเมือง ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมมากขึ้นเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงพอจะชี้ให้เห็นได้ว่าการที่จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการสถานที่และการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างถิ่นหรือต่างแดนจึงมีเพิ่มมากขึ้นด้วย (Moutinho, 1987; ปานใจ สุมะตินันท์, 2532; บุญรักษ์ ภูณาสล, 2543)

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศเป็นแหล่งหารายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก ส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น และสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนเป็นจำนวนมาก หลายประเทศถือเป็นนโยบายส่งเสริมอย่างจริงจัง และในสภาวะปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาไปอย่างแพร่หลายทั่วทุกภูมิภาค และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้หมุนเวียนในประเทศชาติเป็นจำนวนมาก นอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศแล้ว ยังช่วยสร้างงานอาชีพ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ขณะที่ด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น ซึ่งความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมี ดังนี้



2.1.2.1 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวางและเป็นอาชีพเสริมที่เกิดขึ้นต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลารว่างมารับจ้างก่อสร้าง โดยจากการวิจัยการสร้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1 คน มีส่วนสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมเฉลี่ยประมาณ 1 คน เช่นกัน และยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงที่สุด (ชาติ ประชาชื่น, 2551; อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 2548; นิสา ชัชกุล, 2542)

2.1.2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้

การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศ มาใช้ประโยชน์อย่างสูง โดยเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็จะมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมืองและหากพักแรมก็จะมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก ซึ่งเงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจายไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่างๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายของที่ระลึกได้ก็จะมีคนนำวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกแม้จะเป็นรายได้เล็กๆ น้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ซึ่งหมายความว่า การท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดการสร้างงานในพื้นที่ส่งผลให้คนมีรายได้ แล้วจึงเกิดการพัฒนารูปการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวและนำไปสู่การหมุนรอบในวงจรเศรษฐกิจ ถ้ามีการหมุนรอบมาก จำนวนรอบถ้าหมุนได้หลายรอบยิ่งก่อให้เกิดการผลิตและการจ้างงานได้มากขึ้นเท่านั้น (Gee, Makens and Choy, 1989) นอกจากนี้ผลที่จะเกิดขึ้นตามมาทางการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นเป็นทวีคูณ ซึ่งจะอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ มาก (ชาติ ประชาชื่น, 2551; อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 2548; นิสา ชัชกุล, 2542)

2.1.2.3 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีข้อจำกัดในการจำหน่ายและการผลิต

อาจเรียกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีข้อจำกัดในการจำหน่ายและการผลิตหรือที่เรียกว่า Limitless Industry (นิสา ชัชกุล, 2542) เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2527 กระนั้นก็ตามนักวิชาการทางการท่องเที่ยวก็ยังเชื่อว่า



ปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นแต่เพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่าประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปี 2552 มีจำนวนถึง 935 ล้านคน (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2552) ในขณะที่วิวัฒนาการด้านการขนส่งที่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมากทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงเท่านั้นดังแต่ก่อน การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติ (2506) ประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

นอกจากการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวคือความสวยงามของธรรมชาติ หาดทรายชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ตลาดน้ำ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืนไม่แปรผันหรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศ ดังเช่นการผลิตด้านเกษตรกรรม หรืออุตสาหกรรมอื่น ไม่ต้องลงทุนและเทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและกระตุ้นจากองค์การการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ที่จะให้ประเทศที่กำลังพัฒนาได้สนใจและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (นิคม จารุมณี, 2544; ชาติ ประชาชื่น, 2551; อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 2548; นิสา ชัชกุล, 2542)

2.1.2.4 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551; นิคม จารุมณี, 2544; ชาติ ประชาชื่น, 2551; อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 2548; นิสา ชัชกุล, 2542)

2.1.2.5 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญ

ไปสู่ภูมิภาคต่างๆ

เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น โรงแรม กัดอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งก็จะต้องมีผู้ลงทุนในหลาย ๆ



ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่น เหล่านั้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551; นิคม จารุมณี, 2544; ชาติ ประชาชื่น, 2551; อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 2548; นิสา ชัชกุล, 2542)

2.1.2.6 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคง

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปทีใดจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551; นิคม จารุมณี, 2544; ชาติ ประชาชื่น, 2551; อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 2548; นิสา ชัชกุล, 2542)

2.1.2.7 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยเสริมสร้างสันติภาพสัมพันธไมตรี และความเข้าใจ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพสัมพันธไมตรี และความเข้าใจ อันดีด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือความสามัคคีสมานฉันท์กันของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคงเป็นการช่วยจรโลงสันติภาพโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551; นิคม จารุมณี, 2544; ชาติ ประชาชื่น, 2551; อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 2548; นิสา ชัชกุล, 2542)

จากที่กล่าวมาเราจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้วัตถุดิบทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ และหลายสิ่งหลายอย่างร่วมกัน เป็นอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายในการผลิต จัดจำหน่าย และการให้บริการ รวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในบรรดาอุตสาหกรรมต่างๆ ในโลกนี้ ผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นมีมากมาย หลากหลาย ส่วนงานด้วยกัน เราจึงต้องทำการศึกษารูปแบบและลักษณะที่สำคัญของผู้ที่ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เข้าใจ รวมทั้งการศึกษาเกี่ยวกับผู้ที่ใช้บริการ หรือผู้บริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีอยู่มากมายหลากหลายประเภทเช่นกัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีประโยชน์มากมายมหาศาลทั้งในทางเศรษฐศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมและยังคงเป็นสิ่งที่มีรัฐบาลในสมัยปัจจุบันของไทยให้ความสำคัญในการนำมาเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและพัฒนาสู่ชนานไปกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง

จากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในหลาย ๆ ด้านที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดเป็นความต้องการที่จะท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่กำหนดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ



นักท่องเที่ยวจะออกไปท่องเที่ยวที่ใด ไปกับใคร มีกิจกรรมแบบไหน เป็นการท่องเที่ยวประเภทใด ย่อมจะเกิดจากแรงจูงใจทั้งสิ้น แรงจูงใจมีความเกี่ยวข้องกับจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวอย่างแยกจากกันไม่ได้ ซึ่งแต่ละบุคคลเมื่อเกิดความต้องการที่จะไปเที่ยวย่อมมีความจำเป็นและความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นคำที่ใช้กันมากแต่บางครั้งก็ใช้กันไม่ค่อยถูกต้องเพราะ ความจริงแล้วแรงจูงใจใช้เพื่ออธิบายว่าทำไมอินทรีย์จึงมีการกระทำอย่างนั้นและทำให้เกิดอะไรขึ้นบ้าง คำว่า “แรงจูงใจ” มาจากคำกริยาภาษาละตินว่า “Movere” (Kidd, 1973) ซึ่งมีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “to move” อันมีความหมายว่า เป็นสิ่งโน้มน้าวหรือชักนำบุคคลให้เกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To move a person to a course of action) ดังนั้นแรงจูงใจจึงได้รับความสนใจในทุก ๆ วงการ ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาได้พบว่า ได้มีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีแรงจูงใจ และนักวิจัยเหล่านั้นได้ให้คำจำกัดความว่า แรงจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้น หรือ Driver (เสรี วงษ์มณฑา, 2542; ดารา ทีปะปาน, 2542; สมกมล พวงธรรม, 2546) รวมไปถึง ความอยากได้ หรือแรงปรารถนาภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งพลังเหล่านี้ Hoyer และ McInnis (1998) กล่าวว่า เป็นจุดเริ่มต้นที่เป็นแรงผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวภายในร่างกายอย่างมีลำดับขั้นตอน แล้วท้ายที่สุด จะนำไปสู่การแสดงพฤติกรรม

นอกจากนี้ นักวิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับแรงจูงใจได้กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นพลังที่อยู่ในตัวของบุคคลแต่ละคน และเป็นพลังที่ทำให้บุคคลเกิดแรงกระตุ้นที่จะต้องการกระทำ หรือเคลื่อนไหว หรือโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายาม หรือจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (Walters, 1978) ทั้งนี้รวมไปถึงการผลักดันให้พฤติกรรมนั้นบรรลุเป้าหมายที่มุ่งหวัง (สวน สุทธิเลิศอรุณ, 2543; Hoyer and McInnis, 1998)

ดังนั้นจะเห็นว่า แรงจูงใจ เป็นการผสมผสานกันของแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจตลอดจนวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของบุคคลอย่างต่อเนื่องจนสามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมการบริโภค อย่างมีเป้าหมายและถ้าเป็นแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ย่อมแสดงให้เห็นถึงค่านิยมพฤติกรรมการบริโภคสินค้า และบริการการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้นั้นได้



2.2.1 สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจ

พิบูล ทีปะปาล (2545) กล่าวถึงสาเหตุของการเกิดแรงจูงใจไว้ดังนี้

2.2.1.1 แรงจูงใจที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product Buying Motives) คือ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการมาเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพอใจ

2.2.1.2 แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) คือ แรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมีเหตุผลก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งแรงกระตุ้นประเภทนี้ ได้แก่ 1) ความประหยัดที่เกิดจากการซื้อและการใช้ (Economy) เช่น ราคาที่ถูกลงกว่า 2) การมีประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้ (Efficiency and Capacity) เช่น คุณภาพสินค้าที่ดีกว่า ใช้ประโยชน์ได้มากกว่า 3) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ในคุณภาพและการบริการ (Dependability) เช่น การรับประกันคุณภาพสินค้า ชื่อเสียงของผู้จำหน่าย 4) ความทนทานถาวรของสินค้า (Durability) และ 5) ความสะดวกในการซื้อและการใช้ (Convenience)

2.2.1.3 แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotion Buying Motives) คือ แรงจูงใจที่มีแรงผลักดันให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อันเนื่องมาจากสภาวะทางอารมณ์ ได้แก่ 1) ภาวะการเลียนแบบเอาอย่าง (Emulation) เกิดจากการเอาอย่างพฤติกรรมกรบริโภคของผู้บริโภค การเอาอย่างแข่งดีกัน เพื่อไม่ให้หน้าน้อยกว่าผู้อื่น การได้ท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีชื่อเสียง อาจเป็นประเด็นที่นำมาพูดคุยกันในหมู่สังคม การได้ชื่อว่าเคยไป อาจทำให้บางคนมีความรู้สึกว่าเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม 2) การเป็นเอกเทศ (Individual) เกิดจากความต้องการเด่นไม่ซ้ำใครต้องการเป็นจุดเด่นเป็นเอกเทศ เป็นผู้นำแฟชั่น ทันยุคสมัย การท่องเที่ยวเป็นสัญลักษณ์ของการเป็นผู้นำแฟชั่นในกลุ่มคนบางกลุ่ม การได้ท่องเที่ยวในสถานที่เปิดใหม่หรือการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ เช่น การได้ดำเนินาธุปะการังที่เกาะลันตา ซึ่งถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเปิดใหม่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก อาจทำให้กลุ่มรู้สึกว่าคุณคณนี้เป็นผู้นำสมัยแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวที่นำเสนอใจอยู่เสมอ 3) การคล้อยตามกัน (Conformity) เกิดจากความต้องการแสดงว่าเป็นพวกเดียวกันต้องการการคล้อยตามผู้อื่น เลียนแบบกลุ่ม เลียนแบบผู้ที่ตนชื่นชมผู้มีชื่อเสียง การท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ หากเพื่อนหรือคนในกลุ่มสังคมเราได้ไปมาแล้ว แต่เรายังไม่เคยไปอาจถูกเพื่อนมองว่าเป็นบุคคลที่ล้าหลังได้ 4) ความสะดวกสบาย ความสำราญเพลิดเพลินหรือการพักผ่อนหย่อนใจ (Entertainment of assortments) คือต้องการความสะดวกสบาย การพักผ่อน เบาแรง การทำงานทำให้เกิดความเมื่อยล้าทั้งร่างกายและจิตใจ การท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวทำให้แม่บ้านทำงานน้อยลง เพราะอาจไม่ต้องประกอบอาหารเอง และ 5) ความทะเยอทะยาน (Ambition) เกิดจากความอยากได้ อยากเป็นหรือความปรารถนาเกี่ยวกับชื่อเสียงเกียรติยศ ต้องการความสำราญ สนุกสนาน เพลิดเพลินใจ เหตุผลอีกประการหนึ่งที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวคือ เพื่อความสำราญใจ



2.2.1.4 แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ของร้านค้า (Patronage Buying Motives) คือ การที่มีผู้บริโภคต้องการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านใดร้านหนึ่ง โดยเฉพาะอันเนื่องมาจาก 1) มีการบริการเป็นที่พอใจ (Satisfaction Services) เป็นการบริการดีเป็นที่พอใจ การบริการเป็นหัวใจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะสินค้าเป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึก ไม่อาจจับต้องและเป็นเจ้าของได้ การบริการที่ดีนั้นก็อาจส่งผลให้การพักผ่อนครั้งต่อไปของลูกค้าเลือกที่มารับบริการการท่องเที่ยว แทนที่จะนอนดูโทรทัศน์อยู่ที่บ้าน 2) ราคาย่อมเยาสมเหตุสมผล ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการซื้อ (Good Access to Location) การตั้งราคาที่เหมาะสมกับการบริการทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกรู้ว่าถูกเอาเปรียบจากผู้ให้บริการ อาจยังส่งผลให้เกิดความคิดทางบวกกับการเลือกใช้บริการครั้งต่อไปได้ หลายครั้งที่นักท่องเที่ยวรู้สึกเจ็บช้ำขุ่นกับการถูกเรียกราคาสินค้าแพงเกินไปในสถานที่ท่องเที่ยว หรือการเรียกราคาค่าห้องแพงเกินไปสำหรับที่พักที่ไม่มีบริการที่ดีอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความคิดทางลบกับการท่องเที่ยวได้ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการที่จะไปซื้อ การคมนาคมที่สะดวกมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงในการตัดสินใจไปเที่ยวแต่ละครั้ง ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทั่วถึงครอบคลุมผู้บริโภคจำนวนมาก เป็นโอกาสที่จะได้กระตุ้นความต้องการท่องเที่ยวของลูกค้าและเป็นโอกาสที่จะได้ขายสินค้ามากขึ้น 3) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกได้หลากหลาย (Abundant Of Assortments) คือการมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย การมีทางเลือกที่หลากหลายย่อมตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่า และ 4) ชื่อเสียงของร้านหรือเจ้าของร้าน (Goodwill Image) การมีชื่อเสียงของร้านดีเป็นที่เชื่อถือได้ ชื่อเสียงที่สั่งสมมานานเป็นสิ่งที่มีผู้บริโภคจะมั่นใจในคุณภาพของสินค้าและบริการได้ เช่น โรงแรมหรือธุรกิจบริการท่องเที่ยวได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย จะเพิ่มความมั่นใจในด้านคุณภาพในความรู้สึกของนักท่องเที่ยว

2.2.2 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

สิ่งต่าง ๆ อันเป็นสาเหตุที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางหรือวางรูปแบบที่จะใช้เพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทที่สำคัญคือ 1) สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางด้านจิตใจ ทางด้านร่างกาย ทัศนคติ ความรู้สึก เป็นต้น 2) สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2.2.1 ปัจจัยในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว: Push and Pull Factor

ปัจจัยหรือสิ่งที่กระตุ้นให้คนเดินทาง เป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเดินทางเพื่ออะไร และคาดหวังที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใด เมื่อนำทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยามาประยุกต์กับการท่องเที่ยว ปัจจัยที่ทำให้คนเดินทาง



อาจจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยดึง (Pull Factor) และปัจจัยผลัก (Push Factor) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยดึง (Pull Factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปทีต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประเทศใดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศนั้นมีอำนาจทางการซื้อสูง และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้มากมาย (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545)
2. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ นักจิตวิทยา Adler Fedler (1964) ได้ให้ข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า “คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองไม่มีหรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี” จากหลักจิตวิทยานี้อาจกล่าวได้ว่าลักษณะทางภูมิประเทศและภูมิอากาศที่แตกต่างกันไปจากประเทศของตน สามารถดึงดูดคนเดินทางได้ และข้อคิดดังกล่าวอาจนำมาประยุกต์ใช้กับแนวคิดทางปัจจัยภูมิศาสตร์ได้ว่า นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากของตน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป หรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มี ลักษณะทางภูมิศาสตร์จึงเป็นปัจจัยดึงที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่มีลักษณะแตกต่างจากประเทศหรือท้องถิ่นของตน (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545)
3. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม รูปแบบวัฒนธรรมและบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่งกำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้น ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี งานเทศกาล ประวัติศาสตร์ สามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้ (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545)
4. ปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดมีสภาพการณ์ทางการเมืองที่มั่นคง ย่อมเอื้ออำนวยให้คนประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้ และในขณะเดียวกันนโยบายของรัฐบาลอาจกั้นหรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545)
5. ปัจจัยทางเทคโนโลยี การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร การคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ความล้ำหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545)
6. สื่อ มีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยม และการตัดสินใจของคน เนื่องจากสื่อมวลชนจะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชน และสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ ถ้าข่าวสารหรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดี ก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยว



เดินทาง ในทางตรงกันข้ามถ้าข้อมูลปรากฏในเชิงลบ ก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการตัดสินใจ ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน (สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)

ปัจจัยผลัก (Push Factor) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน ตัวบุคคล และกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง ซึ่ง มาสโลว์ได้กล่าวถึงเรื่องของปัจจัยผลัก ไว้ว่า “คนจะมีพฤติกรรมแสดงออกต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรม การแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียดและได้รับความ สนุกสนาน เพลิดเพลิน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย
2. นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด ผู้บริการที่จริงใจ ข้อมูลต่างๆที่ถูกต้อง ซึ่งจะทําให้นักท่องเที่ยว รู้สึกปลอดภัยและมั่นใจ
3. นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการ ปรากฏตัวของตนอยู่เสมอ และคาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตนได้ อย่างถูกต้อง เพราะแสดงถึงการเป็นที่ยอมรับนับถือในสังคมนั้นๆ
4. นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลอง สิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตน
5. นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่างๆ ด้วยตัวเอง โดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะ เรียนรู้หรือพยายามทำความรู้จักเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และมักจะ จดจำหรือบันทึกสิ่งที่ตนได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกัน และนักท่องเที่ยวคนหนึ่งๆ ก็อาจมีพฤติกรรม ที่หลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของแต่ละบุคคล (ปานใจ สุเมะนันท์, 2532; สุภัททา พิณทะแพทย์, 2542; สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)

กล่าวโดยสรุปคือ แรงจูงใจ เป็นพลังกระตุ้นโดยได้รับแรงกระตุ้นจากปัจจัยภายในและ ภายนอกเพื่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมทางท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในของ นักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางด้านจิตใจ ทางด้านร่างกาย ทัศนคติ ความรู้สึก เป็นต้น สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งในส่วนต่อไป ผู้วิจัยจะนำเสนอปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้



2.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัยที่กล่าวมาของ McIntosh และ Goeldner (1986) พบว่าแรงจูงใจที่สำคัญในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวมีอยู่หลายปัจจัยด้วยกัน และ McIntosh และ Goeldner (1986) ได้เสนอคำจำกัดความของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวว่า เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ และตามเอกสารประกอบการประชุมยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2549 นักท่องเที่ยวจัดลำดับให้เรื่องของความปลอดภัยมาเป็นปัจจัยแรก ตามด้วยความคุ้มค่าเงิน การคมนาคมและการขนส่ง ทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกและความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน ตามลำดับ ดังนี้

2.2.3.1 ปัจจัยด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง สภาพที่ปราศจากภัยคุกคาม (Hazard) ไม่มีอันตราย (Danger) และความเสี่ยงใดๆ (Risk) ที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยว (ชุมพล ศฤงคารศิริ, 2545)

ประเทศไทยมีทรัพยากรที่มีคุณค่าทางการท่องเที่ยวสูง อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันยาวนาน ยิ่งไปกว่านั้นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังเป็นที่สนใจและยังได้รับการยอมรับทางด้านการบริการจากคนในชาติและนานาชาติ ไม่ว่าจะเป็นการบริการด้านที่พักอาศัย อาหาร ร้านค้า การบริการด้านสุขภาพอนามัย ตลอดจนการบริการด้านการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย ทำให้นักท่องเที่ยวจากหลายประเทศทั่วโลกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยรวมถึงคนไทยด้วยกัน และนำความประทับใจกลับไปบอกต่อจนทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย (เอกรินทร์ ปันยานะ, 2547) นอกจากนี้ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ เช่นอุบัติเหตุจากการเดินทาง อุบัติเหตุจากภัยธรรมชาติ เช่นน้ำป่า โคลนถล่ม ภัยจากอาชญากรรม เช่นการโดนทำร้ายร่างกาย การโดนลักทรัพย์ และตัวแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความปลอดภัย เป็นต้น

นอกจากนี้ ตามเอกสารประกอบการประชุมยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวไทยในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) มีการนำเสนอข้อมูลจากการสำรวจในปี พ.ศ. 2548- 2549 ที่ได้ทำการสำรวจปัจจัยที่สำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยในปี 2548 นักท่องเที่ยวจัดอันดับให้ความสนใจในเรื่องภูมิอากาศ (Weather) เจ้าบ้าน/ความมีน้ำใจ (People/Friendliness) ความคุ้มค่าเงิน (Value for Money) และความปลอดภัย (Safety) ตามลำดับ แต่มาในปี 2549 นักท่องเที่ยวจัดลำดับให้เรื่องของความปลอดภัย (Safety) มาเป็นปัจจัยอันดับแรก ตามด้วยความคุ้มค่าเงิน (Value for Money) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร



อย่างง่ายดาย (Ability to Communicate Easily) ตามลำดับ ดังตาราง 2.1 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

ตาราง 2.1 ปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ปี 2548-2549

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ	
ปี 2548	ปี 2549
ภูมิอากาศ	ความปลอดภัย
ความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน	ความคุ้มค่าเงิน
ความคุ้มค่าเงิน	ความสามารถในการติดต่อสื่อสารอย่างง่ายดาย
ความปลอดภัย	ความเหมาะสม
	ภูมิอากาศ

จากตาราง 2.1 จะเห็นได้ว่าความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2544) และพัจน์พิดา ศรีสมพงษ์ (2551) ที่ได้กล่าวถึงเรื่องความปลอดภัยนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการ และเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นนั้นหมายความว่านักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ที่มีพื้นที่กว้างขวาง จึงทำให้ต้องมีการจัดการดูแลเรื่องความปลอดภัยในชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ซึ่งนั่นย่อมเป็นสิ่งสำคัญหากนักท่องเที่ยวประสบปัญหา หรือไม่ได้รับความไม่สะดวกในการท่องเที่ยวสิ่งเหล่านี้ก็จะส่งผลถึงภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติได้

2.2.3.2 ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน

ความคุ้มค่าเงิน คือ การบริหารจัดการการใช้เงินและใช้ทรัพยากรที่มีอย่างเหมาะสมและเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวไทย จะต้องเจอวิกฤตกรรมแต่ด้วยความคุ้มค่าของการใช้จ่ายเงินเมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับถือว่าดีที่สุด ล่าสุด “เบสท์ อิน แทรเวล 2010W” (Best In Travel 2010) หนังสือคู่มือการท่องเที่ยวจัดทำโดยสำนักพิมพ์ โลกนี้ แพลงเน็ต



ของอังกฤษ จัดอันดับ “ที่สุดของการท่องเที่ยวปี 2553” โดยจัดอันดับให้ไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ค่ำเงินมากที่สุดเป็นอันดับสองรองจาก ไอซ์แลนด์ และกรุงลอนดอนของอังกฤษติดอันดับ 3 หนังสือดังกล่าวระบุว่า ไทยยังค่ำเงินตลอดกาล และเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวระยะยาวราคา ถูกที่สุดของบรรดานักท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

2.2.3.3 ปัจจัยด้านการคมนาคมและการขนส่ง

การคมนาคมขนส่ง คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายบุคคล หรือสิ่งของ ด้วยอุปกรณ์การขนส่งจากสถานที่หนึ่ง ไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยเป็นไปตามความต้องการของ บุคคลและก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (2553) ได้ให้ ความหมายของคำว่า อรรถประโยชน์ ไว้ว่า ชีตความสามารถของสิ่งของ หรือบริการที่จะบำบัด ความต้องการของมนุษย์ สำหรับการขนส่งจะก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ที่สำคัญ 2 ชนิด คือ

อรรถประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ (Place Utility) คือ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงสถานที่ สินค้าบางชนิดจะมีประโยชน์น้อย หรือมีมูลค่าต่ำในสถานที่หนึ่ง แต่อาจจะมีประโยชน์สูงกว่าหรือมูลค่ามากกว่าในสถานที่อื่น

อรรถประโยชน์เกี่ยวกับเวลา (Time Utility) คือ ผลประโยชน์ที่เกิดจากการ สอนองความต้องการของผู้บริโภคในเวลาที่ต้องการ

แรงจูงใจด้านการคมนาคมและการขนส่ง เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเดินทางของนักท่องเที่ยว (Robinson, 1976) และเป็นสิ่งจำเป็นในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่ง ท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การคมนาคมและการเข้าถึงจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัย ที่จะส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว การคมนาคมที่ดีสามารถไปสู่แหล่งท่องเที่ยวได้รวดเร็ว ปลอดภัยและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้ จึงเป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว (ประเสริฐ วิทยารัฐ, 2530) โดยการเดินทางของนักท่องเที่ยว มิได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทาง ถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้า ประหยัดเวลาในการเดินทาง ประชาชนก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการปรับปรุง ยานพาหนะถนนและระบบจราจรให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทาง มาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นอีก (กัลยา สมมาตย์, 2544)

นอกจากนั้นแล้วการพิจารณาในการเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้น ลักษณะภูมิประเทศ ระยะทาง ความรวดเร็ว จะเป็นสิ่งที่ใช้พิจารณาในการเลือกเดินทาง ลักษณะ ทางกายภาพของพื้นที่ เช่นภูเขา แม่น้ำ ชายฝั่ง จะเป็นสิ่งกำหนดรูปแบบของเส้นทางคมนาคม ส่วนระยะทาง ความรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นสิ่งที่ใช้ในการเลือกพาหนะในการเดินทาง (Choice of Transportation Mode) ซึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้านคือ 1) ระยะเวลา



ของการเดินทาง 2) จำนวนคนในกลุ่มที่เดินทาง และ 3) เงินสำรองที่มีอยู่เพื่อการเดินทาง ส่วนองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับองค์ประกอบร่วมต่าง ๆ เหล่านี้ คือ ความสะดวกสบายของยานพาหนะในการเดินทาง เช่น ง่าย เวลาที่ใช้ในการเดินทางถึงจุดหมาย ของยานพาหนะต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกของยานพาหนะที่ใช้เดินทาง (सानนท์ สุขศรี, 2536)

โดยในการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการพัฒนาการคมนาคมควบคู่กันไป ด้วย ไม่ว่าจะเป็น 1) การคมนาคมทางบก จะเห็นได้ว่าการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าการขนส่งโดยรถยนต์มีความสำคัญมาก และทวีความสำคัญยิ่งขึ้น เพราะทำให้การติดต่อเคลื่อนย้ายต่าง ๆ เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วและกว้างขวาง มีการกระจายผลผลิต วัตถุดิบ จากแหล่งปัจจัยไปยังแหล่งผลิต จากแหล่งผลิตไปยังตลาดและผู้บริโภค ทำให้การค้าเจริญก้าวหน้าอุตสาหกรรมขยายตัว เศรษฐกิจเจริญเติบโต การศึกษา การสังคม การปกครอง ตลอดจนการทหาร มีความก้าวหน้าและทันสมัย ก็เนื่องมาจากผลของการขนส่งทางรถยนต์ (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2550)

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ม.ล.ต๋อย ชุมสาย และญิบ พรหมโยธี (2527) ที่กล่าวว่าการคมนาคมทางบกมีความสำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีถนนและทางหลวงซึ่งมีโครงข่ายติดต่อกว้างขวาง ซึ่งทำให้รถยนต์เป็นพาหนะที่สามารถบรรทุกผู้โดยสารไปไหนต่อไหนได้ทั่วถึง สะดวก ค่าใช้จ่ายถูก 2) การเดินทางทางเรือว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาแก่การเดินทางน้อย จึงทำให้ความสำคัญในการเดินทางทางเรือลดลงไป เพราะการเดินทางทางเรื่อนั้นต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางยาวนาน ทำให้เกิดความล่าช้าและเหนื่อยหน่าย แต่ก็ยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอยู่ในบางพื้นที่ เช่นทะเลหรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นลำคลอง เกาะแก่ง เป็นต้น 3) การคมนาคมทางอากาศก็มีผลทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวได้ไกลๆ เนื่องจากมีความรวดเร็วในการเดินทาง ใช้เวลาในการเดินทางน้อย แต่เสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง (सानนท์ สุขศรี, 2536)

2.2.3.4 ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติและ สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

ทรัพยากรทางธรรมชาติและ สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุก ๆ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะทางธรรมชาติ เช่น อ่าว แลนม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ซึ่งสภาพเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายใต้อิทธิพลของความแตกต่างในเรื่องของธรรมชาติ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538; Robinson, 1976; ประเสริฐ วิทยารัฐ, 2535) จะเห็นได้ว่า แนวความคิดที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับแนวความคิดของ วิชัย เทียนน้อย (2528) และวรัญญา



เทพวัลย์ (2550) ที่กล่าวไว้ว่าแรงจูงใจที่เป็นสาเหตุให้เกิดการเดินทางไปท่องเที่ยว คือ ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ การมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามและมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็นปัจจัยด้านกายภาพหรือธรรมชาติ ได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ เพราะลักษณะภูมิประเทศทำให้เกิดภูมิทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงามและช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้บริการ เช่น ที่ราบ ที่ราบสูง เนินเขา เกาะแก่ง แหลม ชายหาด หน้าผา ถ้ำ น้ำตก เป็นต้น

(1.1) สถานที่น่าสนใจ (Place) เช่น ชายหาดที่สวยงาม คือ หาดชะอำ ซึ่งคงสภาพแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่น่าสนใจหรือจังหวัดภูเก็ตมีแหลมพรหมเทพยื่นออกไปจากหน้าผามุ่งสู่ทะเลลึก มีต้นตาลขึ้นปลายแหลมยามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็นจึงเป็นภาพที่สวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้อยากมาท่องเที่ยวยังแหล่งนั้น (ฐสิทธิ์ ชูชาติ, 2538)

(1.2) เหตุการณ์น่าสนใจ (Event) ในบางฤดูกาลมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจ ดึงดูดคนมาท่องเที่ยว เช่น การกำหนดงานพระนครคีรีเมืองเพชรบุรี มีการแสดงละครประวัติศาสตร์ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น คือ (ฐสิทธิ์ ชูชาติ, 2538)

2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีของคนในเขตพื้นที่นั้น ๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกมาในรูปศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชน จารีตประเพณี ซึ่งจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (Robinson, 1976)

3) ชาติพันธุ์ เหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนต้องการเยี่ยมชมเพื่อและญาติมิตร คนมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมชมแผ่นดินเดิมของตนเอง ยกตัวอย่าง เช่น ชาวบอสตัน (Boston) ในสหรัฐอเมริกา เดินทางมาสู่ไอร์แลนด์ และชาวเมืองโตรอนโต (Toronto) ในแคนาดา ต้องเดินทางสู่สก็อตแลนด์ (Scotland) ในระยะแรกก็ต้องการเยี่ยมชม การกระทำดังกล่าวแล้ว ในช่วงอายุคนต่อมาเมื่อญาติมิตรห่างเหินออกไป (Mill, 1900) เช่นเดียวกับคนจีนในประเทศไทย ต้องการเดินทางไปเมืองจีน เหตุผลอย่างหนึ่งต้องการเยี่ยมชมมาตุภูมิ

4) แหล่งบันเทิง นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวก็เพราะแหล่งบันเทิงสำหรับพักผ่อนหย่อนใจจัดไว้ให้ แหล่งบันเทิง มิใช่หมายถึง สถานเริงรมย์ยามราตรีเพียงอย่างเดียว แต่อาจหมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ฯลฯ บันเทิงที่ดี ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นด้วย มิใช่เป็นฝ่ายนั่งชมเพียงอย่างเดียว เช่น ให้ร่วมกิจกรรม



กับการแสดงของสัตว์ ซึ่งจัดขึ้นในสวนสัตว์ เมื่อพิจารณาแล้วว่าปลอดภัย (ประเสริฐ วิทยารัฐ, 2535)

2.2.3.5 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก

สิ่งแวดล้อมความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่าง ๆ

ในการจัดการอุทยานแห่งชาติ เจ้าหน้าที่จะไม่ตกแต่งพื้นที่ด้วยพันธุ์ไม้ต่างถิ่น แต่จะจัดบริเวณให้มีความร่มรื่นด้วยไม้ท้องถิ่น และดูแลให้บริเวณท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว แต่การดำเนินการดังกล่าวจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรต่างๆ ในอุทยานแห่งชาติ เช่น การทำทางเดินเท้า ทางลำเลียง บันไดเดินขึ้น-ลงน้ำตก สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องได้จัดทำไว้เพื่อให้เกิด ความมั่นใจว่า ขณะที่นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินจากการเข้าใช้อุทยานแห่งชาติแล้ว ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ในอุทยานแห่งชาติ จะได้รับความปลอดภัยจากการเข้าใช้พื้นที่ของนักท่องเที่ยวเช่นกัน และเนื่องจากอุทยานแห่งชาติส่วนใหญ่ตั้งอยู่ไกลจากตัวเมือง การเดินทางเข้าถึงไม่สะดวกและใช้เวลานาน จึงเป็นหน้าที่ที่จะต้องเตรียมสิ่งแวดล้อมความสะดวกในเรื่องของการเดินทางเข้าถึง ที่กางเต็นท์ ที่พักและระบบสาธารณูปโภคไว้ด้วย (สุธาสินี สุศิลา, 2552)

สิ่งแวดล้อมความสะดวกดังกล่าว มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางห่างไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งแวดล้อมความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ ได้แก่ (กัลยา สมมาตย์, 2541; อ้างอิงจาก Mill, 1998; Robinson, 1976)

1) ที่พัก เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติ หรือเพื่อนแต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พักซึ่งต้องการเช่าอาศัยชั่วคราว ที่พักอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์หรือที่พักลักษณะอื่นๆ 3

2) ร้านอาหารเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

3) สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานอาบน้ำนันทนาการ

4) ปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่ง ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว นอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ได้รับความความสะดวกสบายขึ้นเนื่องจากการพัฒนาระบบสื่อสารการคมนาคมและสาธารณูปโภคดังกล่าว

จากการศึกษางานวิจัยของนิคม ประเมโท (2543) ซึ่งได้ศึกษาถึงพฤติกรรม



และปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก รถนำเที่ยว ร้านอาหาร พบว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา สื่อสาร เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แล้ว เจ้าบ้านหรือผู้เกี่ยวข้องยังมีหน้าที่ในการให้การศึกษแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนผู้สนใจทั่วไป เกี่ยวกับเรื่องทางธรรมชาติวิทยา และการอนุรักษ์ทรัพยากรด้วย

2.2.3.6 ปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้านและการต้อนรับ

ความมีน้ำใจของเจ้าบ้านและการต้อนรับ หมายถึง การแสดงออกของผู้ให้บริการ และการสัมผัสของผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว จากความมีน้ำใจที่มอบให้แก่กันช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ไม่เลือกชั้นวรรณะ ไม่เลือกเชื้อชาติ และศาสนา ในการเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ (พรทิพย์ ทวีพงษ์, 2550)

ความมีน้ำใจของเจ้าบ้านและการต้อนรับ เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะเป็นจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์นอกจากจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อนักท่องเที่ยวแล้วยังเชื่อมโยงไปถึงความรู้สึกที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวด้วย ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น มีทัศนคติที่ดีต่อเจ้าบ้านว่าน่าติดต่อสัมพันธ์เกี่ยวข้องและให้การสนับสนุน เป็นการสร้างชื่อเสียงและความนิยมศรัทธาให้นักท่องเที่ยว ทำให้มีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ในทางกลับกันถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสมนอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้ว โอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมจะมีน้อยมาก (สุทธิรัช ชูชาติ, 2538 ; Robinson, 1976; ประเสริฐ วิทยารัฐ, 2535) ซึ่งสอดคล้องกับนาถฤดี มณีเนตร (2548) ที่ได้วิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติกลับมาเที่ยวที่เกาะสมุยซ้ำอีกพบว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติประทับใจในการมาท่องเที่ยวเกาะสมุย ได้แก่ ความเป็นมิตร มีน้ำใจ ความยิ้มแย้มแจ่มใสของคนไทยที่เกาะสมุย

อลงกต วรกี (2542) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการต้อนรับ ว่าในการต้อนรับที่ถูกหลักการ วิธีการที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ซึ่งมีความต้องการไม่เหมือนกัน แม้จะเป็นคนเดียวกันแต่ต่างเวลาและสถานที่ก็อาจมีความต้องการไม่เหมือนกัน การต้อนรับที่ทำให้นักท่องเที่ยวผู้หนึ่งพอใจอาจไม่เป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยวอีกผู้หนึ่ง และการต้อนรับที่นักท่องเที่ยวผู้หนึ่งเคยพอใจอาจไม่เป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยวคนเดิม แต่ในอีกเวลาหรืออีกสถานที่หนึ่งก็เป็นได้ การต้อนรับจึงควรมีลักษณะที่ยืดหยุ่นและปรับตัวได้ ไม่ยึดรูปแบบตายตัว จึงควรมีหลักปฏิบัติในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) สร้างความเป็นมิตรอบอุ่นใจ เช่น การทักทายด้วยรอยยิ้ม



- 2) ให้ความสะดวกสบาย เช่น จัดสถานที่ให้เย็นน้ำ อุณหภูมิพอดีแล้ว ที่นั่งพักรอ ควรจัดเป็นสัดส่วนตามความเหมาะสมแก่พื้นที่และนักท่องเที่ยว
- 3) ให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยว หรือซักถามเกี่ยวกับเรื่องที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงความสนใจและเอาใจใส่ต่อนักท่องเที่ยว และตอบข้อสงสัยอย่างเหมาะสมถูกต้อง
- 4) ปฏิบัติงานตามคำขอร้องอันควร คำขอร้องในบางเรื่องที่ไม่เป็นการเรียกร้อง ต้องการมากจนเกินไป เช่น ขอเอกสารข้อมูลประกอบการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น
- 5) ให้ความช่วยเหลือตามควร เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือเล็กน้อย ๆ ที่ถูกต้องเหมาะสมพอจะช่วยเหลือได้ต้องไม่รีรอ
- 6) ให้ความกระจ่างแจ้งแก่นักท่องเที่ยวเมื่อมีปัญหา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการให้บริการหรือไม่ก็ตาม
- 7) สร้างความนิยมในการให้บริการ ผู้ให้การต้อนรับทุกคนจะต้องรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานหรือสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อมิให้เสื่อมความนิยมจะต้องชี้ถึงคุณภาพและจุดเด่นของการบริการด้วย ซึ่งลักษณะการต้อนรับที่จะสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มาเยือนมักจะกระทำดังนี้ โดยการแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย ถูกกาลเทศะ และประเพณีนิยม ยิ้มแย้มแจ่มใสทั้งใบหน้าและดวงตาทักทายให้รู้สึกชุ่มฉ่ำ แสดงความสนใจให้ความสำคัญต่อผู้มาติดต่อรวมทั้งให้การต้อนรับผู้มาติดต่อในทันทีที่เห็นหน้า กระตือรือร้นในการรับฟังและตอบข้อซักถามหลักเลียงคำกล่าวปฏิเสธ ใส่ใจในวัตถุประสงค์ของผู้มาติดต่อแต่อย่าด่วนรับปากรับคำในเรื่องที่ยังไม่แน่ใจ พุดจาสุภาพอ่อนน้อม นำเชื่อถือแต่ไม่ต้องถึงกับพินอบพิเทาโดยพูดให้ชัดเจนและมีน้ำเสียงชวนฟัง แสดงให้ปรากฏชัดว่าเต็มใจบริการโดยไม่มีอหิยาตย์ไม่ตรีอบอุ้น สร้างความประทับใจปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียมและให้เกียรติและให้ความสำคัญกับผู้มาติดต่อ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการบางอย่างของแต่ละบุคคลทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร่งเร้าให้บุคคลเดินทางมากขึ้น และยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ตลอดจนพฤติกรรมทางสังคม ที่ผู้ให้บริการต้อนรับสนใจที่จะศึกษาเพื่อมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการที่จำเป็น เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยว จนมีความพร้อมและฝึใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้ง

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวในหลายๆด้านมาพอสมควร เช่น แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย (วรัญญา เทพวัลย์, 2550) พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามา



เที่ยวในจังหวัดอุรธานี (นิคม ประเมโร, 2543) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา (พัฒน์พงษ์ พงษ์ทองเจริญ, 2541) รวมไปถึงการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และพักโฮมสเตย์ ตำบลไทยสมัคคี อำเภอน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา (พงศ์พันธุ์ ศรีททาพิพย์, 2549) ผู้วิจัยพบว่าประเภทของการท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้นไม่อาจแสดงจุดมุ่งหมายหรือแรงจูงใจให้เข้าใจได้อย่างละเอียด องค์กรและบุคคลที่มีอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องศึกษาแรงจูงใจของการท่องเที่ยวซึ่งมีแรงจูงใจที่ซับซ้อนให้ห้องแท่งจึงสามารถเข้าใจกระบวนการในการสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ และแรงจูงใจนั้นก็จะมีผลช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวทุกๆด้านตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษา ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถสรุปแรงจูงใจที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวได้ 6 ประการได้แก่ ความปลอดภัย (พจน์พิดา ศรีสมพงษ์, 2551; ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2544) ความคุ้มค่าเงิน (Best In Travel) การคมนาคมและการขนส่ง (กัลยา สมมาตย์, 2541) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (กัลยา สมมาตย์, 2541; ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538; Robinson, 1976) สิ่งอำนวยความสะดวก (กัลยา สมมาตย์, 2541) และความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน (กัลยา สมมาตย์, 2541; ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538; Robinson, 1976; ประเสริฐ วิทยารัฐ, 2535) อีกทั้งยังไม่มียงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ น้ำหนาว ดังนั้น เพื่อเป็นการหาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวและพักค้างคืน จึงสำคัญยิ่งเพื่อที่จะสามารถนำเสนอแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติได้ต่อไปในอนาคต โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาไปที่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้ง 6 ด้านดังที่กล่าวมาข้างต้น และจากการค้นคว้าพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวส่วนใหญ่นั้น คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2552 มีนักท่องเที่ยวทั้งหมดในช่วงเดือน ตุลาคม 2550 – กันยายน 2552 จำนวน 55,294 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 54,096 คน เป็นชาวต่างชาติจำนวน 1,198 คน (ส่วนการศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ, 2552) ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบโจทย์ของงานวิจัยได้อย่างถูกต้อง กลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืน



2.3 บริบทพื้นที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

2.3.1 ข้อมูลทั่วไป

อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวเป็นอุทยานลำดับที่ 5 ของประเทศไทย อยู่ในท้องที่อำเภอหล่มเก่า อำเภอหล่มสัก อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ และอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ เป็นอุทยานแห่งชาติที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นแนวเขตกั้นระหว่างภาคอีสานและภาคเหนือ สภาพพื้นที่ทั่วไปเป็นเทือกเขาสูง มีสภาพป่าอุดมสมบูรณ์ เป็นต้นน้ำลำธาร มีทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง มีเนื้อที่ประมาณ 603,750 ไร่ หรือ 966 ตารางกิโลเมตร ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2502 ให้กำหนดป่าน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ และป่าอื่นๆ ในท้องที่จังหวัดต่างๆ รวม 14 ป่า เป็นอุทยานแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2511 กรมป่าไม้ได้ส่งเจ้าหน้าที่ไปทำการสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพพื้นที่บริเวณป่าน้ำหนาว ปรากฏว่า มีสภาพป่าอุดมสมบูรณ์ มีทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง ตลอดจนเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิด กรมป่าไม้จึงได้นำเสนอคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติซึ่งได้มีมติในคราวประชุมครั้งที่ 1/2513 เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2513 เห็นชอบให้ออกพระราชกฤษฎีกากำหนดให้เป็นอุทยานแห่งชาติ โดยได้มีประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 142 เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2515 กำหนดบริเวณป่าน้ำหนาวในท้องที่ ตำบลบ้านโคก อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ ตำบลบ้านกลาง ตำบลบ้านดิว ตำบลห้วยไร่ อำเภอหล่มสัก ตำบลน้ำหนาว อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ และตำบลห้วยยาง อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ เป็นอุทยานแห่งชาติ เนื้อที่ประมาณ 603,750 ไร่ โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 89 ตอนที่ 71 ลงวันที่ 4 พฤษภาคม 2515 เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งที่ 5 ของประเทศ ต่อมากองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ ได้มีหนังสือที่ กส 0708/2214 ลงวันที่ 1 เมษายน 2523 ให้หัวหน้าอุทยานแห่งชาติทุกแห่งได้ตรวจสอบพิจารณาชื่อตำบลที่ตกหล่นในอุทยานแห่งชาติที่รับผิดชอบ ซึ่งอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวได้มีหนังสือที่ กส 0708(นน)/223 ลงวันที่ 11 มีนาคม 2525 รายงานว่า ตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 142 ลงวันที่ 3 พฤษภาคม 2515 ได้กำหนดแนวเขตอุทยานแห่งชาติ ซึ่งครอบคลุมถึงท้องที่ตำบลปากช่อง และตำบลท่าอิบุญ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วย แต่มิได้ระบุชื่อตำบลทั้ง 2 ไร่

กรมป่าไม้จึงได้เสนอคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติได้มีมติในคราวประชุมครั้งที่ 3/2523 เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2523 เห็นชอบให้ออกพระราชกฤษฎีกาขยายเขตอุทยานแห่งชาติเพิ่มเติมตำบลที่ตกหล่นได้ โดยได้มีพระราชกฤษฎีกาขยายเขตอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวในท้องที่ตำบลท่าอิบุญ และตำบลปากช่อง อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ. 2525 ซึ่งได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 99 ตอนที่ 137 ลงวันที่ 26 กันยายน 2525 (แผนแม่บทอุทยาน



แห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์/จังหวัดชัยภูมิ, 2544; นายรอบรู้, 2548; กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2550)

2.3.2 ประวัติความเป็นมา

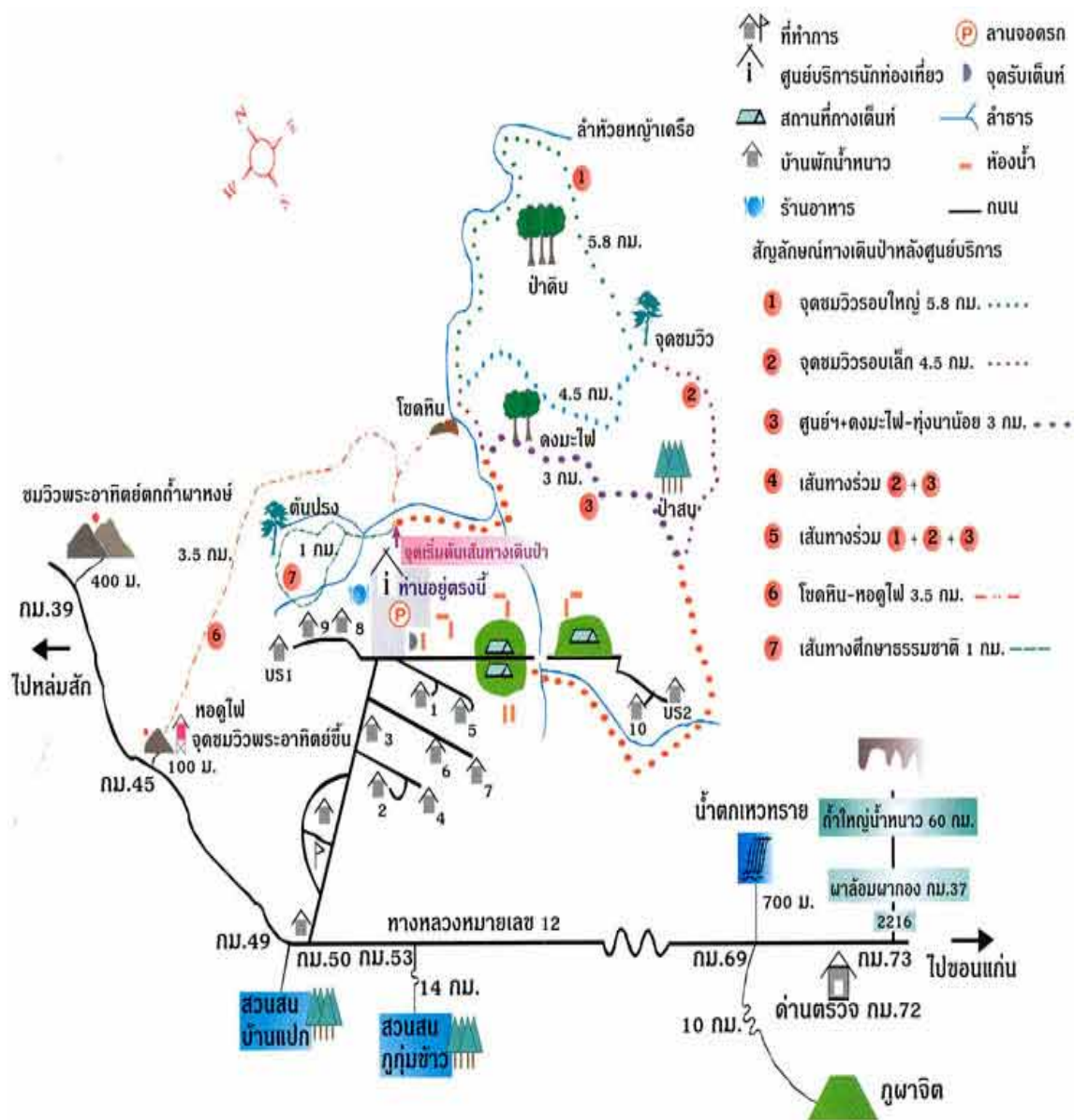
“ป่าน้ำหนาว” เป็นชื่อเรียกเดิมของ อช.น้ำหนาว ว่ากันว่าในอดีตป่าแห่งนี้มีความหนาวเย็นตลอดทั้งปี โดยเฉพาะในหน้าหนาวแม้กระทั่งน้ำค้างบนยอดหญ้ายังจับตัวเป็นเกล็ดน้ำแข็ง ป่าน้ำหนาวมีอากาศหนาวเย็น เนื่องจากอยู่บนทิวเขาเพชรบูรณ์ มีความสูงประมาณ 800 ม.จากระดับน้ำทะเล แม้ปัจจุบันอากาศเปลี่ยนแปลงไปมากและไม่พบน้ำค้างเป็นเกล็ดน้ำแข็งอีกแล้ว แต่อย่างไรก็ตามน้ำหนาวยังคงขึ้นชื่อในเรื่องความหนาวที่นักท่องเที่ยวจะต้องมาสัมผัสให้ได้ โดยเฉพาะในช่วงหน้าหนาวปลายปี (ปารวี ไพบูลย์อึ้ง, 2548)

2.3.3 ลักษณะภูมิประเทศ

ป่าน้ำหนาวเป็นเขตกั้นระหว่างภาคอีสานและภาคเหนือสภาพพื้นที่ทั่วไปเป็นเทือกเขาสูงทอดยาวผ่านจังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยเฉพาะภูผาจิต ภูคุ้มข้าว และเทือกเขาโดยรอบประกอบขึ้นเป็นป่าต้นน้ำลำธาร ต้นกำเนิดของลำธารสายยาว เช่น แม่น้ำป่าสัก แม่น้ำพอง แม่น้ำเลย ห้วยขอนแก่น ห้วย น้ำเจิญ ซึ่งไหลลงสู่เขื่อนอุบลรัตน์ และเขื่อนจุฬาภรณ์ (แผนแม่บทอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์/จังหวัดชัยภูมิ, 2544; นายรอบรู้, 2548; กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2550)

2.3.4 แผนที่ที่ตั้งและข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง





ภาพประกอบ 2.2 แผนที่ที่ตั้งอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

2.3.5 ลักษณะภูมิอากาศ

โดยทั่วไปอากาศหนาวเย็นในตอนดึกและตอนเช้า ส่วนใหญ่ตอนกลางวันอากาศเย็นสบาย จึงกล่าวได้ว่า อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมีอากาศหนาวเย็นตลอดปี อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 25 องศาเซลเซียส ในฤดูฝนจะมีฝนตกชุกระหว่างเดือนกันยายน-ตุลาคม ส่วนใหญ่ฤดูหนาว อากาศหนาวเย็นมาก จนบางครั้งน้ำค้างจะกลายเป็นเกล็ดน้ำแข็ง อากาศจะหนาวเย็นที่สุดในเดือนธันวาคม

และมกราคม ซึ่งในบางปีอุณหภูมิจะลดต่ำถึงศูนย์องศาเซลเซียส (แผนแม่บทอุทยานแห่งชาติ น้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์/จังหวัดชัยภูมิ, 2544; นายรอบรู้, 2548; กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2550)

2.3.6 พันธุ์ไม้และสัตว์ป่า

ป่าน้ำหนาวเป็นป่าไม้ผืนใหญ่ติดต่อกัน ประกอบด้วยป่าหลายชนิด คือ ป่าเต็งรัง หรือ ป่าแดง ป่าเบญจพรรณ ป่าดงดิบ และทุ่งหญ้า มีพรรณไม้มีค่าทางเศรษฐกิจหลายชนิด เช่น ไม้ประดู่ แดง มะค่า ชิงชัน เต็ง รัง ยาง ตะเคียน สานเขา ก่อ สมุนไพร และกล้วยไม้ต่าง ๆ เนื่องจากป่าส่วนหนึ่งเป็นป่าโปร่งสลับกับทุ่งหญ้าและป่าดิบ มีดินโปร่งและน้ำไหลผ่านตลอดปี จึงทำให้ป่านี้มีสัตว์ป่าอาศัยอยู่อย่างชุกชุม เช่น ช้าง กระทิง วัวแดง กวาง เก้ง หมิวาย หมิคน เลียงผา หมูป่า กระเจิง เม่น หมูป่า และกระท่ายป่า สำหรับช้างป่า นั้นมีอยู่ทั่วไป ซึ่งเราจะเห็น กองมูลช้างที่ถ่ายไว้ริมทางหลวงอยู่เสมอ นอกจากนี้ป่าน้ำหนาวยังมีเสือโคร่ง เสือดาว ค่าง นอกจากนี้ ยังมีนกชนิดต่าง ๆ มากกว่า 200 ชนิด ตามทางเดินในป่าจะพบนกสีสวย ๆ อยู่เสมอ เช่น นกแก้ว นกขุนแผน นกหก นกพญาปากกว้าง นกเดินดง นกเด้าแ้ว นกโพระดก นกหัวขวาน นกเงือก นกกระเจียว นกกินแมลงชนิดต่าง ๆ ไก่ฟ้าพญาลอ และไก่ป่า เป็นต้น และยังมีความหลากหลายของผีเสื้อมากกว่า 340 ชนิด (แผนแม่บทอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์/จังหวัดชัยภูมิ, 2544; นายรอบรู้, 2548; กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช, 2550)

2.3.7 สถานที่ที่น่าสนใจในเขตอุทยานฯ

ถ้ำผาหงษ์ ทางเข้าอยู่ตรงกิโลเมตรที่ 39 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 (ดอยหล่มสัก-ชุมแพ) ระยะทางเดินเท้าประมาณ 300 เมตร มีลักษณะเป็นเขาสูง มีทางเท้าเดินขึ้นยอดเขาประมาณ 200 เมตร เพื่อชมทิวทัศน์และชมพระอาทิตย์ตกในตอนเย็น เป็นถ้ำขนาดเล็ก ภายในมีช่องหลืบ แคลบๆ ซับซอบ มีหินงอกหินย้อยที่สวยงาม เป็นที่อยู่อาศัยของค้างคาวหลายชนิด โดยเฉพาะ ค้างคาวมงกุฎมาร์แชล ซึ่งเป็นสัตว์หายากใกล้สูญพันธุ์ พื้นที่โดยรอบเป็นป่าไผ่และชะง่อนหิน แหวมคม

สวนสนบ้านแปก หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ดงแปก มีทางเข้าอยู่ตรงกิโลเมตรที่ 49 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 (ดอยหล่มสัก-ชุมแพ) ระยะทางเดินเท้าประมาณ 5 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นป่าสนสองใบขึ้นอยู่เป็นกลุ่มใหญ่เพียงชนิดเดียวตามธรรมชาติ ต้นไม้พื้นล่าง ประกอบด้วยทุ่งหญ้าและหญ้าเพ็กเป็นจำนวนมาก มีความสวยงาม ประกอบกับเส้นทางเดินเข้าสวน สนบ้านแปกได้ผ่านป่าที่หลากหลายทั้งป่าดิบชื้นและป่าดิบเขา ระหว่างทางจะมีโอกาสพบสัตว์ป่า และนกนานาชนิด และในช่วงฤดูร้อนประมาณเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม ระหว่างทางจะมี กล้วยไม้ป่าและพันธุ์ไม้หลายชนิดออกดอกสวยงาม



สวนสนภู่มั่วขาว ทางเข้าอยู่ตรงกิโลเมตรที่ 53 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 (คอยหล่มสัก-ชุมแพ) มีทางลูกรังมาตรฐานจากแยกกิโลเมตรที่ 53 ถึงสวนสนภู่มั่วขาว ระยะทาง 15 กิโลเมตร เป็นป่าสนสามใบ มีต้นสนขนาดใหญ่มีความสูงตั้งแต่ 30-40 เมตร ขึ้นอยู่ตามธรรมชาติอย่างหนาแน่นแทบไม่มีไม้อื่นปะปนอยู่ มีพื้นที่ประมาณ 10 ตารางกิโลเมตร ไม้พื้นล่างประกอบด้วยทุ่งหญ้าคา หญ้าเพ็ก จำนวนมากเช่นเดียวกัน ในฤดูแล้ง ทุ่งหญ้าได้ต้นสนจะค่อยๆ เปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีน้ำตาลแก่ พอถึงฤดูฝนใหม่ทุ่งหญ้าเหล่านี้ก็จะกลับเขียวอีกครั้งหนึ่ง เป็นเช่นนี้เรื่อยๆ ไป โดยเฉพาะฤดูฝนตามทุ่งหญ้าจะมีพันธุ์ไม้หลากหลายนานาพรรณขึ้นอยู่อย่างสวยงามมาก

บริเวณสวนสนนี้ มีเนินเขาเตี้ยๆ ลูกหนึ่ง เรียกว่า “ภู่มั่วขาว” สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 880 เมตร เป็นเนินเขาที่เป็นจุดเด่นจุดหนึ่งท่ามกลางสวนสน เมื่อขึ้นไปยืนบนเนินเขาภู่มั่วขาว จะเห็นแนวยอดสนอยู่ในระดับสายตา สามารถมองเห็นแนวยอดสนเป็นแนวติดต่อกันพืดทั้งสี่ด้านของภู่มั่วขาว ดูแล้วจะเห็นคล้ายๆ ท้องทะเลของยอดสน เมื่อมองไปทางทิศใต้ จะเห็นอ่างน้ำเขื่อนจุฬาภรณ์ (น้ำพรม) ที่กว้างใหญ่

น้ำตกข้าฝักขาว เป็นน้ำตกเล็ก ๆ ตอนบนของลำห้วยสนามทราย มีทางเดินเท้าเข้าไปตรงกิโลเมตร 64 ถนนสายหล่มสัก-ชุมแพ น้ำตกมีความสูงประมาณ 3 เมตร

น้ำตกทรายทอง เป็นน้ำตกที่อยู่ห่างจากน้ำตกเหวทรายประมาณ 500 เมตร มีความกว้างที่สุดประมาณ 30 เมตร สูง 4 เมตร มีบรรยากาศร่มรื่นเหมาะแก่การนั่งเล่นพักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉพาะในฤดูฝนน้ำตกมีประมาณน้ำมากตกลงมาเป็นหน้ากว้าง 30 เมตร สวยงามมาก เช่นเดียวกัน

น้ำผุด จากน้ำตกทรายทองไปไม่ไกล จะพบกับความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่สวยงาม คือมีน้ำไหลผุดตามก้อนหินมองดูคล้ายกับบ่อน้ำพุร้อน

น้ำตกเหวทราย ทางเข้าอยู่ตรงกิโลเมตรที่ 67 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 (ตอนหล่มสัก-ชุมแพ) ระยะทางเดินเท้า 1 กิโลเมตร เป็นน้ำตกที่เกิดจากลำห้วยสนามทรายซึ่งมีต้นน้ำที่ป่าดงดิบชึ่งดงแห่งไหลผ่านป่าข้าฝักขาว ลำห้วยสนามทรายนี้เป็นแนวธรรมชาติที่แบ่งเขตแดนระหว่างกิ่งอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ กับอำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ น้ำตกเหวทรายเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่มีความสูงประมาณ 20 เมตร บริเวณด้านใต้น้ำตกมีแอ่งน้ำลึกสามารถลงเล่นน้ำและใต้น้ำตกมีชะง่อนหินขนาดใหญ่เป็นเพียงสามารถพักผ่อนหลบฝนได้ บรรยากาศบริเวณลำห้วยน้ำเย็นเย็น มีต้นไม้ปกคลุมตลอด ในฤดูฝนน้ำตกมีประมาณน้ำมากและสวยงามมาก

น้ำตกตาพรานบา ทางเข้าอยู่ใกล้ที่ว่าการกิ่งอำเภอน้ำหนาว กิโลเมตร 20 ทางหลวงสายบ้านห้วยสนามทราย-อำเภอลำทะเมนชัย เป็นทางลูกรังรถยนต์เข้าถึงน้ำตก มีลักษณะเป็นน้ำตก



ขนาดใหญ่ปานกลาง ตกจากหน้าผาสูงประมาณ 20 เมตร น้ำตกจากหน้าผาสูงพุ่งเป็นลำสู่เบื้องล่าง เป็นสองชั้น มีน้ำซึ่งเกิดจากลำน้ำเชิญตลอด สาเหตุที่น้ำตกมีชื่อว่า ตาดพรานบา เนื่องจากพรานบา เป็นผู้เข้าไปพบน้ำตกแห่งนี้เป็นคนแรก สำหรับคำว่าตาดนั้นเป็นภาษาพื้นบ้านท้องถิ่นหมายถึง น้ำตก

ถ้ำใหญ่น้ำหนาว หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าถ้ำน้ำริน มีทางเข้าอยู่ตรงกิโลเมตรที่ 60 ทางหลวงสายบ้านห้วยสนามทราย-อำเภอหล่มเก่า บ้านหินลาด มีทางรถยนต์เข้าถึงหน่วยพิทักษ์ อุทยานแห่งชาติที่ นน.6 (ถ้ำใหญ่น้ำหนาว) ประมาณ 3 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นเขาหินปูนสูง ประมาณ 955 เมตรจากระดับน้ำทะเล ถ้ำใหญ่น้ำหนาวเป็นถ้ำใหญ่มีความงามวิจิตรพิสดารโดยธรรมชาติ มีหินงอกหินย้อยและที่แปลกที่สุดคือ มีน้ำไหลหรือน้ำรินออกจากปากถ้ำ ภายในถ้ำ ยังเป็นที่อาศัยของค้างคาวจำนวนมากอีกด้วย โดยมีชนิดที่เป็นสัตว์หายากใกล้สูญพันธุ์คือ ค้างคาว มงกุฎมาร์แชล ค้างคาวหนูยักษ์ และค้างคาวท้องน้ำตาลใหญ่ ภายในถ้ำสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง ช่วงแรกระยะทางประมาณ 400 เมตร มีทางเดินเท้าไปตามคูลาต่างๆ ซึ่งมีหินงอกหินย้อย และเสาถ้ำ ทางเดินจะไปสุดที่คูลาซึ่งมีม่านหินงอกงาม ช่วงที่ 2 จากระยะทาง 400-1,000 เมตร จะมีทางลัดเลาะ บางครั้งต้องมุดและปีป่ายเข้าไป ช่วงที่ 3 ระยะทางจาก 1,000 เมตร เข้าไป จะมีลำธารน้ำรินไหล ถ้ำมีความลึกประมาณ 4.5 กิโลเมตร

จุดชมวิวกว๊าก คือ ตั้งอยู่บริเวณ กม. 46 ของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 (หล่มสัก-ชุมแพ) เป็นจุดชมทิวทัศน์ที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่ง โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวสามารถชมพระอาทิตย์ขึ้นอยู่ในยามเช้า สามารถมองเห็นผืนป่าสวนสนภู่มั่วขาวสลับกับป่าดงดิบ โดยมีฉากหลังเป็นภูกระดึงและภูผาจิต นอกจากนี้ทางอุทยานแห่งชาติยังได้จัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ระยะทางประมาณ 4 กิโลเมตร ไปยังศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ป่าเปลี่ยนสี บริเวณกิโลเมตรที่ 63-70 ของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 สายหล่มสัก-ชุมแพ ในประมาณเดือนธันวาคม-มกราคมของทุกปี ผืนป่าบริเวณนี้ซึ่งเป็นป่าผสมผลัดใบ ก่อนที่พันธุ์ไม้จะผลัดใบจะมีปรากฏการณ์ธรรมชาติของป่าเปลี่ยนสีที่สวยงามน่าชมยิ่ง โดยเฉพาะที่ ภูหลังกงเกวียน จุดที่มองเห็นภูหลังกงเกวียนได้ชัดเจนที่สุดคือ บริเวณ กม.ที่ 61 บนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12

เส้นทางศึกษาธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวได้จัดทำทางเดินเท้าสำหรับเที่ยวชมธรรมชาติในป่าไว้หลายสาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้ชอบเดินป่าสามารถชมธรรมชาติได้ทั่วถึง ก่อนการเดินทางศึกษาธรรมชาติต้องแจ้งเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติทราบก่อน ทั้งนี้ก็เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเอง ดังนี้

เส้นทางเดินสายที่ 1 เป็นระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร เริ่มต้นจากทางแยกใกล้ ที่ทำการอุทยานแห่งชาติ ระหว่างทางจะได้เห็นสัตว์ป่าบางชนิด ได้แก่ หมาไม้ และนกชนิดต่างๆ



โดยเฉพาะในฤดูฝนจะพบรอยช้างจำนวนมาก เส้นทางนี้วนกลับออกมาสู่บริเวณทางเข้าที่ทำการอุทยานแห่งชาติ

เส้นทางเดินสายที่ 2 เริ่มจากทางเดินตรงข้ามที่ทำการอุทยานแห่งชาติ ลัดเลาะผ่านป่าเต็งรัง ผ่านบ่อดินโป่งซึ่งมีช้าง กวาง และสัตว์อื่นๆ ไปกินอยู่เสมอ ทางสายนี้จะไปสิ้นสุดที่หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ นน.4 (ซำบอน) รวมระยะทางประมาณ 8 กิโลเมตร และถ้าเดินกลับที่พิกัดต้องเดินต่ออีกประมาณ 5 กิโลเมตร หากต้องการเดินชมธรรมชาติต่อ สามารถใช้เส้นทางเดินเท้าอันราบเรียบที่ทางอุทยานแห่งชาติจัดไว้ โดยเริ่มต้นจากหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ เส้นทางนี้ผ่านใจกลางอุทยานแห่งชาติ สูดทางจะเป็นจุดเด่นอยู่ท่ามกลางสวนสน เมื่อขึ้นไปยืนอยู่บนเนินภู่มุมข้างจะเห็นยอดสนในบริเวณสวนสนอยู่ในระดับสายตาเป็นแนวติดต่อกันเป็นพืดทิ้งสี่ทิศ มองดูแล้วคล้ายๆ กับท้องทะเลยอดสนก็มีปาน และระหว่างทางเดินก็อาจจะได้พบสัตว์ป่า เช่น ช้างป่า กวางป่า เก้ง อีกด้วย ระยะทางจากหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติถึงสวนสนประมาณ 12 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 3 จุดเริ่มต้นอยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติไปประมาณ 800 เมตร เป็นทางเข้าชมป่าสน หรือภาษาพื้นเมืองเรียกว่า ป่าแปก ทางสายนี้นักท่องเที่ยวจะได้ชมไม้สนขึ้นเรียงรายอยู่เป็นระยะๆ และอาจจะได้พบช้างป่า กวางป่า เก้ง รวมทั้งรอยเท้าเสือดาว

นอกจากนี้ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวยังมีเส้นทางเดินป่าระยะไกลอีก 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางพิชิตยอดภูผาจิต ระยะทางไป-กลับ ประมาณ 15 กิโลเมตร เส้นทางเที่ยวถ้ำห้วยประหลาด ระยะทางไป-กลับ ประมาณ 15 กิโลเมตร และ เส้นทางเที่ยวป่าผาล้อม-ผากลอง ระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร

ค่าธรรมเนียมการเข้าอุทยานแห่งชาติ

ผู้ใหญ่ คนละ 20-80 บาท (ขึ้นอยู่กับอุทยานฯ)

เด็ก คนละ 10-40 บาท (ขึ้นอยู่กับอุทยานฯ)

กรณีเป็นเด็กอายุต้องต่ำกว่า 14 ปี แต่ถ้าอายุต่ำกว่า 3 ปี ไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียม

กรณีเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ให้เก็บค่าธรรมเนียมในอัตราสำหรับเด็ก

สถานที่ติดต่อ

อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

อำเภอ้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ 67260

โทรศัพท์ 0 5672 9002 อีเมล reserve@dnp.go.th

สถานที่กางเต็นท์/เต็นท์ อุทยานแห่งชาติจัดเตรียมเต็นท์และสถานที่กางเต็นท์

ไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว การสำรองที่พักรับรองสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดและสำรองที่พักรับรองได้ที่กับอุทยานแห่งชาติโดยตรง สำหรับอัตราค่าบริการอยู่ระหว่าง 50-800 บาท ขึ้นอยู่กับชนิด ขนาดของเต็นท์ และอุปกรณ์ประกอบอื่นๆ เช่น



รายการที่ 1

เตียง ขนาด 2 คน ราคา 50 บาท/คืน (ไม่มีอุปกรณ์)

เตียงโคม ขนาด 3 คน ราคา 250 บาท/คืน(พร้อมอุปกรณ์)

เตียงเคบิน ขนาด 6 คน ราคา 800 บาท/คืน(พร้อมอุปกรณ์)

เตียงค่าย ขนาด 8 คน ราคา 300 บาท/คืน(ไม่มีอุปกรณ์)

อุปกรณ์ประกอบด้วย หมอน ที่รองนอน ถูนอน และชุดสนาม

กรณีที่นำเตียงไปกางเอง ต้องเสียค่าบริการสถานที่ 30 บาท/คน/คืน หากไม่มีเครื่องนอนก็สามารถใช้บริการเครื่องนอนและอุปกรณ์ของทางอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวได้ ซึ่งมีอัตราค่าบริการ ดังนี้

- 1) ที่รองนอน ราคา 30 บาท/คืน
- 2) หมอน ราคา 10 บาท/คืน
- 3) ผ้าห่มนวม ราคา 30 บาท/คืน
- 4) ผ้าห่มผ้าผวย ราคา 10 บาท/คืน

การเดินทางที่จอดรถ

มีลานจอดรถให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

การบริการอาหาร

อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว มีร้านอาหารของทางสวัสดิการซึ่งมีไว้บริการจัดส่งถึงที่พัก สามารถติดต่อหรือสั่งจองล่วงหน้าได้ที่ หมายเลข 0 - 5672 - 9002 0 - 9563 - 9816

ร้านขายของที่ระลึก

มีร้านค้าสำหรับจำหน่ายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติ นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาขอรับบริการข้อมูลได้ทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการ ระหว่างเวลา 8.00 - 16.30 น.

2.3.10 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว

ฝ่ายระบบฐานข้อมูล ส่วนศึกษา และวิจัยอุทยานแห่งชาติ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว และนำเสนอรายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติ แบบเป็นรายเดือนดังตาราง 2.2 (ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ, 2551)



ตาราง 2.2 สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ระหว่างเดือนตุลาคม
2550 – กันยายน 2552

เดือน/ปี	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
2550	3,878	4,254	23,960	5,626	2,787	1,218	1,358	892	571	1,120	1,334	682
2551	3,773	4,114	23,863	5,555	2,716	1,122	1,320	8 20	4 99	9 48	1,136	5 96
2552	4,233	4,466	19,262	16,524	2,814	828	1,019	846	808	2,083	1,399	1,012
รวม	11,884	12,834	67,085	27,705	8,317	3,168	3,697	1738	1379	3,203	3,869	1,694

จากตาราง 2.2 รายงานสถิตินักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด คือในเดือน ธันวาคม ซึ่งอยู่ในช่วงฤดูหนาวของปี ซึ่งเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวมากที่สุดด้วยเช่นกัน ส่วนในเดือนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุดคือ ในเดือนมิถุนายน และจากผลรวมของนักท่องเที่ยวจากสถิติดังกล่าวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวจัดอยู่ในอันดับที่ 51 จากทั้งหมด 148 อุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ (ฝ่ายระบบฐานข้อมูล ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ) ซึ่งผู้วิจัยทำการไปเก็บข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม 2553 – ตุลาคม 2553 เป็นระยะเวลาทั้งหมด 3 เดือน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยในประเทศ

พงศ์พันธุ์ ศรีธธาพิทย์ (2549) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านบุไทร โสมสเคย์ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านบุไทร โสมสเคย์ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน ในการอธิบายข้อมูล และใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ Chi Square ในการทดสอบสมมติฐาน



ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้าน นุ ไทรโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี เป็นโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างเอกชน รายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท และมาเที่ยวที่บ้านนุ ไทรโฮมสเตย์เป็นครั้งแรก ผลของทดสอบสมมติฐานจากการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจด้านกายภาพมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบ้านนุ ไทรโฮมสเตย์ ไม่มีความแตกต่างกันด้านเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ไม่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว

2. ความพึงพอใจด้านจิตใจมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวบ้านนุ ไทรโฮมสเตย์ ไม่รู้ความแตกต่างกันด้านเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ไม่มีอิทธิพลต่อ แรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว

3. ความพึงพอใจด้านอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวบ้านนุ ไทรโฮมสเตย์ ไม่มีความแตกต่างกันด้านเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ไม่มีไม่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว

นิคม ประเมโท (2543) ได้ศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าปัจจัยที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีเป็นลำดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาเป็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวต้องการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์โบราณคดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก รถนำเที่ยว ร้านอาหาร มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา สื่อสาร ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เช่นค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยวเหมาะสมกับราคา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและมีบริการนำเที่ยวให้เลือกมากมายตามลำดับ

พัฒนพงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) ได้วิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาโดยทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ ความงดงามของสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ร้อยละ 51.5 การมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ควรค่าแก่การสักการะ ร้อยละ 51 และให้ความสำคัญกับกิจกรรมเสริมด้านการท่องเที่ยวและ



ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง

นาถฤดี มณีเนตร (2548) ได้วิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติกลับมาเที่ยวที่เกาะสมุยซ้ำอีก โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุย จำนวน 398 คน ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติประทับใจในการมาท่องเที่ยวเกาะสมุย ได้แก่ ความเป็นมิตรมีน้ำใจ ความยิ้มแย้มแจ่มใสของคนไทยที่เกาะสมุย 26 % ,ธรรมชาติ ทัศนียภาพที่สวยงาม 22.4% , และอาหารอร่อย มีคุณภาพ มีความหลากหลาย 11% และปัญหาอุปสรรคที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับจากการท่องเที่ยวเกาะสมุยมากที่สุดคือ ความปลอดภัย

วรัญญา เทพวัลย์ (2550) ได้วิจัยปัจจัยสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ตัดสินใจเลือกมาดอยตุง จังหวัดเชียงราย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวดอยตุง มีอายุตั้งแต่ 15 – 60 ปี จำนวน 384 คน ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ปัจจัยสาเหตุในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวดอยตุงพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจมาเที่ยวดอยตุงนั้นเนื่องจากดอยตุงมีปัจจัยทางกายภาพที่พร้อม มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม มีความร่มรื่น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานอันได้แก่ ถนนหนทางที่กว้างขวาง มีน้ำ มีไฟฟ้า สาธารณูปโภคพร้อม ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย

2.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

McIntosh (1986) กล่าวไว้ว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ คือ (Burke and Resnick, 1991)

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การสันทนาการตามชายหาด การหย่อนใจ ด้วยการบันเทิง และสิ่งจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพ
2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่น เรื่องราวที่เกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะได้พบคนใหม่ๆ



4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation)

ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจการ ประชุม และการศึกษา เป็นต้น

Kim Lien (2010) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่ง การศึกษาออกเป็นสองส่วน คือการศึกษาส่วนของทฤษฎีแรงจูงใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองนาตรังประเทศเวียดนาม จำนวน 500 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ในการวัดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะประชากรศาสตร์ และจุดมุ่งหมายในการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง รวมไปถึงข้อเสนอแนะอื่นๆจากนักท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามถูกสร้างและพัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวเมืองนาตรัง ประเทศเวียดนาม เป็นวัยหนุ่มสาว อายุ เฉลี่ย 20 – 40 ปี ซึ่งมีพื้นฐานการศึกษาระดับ มหาวิทยาลัย / วิทยาลัย มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 54.494 เหรียญต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศอังกฤษ ยุโรป สแกนดิเนเวีย และ สหรัฐอเมริกา นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองนาตรัง ที่แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวยามราตรี รวมทั้ง ข้อเสนอแนะในทางบวก ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัจจัยมีค่าของข้อมูล คือ ร้อยละ 67 นั้นแสดงให้เห็น ว่า การใช้แรงจูงใจพื้นฐานเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งพบว่าลักษณะการใช้ชีวิต ในยามราตรีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเมืองนาตรัง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมา ท่องเที่ยวเมืองนาตรังมากกว่าลักษณะการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

Yoon และ Uysal (2005) ได้ทำการทดสอบอิทธิพลของแรงจูงใจและความพึงพอใจ บนจุดมุ่งหมายของความจงรักภักดีโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (A Structural of Model) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางตอนเหนือของ ประเทศไชปรัส ซึ่งเป็นเกาะหนึ่งในประเทศ เมดิเตอร์เรเนียนทางตอนใต้ของตุรกี เครื่องมือที่ใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวน 500 ชุด ซึ่งสร้างเป็นสองภาษา คือ ภาษาอังกฤษและภาษาตุรกี โดยการแจกแบบสอบถามกระจายไปยังนักท่องเที่ยวที่กำลังพักใน โรงแรมทางตอนเหนือของไชปรัส ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ และระยะเวลาในการท่องเที่ยวมีผลต่อความจงรักภักดีที่จะส่งผลให้ นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีก นอกจากนี้ยังพบว่าอิทธิพลของแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอก มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย



Cees Goossens (2000) ได้ศึกษาข้อมูลของนักท่องเที่ยวและความต้องการด้านแรงจูงใจ ซึ่งเจาะจงในเรื่องแรงจูงใจและอารมณ์ ความรู้สึก โดยมีจุดประสงค์เพื่อพิสูจน์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวกับความน่าตื่นเต้น อารมณ์ ความรู้สึก และความสนุก มากกว่า ปัจจัยด้านการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

Niemela (2010) ได้ศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานของขั้วของเมืองบูดาเปส ประเทศฮังการีซึ่งจุดประสงค์ของการศึกษานี้เพื่อเป็นการเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวที่มีความเชื่อเรื่องเร้นลับและปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ตัดสินใจเดินทางมายังพิพิธภัณฑสถานของขั้ว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี เป็นชาวยุโรปที่มาท่องเที่ยวในลักษณะเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 2 – 4 คน แทบจะไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียวเลย ซึ่งได้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกต่อของกลุ่มเพื่อน และปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังเมืองบูดาเปส คือ เพื่อมาเรียนรู้เกี่ยวกับลัทธินาซีหรือคอมมิวนิสต์

2.5 สรุป

ในบทนี้ ของงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะประกอบไปด้วยแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สาเหตุของการท่องเที่ยว ความสำคัญของการท่องเที่ยวและแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ สาเหตุของการเกิดแรงจูงใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวซึ่งจะมีปัจจัยอยู่ 6 ด้าน ได้แก่ ความปลอดภัย ความคุ้มค่าเงิน การคมนาคมและการขนส่ง ทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกและความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน บริบทพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ รวมไปถึงงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ น้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากร(Population) ที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (Convenience Sampling) หมายความว่า การที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยยึดหลักความสะดวกเป็นสำคัญ เช่น ผู้วิจัยอาจเลือกคนที่กำลังท่องเที่ยวขณะนั้นอยู่พอดีจึงนำแบบสอบถามมาสอบถาม เป็นต้น โดยการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane (1967) ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความผิดพลาดไม่เกิน 5% ดังนี้ (Yamane, 1967; Elementary Sampling Theory, USA: Prentice Hall)

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร



$E = 0.05$ ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

$$\text{แทนค่า } n = \frac{47680}{1 + 47680(0.05)^2}$$

$$n = 353$$

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเปิดตารางสำเร็จของ Yamane และกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลย้อนหลังจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวตั้งแต่ปี 2550 –ปี 2552 ในช่วงเดือนสิงหาคม- ตุลาคม (ฝ่ายระบบฐานข้อมูล ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ) มาหาค่าเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยว พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวจำนวนเฉลี่ย 47,680 คน หลังจากนั้นจึงนำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรดังกล่าวข้างต้น โดยจากการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane จะได้จำนวน 353 คนซึ่งเมื่อรวมกับการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก (Veal, 1997) จำนวน 40 คน ที่ทำการทดสอบ ณ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ จะทำให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 394 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็น 400 คน เพื่อให้สะดวกต่อการนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ทางสถิติและเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วย เพราะสามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรได้เพิ่มมากขึ้น

3.1.3 ตัวแปรและสมมติฐานในการวิจัย

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ความคุ้มค่าเงิน การคมนาคมและการขนส่งทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกและความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน

ตัวแปรตาม คือ การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

3.1.4 สมมติฐานในการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรบางประการต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกัน



3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งหมายถึง รูปแบบของคำถามเป็นชุดๆ ที่ได้ถูกรวบรวมไว้อย่างมีหลักเกณฑ์และเป็นระบบ เพื่อใช้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะวัดจากกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรเป้าหมายให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงทั้งในอดีต ปัจจุบันและการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต แบบสอบถามประกอบด้วยรายการคำถามที่สร้างอย่างประณีต เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือข้อเท็จจริง โดยส่งให้กลุ่มตัวอย่างตามความสมัครใจ (เกียรติสุดาศรีสุข, 2552; จินตนา ชนวิบูลย์ชัย, 2545; พิชิต ฤทธิจัญญ, 2544) การใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น การสร้างคำถามเป็นงานที่สำคัญสำหรับผู้วิจัย เพราะถ้าผู้วิจัยอาจไม่มีโอกาสได้พบปะกับผู้ตอบแบบสอบถามเพื่ออธิบายความหมายต่าง ๆ ของข้อคำถามที่ต้องการเก็บรวบรวม ที่ผู้วิจัยได้สร้างตามขึ้นตามความมุ่งหมาย กรอบแนวคิดที่ตั้งไว้ และจากการศึกษาค้นคว้าตัดแปลงจากหนังสือเอกสารต่างๆรวมทั้งแนวความคิดงานวิจัยที่ใกล้เคียงของผู้ที่ได้ทำวิจัยมาแล้ว โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน คำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเรื่องปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน ปัจจัยด้านการคมนาคมและการขนส่ง ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกณฑ์การให้คะแนนส่วนที่เป็นปัจจัยทางด้านต่างๆ ผู้วิจัยใช้มาตรวัดเจตคติของลิเคอร์ท (R.A. Likert) มี 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญ สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อคิดเห็นต่างๆที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

3.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.3.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล



3.3.2 จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย และสมมติฐานในการวิจัย

3.3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและความครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้แนะนำ

3.3.4 นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำแล้วมาดำเนินการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (Veal, 1997) จำนวน 40 คน ทำการทดสอบที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

3.3.5 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

3.3.6 ตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไข แบบสอบถาม แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้งแล้วนำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเพื่อประเมินค่าของแบบสอบถาม

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

3.4.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย

3.4.2 ขออนุญาตราชการจากคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ส่งไปยังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3.4.3 ดำเนินการแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยการกระจายการแจกแบบสอบถามในระยะเวลา 3 เดือนคือ วันที่ 1 เดือนสิงหาคม 2553 ถึงเดือนวันที่ 31 ตุลาคม 2553 ทั้งในวันหยุดเสาร์อาทิตย์และวันธรรมดา และนำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ประเมินผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง หลังจากตรวจสอบข้อมูลเพื่อความถูกต้องแล้ว จะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจัดเป็นระบบและหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และเขียนรายงานการวิจัยต่อไป



3.5 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลข้อมูล ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ มาตรวจความสมบูรณ์และความถูกต้องและให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2. จัดหมวดหมู่ข้อมูลและบันทึกคะแนน

3. นำแบบสอบถามในแต่ละข้อ มาตรวจให้คะแนนการตอบ 5 ระดับ ดังนี้

(บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

สำคัญมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน

สำคัญมาก กำหนดให้ 4 คะแนน

สำคัญ กำหนดให้ 3 คะแนน

สำคัญน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน

สำคัญน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน

4. นำคะแนนจากข้อ 3 ไปหาค่าเฉลี่ยพร้อมกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง สำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง สำคัญ

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง สำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำหลักเกณฑ์สถิติประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลข้อมูล ดังนี้

(บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)



2. วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรบางประการต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกันโดยใช้ Independent t-test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และใช้ F-test (One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป
4. เมื่อทดสอบผลรวมสมมติฐานมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)
5. ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการสรุปประเด็นนำมาแจกแจงความถี่ในแต่ละประเด็น แล้วนำเสนอด้วยการพรรณนาความ

3.6 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษาได้นำหลักสถิติมาประกอบการวิเคราะห์แบบสอบถามดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม
 - 1.1 หาค่าจำแนกในแต่ละด้านโดยใช้เทคนิค I – tem Total correlation โดยหาสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)
 - 1.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมและรายด้าน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-coefficient) ตามวิธีการของครอนบราค (Cronbach)
2. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน
 - 3.1 Independent T-test
 - 3.2 F-test (One-way ANOVA)

สรุป

งานวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยในเชิงปริมาณ และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sample) ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลจาก 3 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ ทดสอบภูมิ และข้อมูลจาก



แหล่งอื่น ๆ เพิ่มเติมจึงทำให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เนื่องจากข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนั้นจึงใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และสำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์แบบถดถอย (Regression Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย
\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
F	แทน สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาการแจกแจงแบบ F-distribution
t	แทน สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาการแจกแจงแบบ t-distribution
SS	แทน ผลรวมกำลังสอง (Sum of squares)
MS	แทน ค่ากำลังสองเฉลี่ย (Mean Squares)
df	แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
β	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
p-value	แทน ระดับนัยสำคัญ (Significance)
VIF	แทน ค่าทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระ (Variance Inflation Factors)
b	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
b_{SE}	แทน ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
$estSE$	แทน ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานเนื่องจากการวัด
R	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
AdjR ₂	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง



a	แทน ค่าคงที่ของสมการพหุคูณในรูปคะแนนดิบ
SUM	แทน คะแนนเฉลี่ยการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว
SAV	แทน คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านความปลอดภัย
MON	แทน คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านความคุ้มค่า
TRA	แทน คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง
ENV	แทน คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ
CON	แทน คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
LOV	แทน คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน

ลำดับขั้นตอนที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ผลการศึกษารื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนเรียงลำดับดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ประกอบด้วยเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรบางประการต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ประกอบด้วยเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่อไปนี้เป็นตารางรายงานผลการวิจัยที่แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ปรากฏผลดังตาราง 4.1



ตาราง 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย

ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	196	49.00
หญิง	204	51.00
รวม	400	100.00
2. อายุ		
15-24 ปี	175	43.8
25-34 ปี	153	38.2
35-44 ปี	51	12.8
45-54 ปี	10	2.5
55-64 ปี	4	1.0
65 ปีขึ้นไป	7	1.7
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	2	0.4
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	111	27.8
ปริญญาตรี	244	61.0
สูงกว่าปริญญาตรี	43	10.8
รวม	400	100.0
4. อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	76	19.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	10	2.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	79	19.8
พนักงานบริษัท	52	13.0
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	175	43.8
อาชีพอื่นๆ	8	2.0
รวม	400	100.0



ตาราง 4.1 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 6,500 บาท	152	38.0
6,500-12,000 บาท	83	20.8
12,001-20,000 บาท	55	13.8
20,000 บาทขึ้นไป	110	27.4
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51) รองลงมา เป็นเพศชาย (ร้อยละ 49) มีอายุระหว่าง 15-24 ปี (ร้อยละ 43.8) รองลงมาได้แก่อายุระหว่าง 25-34 ปี (ร้อยละ 38.2) มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61) รองลงมาได้แก่ระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า (ร้อยละ 27.8) ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา (ร้อยละ 43.8) รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย (ร้อยละ 19.8) และมีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท (ร้อยละ 38.0) รองลงมา มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป (ร้อยละ 27.4)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยใช้ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังตาราง 4.2



ตาราง 4.2 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านความปลอดภัย	4.02	1.01	มาก
2. ด้านความคุ้มค่าเงิน	3.49	0.98	ปานกลาง
3. ด้านการคมนาคมขนส่ง	3.50	0.95	ปานกลาง
4. ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.97	1.01	มาก
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.57	0.96	มาก
6. ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน	3.60	1.20	มาก
โดยรวม	3.69	1.00	มาก

จากตาราง 4.2 พบว่าปัจจัยโดยรวมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ มีความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามี 2 ด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านความคุ้มค่าเงิน และ ด้านการคมนาคมขนส่ง ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก



ตาราง 4.3 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความปลอดภัย

ปัจจัยด้านความปลอดภัย	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย	3.94	1.08	มาก
2. อุทยานมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ความปลอดภัย ต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.18	1.02	มาก
3. อุทยานมีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	4.05	1.06	มาก
4. มีเจ้าหน้าที่ให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	3.84	1.18	มาก
โดยรวม	4.02	1.01	มาก

จากตาราง 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด รองลงมาคือ การมีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว มีความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และ มีเจ้าหน้าที่ให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง ตามลำดับ



ตาราง 4.4 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว
จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความคุ้มค่าเงิน

ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ราคาที่พักเหมาะสม	4.10	0.99	มาก
2. ราคาอาหารเหมาะสม	3.47	1.03	ปานกลาง
3. ค่าเข้าชมอุทยานราคาเหมาะสม	3.41	0.99	ปานกลาง
4. ของที่ระลึกราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่ง ท่องเที่ยวอื่นๆ	3.04	1.03	ปานกลาง
5. ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมเหมาะสม	3.38	1.14	ปานกลาง
โดยรวม	3.49	0.98	ปานกลาง

จากตาราง 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อราคาที่พักเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือ ราคาอาหารเหมาะสม ค่าเข้าชมอุทยานราคาเหมาะสม ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมเหมาะสม และ ของที่ระลึกราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ตามลำดับ



ตาราง 4.5 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว
จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการคมนาคมขนส่ง

ปัจจัยด้านการคมนาคมและการขนส่ง	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. มียานพาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้ตลอดเวลา	3.54	0.99	มาก
2. มีถนนที่มีสภาพดีเข้าสู่อุทยาน	3.61	0.96	มาก
3. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก	3.55	1.00	มาก
4. มีถนนเชื่อมเข้าสู่อุทยานหลายทาง	3.26	1.01	ปานกลาง
โดยรวม	3.50	0.95	ปานกลาง

จากตาราง 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อถนนที่มีสภาพดีเข้าสู่อุทยานมากที่สุด รองลงมา คือ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก มียานพาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้ตลอดเวลา และ มีถนนเชื่อมเข้าสู่อุทยานหลายทาง ตามลำดับ

ตาราง 4.6 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว
จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านทรัพยากรธรรมชาติ

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. แหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะสวยงามเป็นธรรมชาติ	4.13	1.04	มาก
2. ลักษณะภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว	4.05	0.98	มาก
3. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.95	1.03	มาก
4. ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว	3.83	1.09	มาก
5. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	3.81	1.13	มาก
โดยรวม	3.97	1.01	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะสวยงามเป็นธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือ ลักษณะภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว



ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตาราง 4.7 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ที่พักมีบริการหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ	3.50	0.98	มาก
2. ห้องสุขามีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.62	1.05	มาก
3. ร้านอาหารมีหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.46	0.99	ปานกลาง
4. มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเหมาะสม เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา	3.85	0.99	มาก
5. มีร้านขายของที่ระลึก ของชำ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอ	3.38	1.00	ปานกลาง
6. สถานที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.54	1.02	มาก
โดยรวม	3.57	0.96	มาก

จากตาราง 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการมีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเหมาะสม เช่น ไฟฟ้า น้ำประปามากที่สุด รองลงมา คือ ห้องสุขามีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีสถานที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่พักมีบริการหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ ร้านอาหารมีหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และมีร้านขายของที่ระลึก ของชำ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอ ตามลำดับ



ตาราง 4.8 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน

ปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้านและการต้อนรับ	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ความเป็นมิตรมีน้ำใจจากเจ้าหน้าที่อุทยานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น การต้อนรับที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.55	1.22	มาก
2. ความเป็นมิตรมีน้ำใจจากพ่อค้า แม่ค้า และชาวบ้าน	3.33	1.19	ปานกลาง
3. เจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา	3.66	1.26	มาก
4. เจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆอย่างรวดเร็ว	3.80	1.27	มาก
โดยรวม	3.6	1.2	มาก

จากตาราง 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการมีเจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็วมากที่สุด รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา ความเป็นมิตรมีน้ำใจจากเจ้าหน้าที่อุทยานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น การต้อนรับที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และ ความเป็นมิตรมีน้ำใจจากพ่อค้า แม่ค้า และชาวบ้าน ตามลำดับ



ตอนที่ 3 เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรบางประการต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว แตกต่างกัน

3.1 เพศ

ตาราง 4.9 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีเพศแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว	เพศ				t	F
	ชาย		หญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	4.01 ¹	1.05	4.00 ¹	1.08	0.14	0.89
ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน	3.49 ²	0.99	3.47 ²	1.01	0.21	0.83
ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง	3.50 ²	0.98	3.49 ²	0.96	0.07	0.94
ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.97 ¹	1.03	3.95 ¹	1.04	0.17	0.87
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.58 ¹	0.98	3.54 ¹	0.98	0.37	0.71
ปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน	3.60 ¹	1.20	3.58 ¹	1.23	0.11	0.91

¹ หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

² หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

จากตาราง 4.9 นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศชาย และ เพศหญิง มีความเห็นว่าปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว อยู่ในระดับสำคัญมาก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน และ ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ในระดับปานกลาง โดยเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($P > 0.05$)



3.2 อายุ

ตาราง 4.10 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุแตกต่างกัน

รวมปัจจัย ทั้ง 6 ด้าน	อายุ	\bar{x}	S.D.	F	P
ด้านความปลอดภัย	15-24 ปี	3.65 ²	1.03	9.23	0.00*
	25-34 ปี	4.21 ²	1.10		
	35-44 ปี	4.44 ²	0.71		
	45-54 ปี	4.47 ²	0.65		
	55-64 ปี	3.25 ³	0.57		
	65 ปีขึ้นไป	4.78 ¹	0.36		
ด้านความคุ้มค่าเงิน	15-24 ปี	3.12 ³	0.90	10.56	0.00*
	25-34 ปี	3.74 ²	1.06		
	35-44 ปี	3.89 ²	0.80		
	45-54 ปี	3.62 ²	0.50		
	55-64 ปี	2.75 ³	0.53		
	65 ปีขึ้นไป	4.05 ³	0.25		
ด้านการคมนาคมขนส่ง	15-24 ปี	3.18 ³	0.89	8.20	0.00*
	25-34 ปี	3.71 ²	1.03		
	35-44 ปี	3.87 ²	0.83		
	45-54 ปี	3.60 ²	0.52		
	55-64 ปี	2.87 ³	0.14		
	65 ปีขึ้นไป	3.93 ²	0.12		
ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ	15-24 ปี	3.59 ²	0.97	10.52	0.00*
	25-34 ปี	4.19 ²	1.09		
	35-44 ปี	4.42 ²	0.69		
	45-54 ปี	4.28 ²	0.72		
	55-64 ปี	3.30 ³	0.35		
	65 ปีขึ้นไป	4.77 ¹	0.39		



ตาราง 4.10 (ต่อ)

รวมปัจจัย ทั้ง 6 ด้าน	อายุ	\bar{x}	S.D.	F	P
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	15-24 ปี	3.25 ³	0.90	8.08	0.00*
	25-34 ปี	3.79 ²	1.05		
	35-44 ปี	3.94 ²	0.82		
	45-54 ปี	3.65 ²	0.45		
	55-64 ปี	3.00 ³	0.19		
	65 ปีขึ้นไป	4.05 ²	0.21		
ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน	15-24 ปี	3.18 ³	1.13	9.57	0.00*
	25-34 ปี	3.87 ²	1.29		
	35-44 ปี	4.10 ²	0.88		
	45-54 ปี	3.80 ²	0.59		
	55-64 ปี	2.62 ³	0.72		
	65 ปีขึ้นไป	4.32 ²	0.51		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

¹ หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

² หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

³ หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

จากตาราง 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มอายุ 15-24 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านความปลอดภัย และด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ อยู่ในระดับสำคัญมาก (\bar{x} = 3.59-3.65) ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.12-3.18)

กลุ่มอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 35-44 ปี และกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับสำคัญมาก (\bar{x} = 3.71-4.47)

กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 2.62-3.25)



กลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยและด้านทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด (\bar{x} = 4.71-4.78) ด้านความคุ้มค่าเงินด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{x} = 3.93-4.32)

โดยกลุ่มอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกัน ($P < 0.05$) จึงมีการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe ดังตาราง 4.11-4.16

ตาราง 4.11 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	\bar{x}	55-64 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	65 ปีขึ้นไป
		3.52	3.65	4.21	4.44	4.48	4.78
55-64 ปี	3.52	-	.987	.618	.399	.522	.320
15-24 ปี	3.65		-	.000*	.000*	.280	.133
25-34 ปี	4.21			-	.854	.986	.827
35-44 ปี	4.44				-	1.00	.982
45-54 ปี	4.48					-	.996

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.11 พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และกลุ่มอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่ากลุ่มอายุ 15-24 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงินจําแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ	\bar{x}	55-64 ปี	15-24 ปี	45-54 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	65 ปีขึ้นไป
		55-64 ปี	2.75	-	.988	.785	.508
15-24 ปี	3.12		-	.743	.000*	.000*	.243
45-54 ปี	3.62			-	1.00	.983	.971
25-34 ปี	3.74				-	.963	.979
35-44 ปี	3.89					-	.999

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.12 พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และกลุ่มอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว มากกว่ากลุ่มอายุ 15-24 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.13 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคมนาคม
ขนส่งจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ		55-64 ปี	15-24 ปี	45-54 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	65 ปีขึ้นไป
	\bar{x}	2.88	3.18	3.60	3.71	3.88	3.93
55-64 ปี	2.88	-	.995	.882	.669	.501	.654
15-24 ปี	3.18		-	.856	.000*	.001*	.494
45-54 ปี	3.60			-	1.00	.980	.991
25-34 ปี	3.71				-	.945	.996
35-44 ปี	3.88					-	1.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.13 พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 35-44 ปีและกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่งต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่ากลุ่มอายุ 15-24 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ		55-64 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	45-54 ปี	35-44 ปี	65 ปีขึ้นไป
	\bar{x}	3.30	3.59	4.19	4.28	4.42	4.77
55-64 ปี	3.30	-	.997	.664	.718	.436	.329
15-24 ปี	3.59		-	.000*	.448	.000*	.081
25-34 ปี	4.19			-	1.00	.838	.792
45-54 ปี	4.28				-	.999	.959
35-44 ปี	4.42					-	.976

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.14 พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว มากกว่ากลุ่มอายุ 15-24 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ		55-64 ปี	15-24 ปี	45-54 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	65 ปีขึ้นไป
	\bar{x}	3.00	3.25	3.65	3.79	3.94	4.05
55-64 ปี	3.00	-	.998	.927	.740	.588	.672
15-24 ปี	3.25		-	.881	.000*	.001*	.426
45-54 ปี	3.65			-	.999	.976	.980
25-34 ปี	3.79				-	.958	.991
35-44 ปี	3.94					-	1.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.15 พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว มากกว่ากลุ่มอายุ 15-24 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

อายุ		55-64 ปี	15-24 ปี	45-54 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	65 ปีขึ้นไป
	\bar{x}	2.62	3.17	3.80	3.87	4.09	4.32
55-64 ปี	2.62	-	.970	.703	.470	.301	.356
15-24 ปี	3.17		-	.733	.000*	.000*	.248
45-54 ปี	3.80			-	1.00	.990	.974
25-34 ปี	3.87				-	.916	.961
35-44 ปี	4.09					-	.999

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.16 พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว มากกว่ากลุ่มอายุ 15-24 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



3.3 อาชีพ

ตาราง 4.17 การเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกัน

ปัจจัย ทั้ง 6 ด้าน	อาชีพ	\bar{x}	S.D.	F	P
ด้านความปลอดภัย	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.35 ²	.91	7.54	.00*
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.17 ²	.88		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.15 ²	4.15		
	พนักงานบริษัท	4.38 ²	4.38		
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.67 ²	3.67		
	อาชีพอื่นๆ	3.56 ²	3.56		
ด้านความคุ้มค่าเงิน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.79 ²	.89	9.54	.00*
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.72 ²	1.02		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.60 ²	1.03		
	พนักงานบริษัท	3.96 ²	1.04		
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.67 ²	.99		
	อาชีพอื่นๆ	3.12 ³	1.18		
ด้านการคมนาคมขนส่ง	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.77 ²	.89	7.97	.00*
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.70 ²	.83		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.58 ²	.98		
	พนักงานบริษัท	3.94 ²	1.04		
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.20 ³	.85		
	อาชีพอื่นๆ	3.09 ³	1.28		



ตาราง 4.17 (ต่อ)

ปัจจัย ทั้ง 6 ด้าน	อาชีพ	\bar{x}	S.D.	F	P
ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.32 ²	.92	8.64	.00*
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.16 ²	.82		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.12 ²	1.12		
	พนักงานบริษัท	4.33 ²	1.04		
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.61 ²	.93		
	อาชีพอื่นๆ	3.65 ²	.98		
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.83 ²	.89	8.64	.00*
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.81 ²	.84		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.66 ²	1.02		
	พนักงานบริษัท	4.02 ²	1.03		
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.27 ³	.87		
	อาชีพอื่นๆ	3.08 ³	1.29		
ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.99 ²	1.04	9.05	.00*
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.80 ²	1.19		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.74 ²	1.33		
	พนักงานบริษัท	4.13 ²	1.09		
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3.19 ³	1.11		
	อาชีพอื่นๆ	3.03 ³	1.44		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

¹ หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

² หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

³ หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

จากตาราง 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับสำคัญมาก (\bar{x} = 3.77-4.35)



อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.70-4.17$)

อาชีพพนักงานบริษัท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.58-4.38$)

อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.61-3.67$) ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.19-3.27$)

อาชีพอาชีพอื่นๆ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.56-3.65$) ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.03-3.12$)

โดยกลุ่มอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทาง มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P < 0.05$) จึงมีการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Scheffe ดังตาราง 18-23



ตาราง 4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยด้านความปลอดภัยจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

อาชีพ		อาชีพอื่นๆ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วน/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท
	\bar{x}	3.56	3.67	4.15	4.17	4.35	4.38
อาชีพอื่นๆ	3.56	-	1.00	.783	.901	.498	.480
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.67		-	.037*	.813	.000*	.002*
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	4.15			-	1.00	.914	.902
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.17				-	.998	.996
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.35					-	1.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.18 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาตินี้มากกว่าที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
ด้านความคุ้มค่าเงินจําแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	อาชีพอื่นๆ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วน/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท
		อาชีพอื่นๆ	3.12	-	1.00	.872	.881
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.14		-	.027*	.619	.000*	.000*
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	3.60			-	1.00	.896	.445
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.72				-	1.00	.989
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.79					-	.958

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.19 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มอาชีพอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
กลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัย
ด้านความคุ้มค่าเงิน ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาตินี้มากกว่ากลุ่มนักเรียน/นิสิต/
นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

อาชีพ		อาชีพอื่นๆ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วน/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท
	\bar{x}	3.09	3.20	3.58	3.70	3.77	3.94
อาชีพอื่นๆ	3.09	-	1.00	.839	.862	.561	.320
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.20		-	.091	.738	.001*	.000*
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	3.58			-	1.00	.902	.456
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.70				-	1.00	.988
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.77					-	.958

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.20 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มอาชีพอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ
กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง ต่อการเดินทางมา
ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่ากลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .05



ตาราง 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	อาชีพ อื่นๆ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท
			3.61	3.65	4.12	4.16	4.32
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.61	-	1.00	.014*	.715	.000*	.001*
อาชีพอื่นๆ	3.65		-	.893	.946	.634	.642
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	4.12			-	1.00	.887	.911
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.16				-	.998	.998
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.32					-	1.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.21 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายและกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่ากลุ่มอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

อาชีพ		อาชีพอื่นๆ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท
	\bar{x}	3.08	3.27	3.66	3.81	3.83	4.02
อาชีพอื่นๆ	3.08	-	.998	.738	.743	.461	.227
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.27		-	.097	.668	.002*	.000*
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	3.66			-	.999	.000	.995
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.81				-	.929	.458
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.83					-	.942

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.22 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่ากลุ่มอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ

อาชีพ		อาชีพอื่นๆ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท
	\bar{x}	3.03	3.19	3.74	3.80	3.99	4.13
อาชีพอื่นๆ	3.03	-	1.00	.731	.852	.409	.277
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.19		-	.030*	.760	.000*	.000*
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	3.74			-	1.00	.873	.617
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.80				-	.998	.983
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.99					-	.994

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.23 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



3.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตาราง 4.24 การเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกัน

ปัจจัย ทั้ง 6 ด้าน	รายได้	\bar{X}	S.D.	F	P
ด้านความปลอดภัย	ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.68 ²	.99	18.49	.00*
	6,500 – 12,000 บาท	3.71 ²	1.24		
	12,001– 20,000 บาท	4.57 ¹	.61		
	20,001 บาทขึ้นไป	4.37 ²	.94		
ด้านความคุ้มค่าเงิน	ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.17 ³	.90	20.14	.00*
	6,500 – 12,000 บาท	3.20 ³	1.11		
	12,001– 20,000 บาท	4.11 ²	.80		
	20,001 บาทขึ้นไป	3.78 ²	.86		
ด้านการคมนาคมขนส่ง	ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.21 ³	.86	18.13	.00*
	6,500 – 12,000 บาท	3.25 ³	1.13		
	12,001– 20,000 บาท	4.12 ²	.74		
	20,001 บาทขึ้นไป	3.74 ²	.84		
ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ	ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.62 ²	.92	20.95	.00*
	6,500 – 12,000 บาท	3.66 ²	1.22		
	12,001– 20,000 บาท	4.54 ¹	.64		
	20,001 บาทขึ้นไป	4.33 ²	.91		
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.29 ³	.88	18.53	.00*
	6,500 – 12,000 บาท	3.28 ³	1.14		
	12,001– 20,000 บาท	4.20 ²	.73		
	20,001 บาทขึ้นไป	3.81 ²	.84		



ตาราง 4.24 (ต่อ)

ปัจจัย ทั้ง 6 ด้าน	รายได้	\bar{x}	S.D.	F	P
ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน	ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.19 ³	1.14	19.86	.00*
	6,500 – 12,000 บาท	3.31 ³	1.28		
	12,001– 20,000 บาท	4.34 ²	.84		
	20,001 บาทขึ้นไป	3.96 ²	1.10		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

¹ หมายถึง สำคัญมากที่สุด

² หมายถึง สำคัญมาก

³ หมายถึง สำคัญ

จากตาราง 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.62-3.68$) ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.17-3.29$)

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,500 – 12,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.66-3.71$) ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.20-3.31$)

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001– 20,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.54-4.57$) ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 4.11-4.34$)

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.74-4.37$)



โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P < 0.05$) จึงมีการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe ดังตาราง 29-34

ตาราง 4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า	6,501 –	20,001	12,001–
		6,500 บาท	12,000 บาท	บาทขึ้นไป	20,000 บาท
		3.68	3.71	4.57	4.37
ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.68	-	.999	.000*	.000*
6,501 – 12,000 บาท	3.71		-	.000*	.000*
20,001 บาทขึ้นไป	4.37			-	.665

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.25 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001– 20,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,501 – 12,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า 6,500	6,501 –	20,001 บาท	12,001–
		บาท	12,000 บาท	ขึ้นไป	20,000 บาท
		3.17	3.20	3.78	4.11
ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.17	-	.996	.000*	.000*
6,501 – 12,000 บาท	3.20		-	.001*	.000*
20,001 บาทขึ้นไป	3.78			-	.190

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.26 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001– 20,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาตินี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,501 – 12,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า 6,500	6,501 –	20,001 บาท	12,001–
		บาท	12,000 บาท	ขึ้นไป	20,000 บาท
		3.21	3.25	3.74	4.12
ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.21	-	.996	.000*	.000*
6,501 – 12,000 บาท	3.25		-	.003*	.000*
20,001 บาทขึ้นไป	3.74			-	.096

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.27 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001– 20,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,501 – 12,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.28 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า 6,500 บาท	6,501 – 12,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	12,001– 20,000 บาท
			3.62	3.66	4.33
ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.62	-	.992	.000*	.000*
6,501 – 12,000 บาท	3.66		-	.000*	.000*
20,001 บาทขึ้นไป	4.33			-	.637

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.28 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001– 20,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาทและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,500 – 12,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้าน
สิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	\bar{x}	6,501 –	ต่ำกว่า 6,500	20,001 บาท	12,001–
		12,000 บาท	บาท	ขึ้นไป	20,000 บาท
		3.28	3.29	3.81	4.20
6,501 – 12,000 บาท	3.28	-	1.00	.002*	.000*
ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.29		-	.000*	.000*
20,001 บาทขึ้นไป	3.81			-	.088

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.29 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001– 20,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ต่อการเดินทาง มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,501 – 12,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า 6,500 บาท	6,501 – 12,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	12,001– 20,000 บาท
		3.19	3.19	3.31	3.96
ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.19	-	.883	.000*	.000*
6,501 – 12,000 บาท	3.31		-	.002*	.000*
20,001 บาทขึ้นไป	3.96			-	.261

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.30 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001– 20,000 บาทและ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,501 – 12,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความปลอดภัย ความคุ้มค่าเงิน การคมนาคมขนส่ง ทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก และความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน กับ การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวไทย

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์



ตาราง 4.31 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความปลอดภัย ความคุ้มค่า การคมนาคมขนส่ง ทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก และความมีน้ำใจของเจ้าบ้านกับการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตัวแปร	SUM	SAV	MON	TRA	ENV	CON	LOV
\bar{x}	3.69	4.02	3.49	3.50	3.97	3.57	3.60
S.D.	1.00	1.01	0.98	0.95	1.01	0.96	1.20
SUM		.982*	.989*	.980*	.983*	.985*	.986*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.31 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระปัจจัยในแต่ละด้าน พบว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง 0.982-0.986 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว โดยรวม (SUM) ได้ดังนี้

$$\text{SUM} = 0.014 + 0.184\text{SAV} + 0.216\text{MON} + 0.276\text{TRA} + 0.152\text{ENV} + 0.167\text{CON} + 0.170\text{LOV}$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว โดยรวม (SUM) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 18.594$; $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($AdjR^2$) เท่ากับ 0.979 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระปัจจัยในแต่ละด้านกับการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว โดยรวม (SUM) ปรากฏผลดังตาราง 4.32



ตาราง 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวจังหวัดเพชรบูรณ์โดยรวม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัย ทั้ง 6 ด้าน	การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ น้ำหนาว		t	p
	สัมประสิทธิ์การ ถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.014	0.005	2.656	0.000*
ด้านความปลอดภัย (SAV)	0.184	0.015	33.198	0.000*
ด้านความคุ้มค่าเงิน (MON)	0.216	0.027	26.155	0.000*
ด้านการคมนาคมขนส่ง (TRA)	0.276	0.005	52.191	0.000*
ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ (ENV)	0.152	0.008	37.547	0.000*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (CON)	0.167	0.005	22.685	0.000*
ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน(LOV)	0.170	0.007	28.577	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.32 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย (SAV) ความคุ้มค่าเงิน (MON) การคมนาคมขนส่ง (TRA) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (ENV) สิ่งอำนวยความสะดวก (CON) และความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน (LOV) มีความสัมพันธ์กับการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวจังหวัดเพชรบูรณ์ (SUM) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ($P < 0.05$)

สรุป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท ด้านปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ส่วนปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน ผลการวิจัยดังกล่าวทำให้ทราบว่าในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความปลอดภัยยังคงเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพล



ต่อการเดินทางท่องเที่ยวเสมอซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่มีการศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของกัมพันธ์พิตา ศรีสมพงษ์ (2551) ที่ได้กล่าวว่าความปลอดภัยนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการ และเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว นั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สมมาตร (2541) ที่พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเล ในจังหวัดเพชรบุรี ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ รวมทั้งการเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ น้ำหนาวทั้ง 6 ด้าน ผู้วิจัยจะได้ทำการสรุปพร้อมทั้งอภิปรายอย่างละเอียดในบทที่ 5 ต่อไป



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ศึกษาวิจัยมีประเด็นสำคัญในการนำเสนอ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

5.1 ความมุ่งหมายของการวิจัย

5.1.1 ความมุ่งหมายหลักของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายหลักของการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5.1.2 ความมุ่งหมายเฉพาะ

เพื่อให้งานวิจัยดำเนินตามความมุ่งหมายหลักของงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของงานวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีต่อการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรบางประการต่างกัน
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางพัฒนาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ได้



5.2 สรุปผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สรุปผลได้ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 204 คน (ร้อยละ 51.0) ในจำนวนนี้มีอายุระหว่าง 15-24 ปี จำนวน 175 คน (ร้อยละ 43.8) ที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมาก ระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 244 คน (ร้อยละ 61.0) อาชีพ ส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 175 คน (ร้อยละ 43.8) รายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีรายได้ ต่ำกว่า 6,500 บาท จำนวน 152 คน (ร้อยละ 38.0)

5.2.2 การเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีลักษณะทางประชากร บางประการแตกต่างกัน 6 ด้าน ในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า

5.2.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

5.2.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 25-34 ปี อายุ 35-44 ปี อายุ 45-54 ปี ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 6 ด้าน มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 15-24 ปี อายุ 55-64 ปี และอายุ 65 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2.2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทย อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ประกอบธุรกิจ/ค้าขายและพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 6 ด้าน มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษาและอาชีพอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2.2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ตั้งแต่ 12,001 - 20,000 บาทต่อเดือน และ 20,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 6 ด้าน มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาทต่อเดือนและมีรายได้ตั้งแต่ 6,501 - 12,000 บาทต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



5.3 อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.3.1 ผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการท่องเที่ยวโดยรวมและ 4 ด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มี 2 ด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านความคุ้มค่าเงิน และ ด้านการคมนาคมขนส่ง เพราะ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มุ่งหวังที่จะมาพักผ่อนและสัมผัสกับความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตน จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน และการคมนาคมขนส่ง อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวัง ต้องการที่จะมาพักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติสวยงาม ซึ่งในขณะเดียวกันก็ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว ความปลอดภัยทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สินของตัวเอง รวมไปถึงความมีน้ำใจของเจ้าหน้าที่และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั้ง 4 ด้านนี้อยู่ในระดับสำคัญมาก

5.3.2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และกลุ่มอายุ 35-44 ปี ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 6 ด้าน มากกว่ากลุ่มอายุ 15-24 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าช่วงอายุเหล่านี้เป็นช่วงอายุในวัยทำงาน มีเงินเดือน รายได้สูงมีเวลาพักผ่อนท่องเที่ยวน้อยและมุ่งหวังตั้งใจที่จะมาพักผ่อนแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองจริงๆ ซึ่งสอดคล้องกับ ประสพพร พุ่มพวง (2545 : 75-77) พบว่าประชาชนมีอายุต่างกัน มีการพิจารณาการใช้ปัจจัยโดยรวมต่างกัน และ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 6 ด้านมากกว่ากลุ่มอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และมี 3 ด้านที่กลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา คือ ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่งและความปลอดภัยซึ่งอาจเป็นเพราะว่า กลุ่มอาชีพดังกล่าวยังอยู่ในช่วงวัยรุ่นหนุ่มสาว อยากรู้ อยากเห็นสิ่งแปลกใหม่ ชอบการท่องเที่ยว



ตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ซึ่งมีเวลาเพียงพอและมีความสนใจในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสพพร พุ่มพวง (2547 : 76) พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแตกต่างกัน และด้านรายได้พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,001– 20,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,501 – 12,000 บาท ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า รายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน เช่น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงอาจมีภาระหน้าที่ในการทำงานมากกว่ากลุ่มอาชีพที่มีรายได้ต่ำกว่า ทำให้มีเวลาว่างในการพักผ่อนท่องเที่ยวน้อย ต้องการความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวและสัมผัสความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง ซึ่งต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ อาจมีเวลาพักผ่อนท่องเที่ยวมาก จึงนิยมเดินทางและสำรวจแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยตนเอง โดยไม่สนใจว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือไม่ และมักจดจำสิ่งที่ตนเองได้พบเห็น เพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542 : 112) โดยพบว่าระดับรายได้ต่างกันได้มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างกัน และ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของประสพพร พุ่มพวง (2547 : 76) พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแตกต่างกัน

5.3.3 ปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ส่งผลต่อการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ได้แก่ ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง และเมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวก็จะส่งผลให้เกิดปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้ปรากฏขึ้น ทำให้การไปมาติดต่อกันระหว่างสถานที่ต่าง ๆ กระทำได้โดยสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวให้ความสำคัญมากกับการมีถนนสภาพดีเข้าสู่ตัวอุทยานฯ เพื่อเป็นการลดเวลาในการเดินทาง และหากดูจากลักษณะทางกายภาพของอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จะพบว่าอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว เป็นอุทยานที่ตั้งอยู่ระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งได้มีการพัฒนาการคมนาคมตัดผ่านอุทยานแห่งชาติเพื่อเป็นเส้นทางในการคมนาคมเชื่อมต่อกันระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคเหนือ จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวได้สะดวกสบายยิ่งขึ้น ดังนั้นปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่งจึงเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์อีกปัจจัยหนึ่งด้วย นอกจากนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของสลักฤทัย เตียวตระกูล (2539 : 110) พบว่า



นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระบบการคมนาคมขนส่ง ทั้งในเมืองและนอกเมืองและ สอดคล้องกับงานวิจัยของคู่ย ชุมสาย และณิธิ พรหมโยธี (2527) ที่กล่าวว่าคมนาคมทางบก มีความสำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีถนนและทางหลวงซึ่งมีโครงข่ายติดต่อกว้างขวาง ซึ่งทำให้รถยนต์เป็นพาหนะที่สามารถบรรทุกผู้โดยสารไปไหนต่อไหนได้ทั่วถึง สะดวก ค่าใช้จ่ายถูก อย่างไรก็ตาม อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวไม่ได้เป็นอุทยานที่รัฐบาลมีนโยบายในการพัฒนา เพื่อที่จะ ดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นหลักเหมือนกับแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้หรือภาคเหนือ ดังนั้น จึงทำให้ ราคาค่าในการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆบนพื้นที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว มีราคา ที่ไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวจากภาคใต้และภาคเหนือดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยว ชาวไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญต่อปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงินในระดับปานกลาง ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการวิจัยของประสิทธิ์ อังพิสิฐ (2548 : 60-61) พบว่านักท่องเที่ยว ชาวไทยให้ความสำคัญระดับปานกลางด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับงานวิจัย ของศศิธร สามาน (2545:136-139) พบว่านักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญเรื่อง ความคุ้มค่าเงิน ในการซื้อบริการทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับปัจจัยด้านความปลอดภัยเป็นอีกปัจจัย ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านอื่น ซึ่งหากพิจารณา สถานที่ในการท่องเที่ยวบนอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ แล้วพบว่า เป็นอุทยานฯ ที่มีลักษณะที่เป็นป่าอุดมสมบูรณ์ มีพื้นที่กว้างขวาง มีสัตว์ป่ามากมายหลายชนิด เมื่อพิจารณาบริเวณ ที่พักของนักท่องเที่ยวซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ค่อนข้างห่างจากศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอุทยานค่อนข้างที่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความปลอดภัยมาเป็น อันดับแรก ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพจน์พิดา ศรีสมพงษ์ (2551) ที่ได้กล่าวว่าความปลอดภัยนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการ และเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและสอดคล้องกับเอกสารจากกองวิชาการและการฝึก การอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ที่ได้กล่าวว่าความปลอดภัยเป็นปัจจัยอย่างหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา สมมาตร (2541 : 120) ที่พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดเพชรบุรีปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงินที่นักท่องเที่ยว จะต้องใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยยังให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน อยู่ในระดับสำคัญมาก ทั้งนี้เนื่องจากความมีน้ำใจรวมไปถึงการต้อนรับ นักท่องเที่ยวของประชาชนแต่ละพื้นที่ย่อมแตกต่างกันออกไป การต้อนรับเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม ความประทับใจที่เขาได้รับ เกิดจากการต้อนรับ ของประชาชนที่บริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นพื้นที่ใดเป็น



แหล่งท่องเที่ยวต้องตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าวด้วย แหล่งท่องเที่ยวอาจทำให้ประชาชนในท้องถิ่นเกิดเจตคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยวได้หลายประการ และเน้นให้เห็นว่างานบริการมีลักษณะพิเศษ ซึ่งต้องใช้แรงงานคนที่มีคุณภาพอ่อนน้อม ซื่อสัตย์ รวดเร็ว ว่องไว บุคลิกดี และมีจิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อผู้อื่นพร้อมจะรับใช้บุคคลอื่นตลอดเวลา โดยมีได้คิดค่าตอบแทนเป็นหลักสำคัญ ซึ่งการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีแก่กันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านหรือเจ้าหน้าที เกิดการทำความรู้จักและเข้าใจกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนิคม จารุมณี (2544) หนังสือพิมพ์ข่าวสด (2551) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (2548) และนิสา ชัชกุล (2542) ที่แสดงให้เห็นได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวหรือประชากรในประเทศเดียวกันได้พบปะทำความรู้จักกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ผลก็คือการเกิดความสัมพันธ์อันดีของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็เหมือนกัน ถ้าเจ้าบ้านแสดงออกซึ่งความมีน้ำใจ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ก็จะเป็นสิ่งช่วยเสริมสร้างความเข้ามิตราภภาพนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคงซึ่งเป็นการช่วยจรโลงสันติภาพของโลกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาถฤดี มณีเนตร (2548) พบว่า ความเป็นมิตร มีน้ำใจ ความยิ้มแย้มแจ่มใสของคนทีเกาะสมุยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวทีเกาะสมุยอีกและ นิสา ชัชกุล (2542) ที่กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดี ด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน สำหรับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ก็ยังเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบาย ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางห่างไกลจากบ้านมาท่องเที่ยวยังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวก็ย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่าง เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น ปัจจัยพื้นฐาน ในด้านการท่องเที่ยว ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ในแหล่งท่องเที่ยวความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะทำให้เกิดความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว และเพื่อให้เกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ท้องถิ่นเกิดการพัฒนาและส่งผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นและเป็นการสร้างความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆอีกด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคม จารุมณี (2544) และนิสา ชัชกุล (2542) ที่กล่าวในลักษณะเดียวกันว่า เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่งไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค้ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้นๆ เช่นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งก็จะต้องมีผู้ลงทุนในหลายๆลักษณะ โดยอาจจะเป็นโรงแรม ภัตตาคารร้านค้า ร้านอาหารซึ่งเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่น เหล่านั้น ประกอบกับพื้นที่อุทยานล้อมรอบไปด้วยป่าไม้และยังคงความเป็นธรรมชาติไว้มากดังนั้นการที่จะสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นจึงอาจจะส่งผลกระทบต่อ



ต่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวได้ เช่น การมีห้องสุขาไว้บริการหรือการมีที่จอดรถให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ เพราะหากสร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาเยอะเกินไปก็อาจจะกระทบกับสิ่งแวดล้อมของอุทยานฯ ได้แต่หากสร้างขึ้นมาหน่อยก็จะส่งผลต่อสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทายาท กิตติกุล (2540 : 81) เกี่ยวกับบุคลิกภาพและพบว่าคนไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบความสะดวกสบาย มากกว่าการท่องเที่ยวที่โลดโผน ผจญภัย ดังนั้นลักษณะสินค้าทางการท่องเที่ยวที่คนไทยชื่นชอบและตัดสินใจซื้อได้ง่ายนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ที่มีความสะดวกสบาย และไม่ยุ่งยากในการบริโภค อย่างไรก็ตาม อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ถือได้ว่าเป็นแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่ง โดยเฉพาะความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เป็นอุทยานฯ ที่เต็มไปด้วยพืชพันธุ์สัตว์ป่านานาชนิด ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ประกอบกับการมีมาตรการในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีประสิทธิภาพของอุทยานฯ จึงทำให้อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวจัดว่าเป็นอุทยานที่มีคุณค่าทางด้านความสวยงามและความหลากหลายของทรัพยากรทางธรรมชาติตลอดมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551) นิคม จารุมณี (2544) หนังสือพิมพ์ข่าวสด (2551) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (2548) และนิสา ชัชกุล (2542) ที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวได้มีบทบาทในการที่จะกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้และการท่องเที่ยวยังมีบทบาทในการช่วยสนับสนุนและฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีซึ่งถือได้ว่าเป็นมรดกทางธรรมชาติและเป็นวัตถุดิบที่สำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา โทนแก้ว (2542 : 113) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสวยงามของสภาพแวดล้อมเป็นสำคัญระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีที่ว่าด้วยปัจจัยดึงดูดของ Hudman (1980) ซึ่งกล่าวว่า ลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ แต่ถึงแม้ว่าทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ของอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จะเป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยว



5.4 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัย ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว มีปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก เข้ามาเกี่ยวข้องหลายประการ ดังนั้นการเสนอแนะครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางบางประการเพื่อเป็นประโยชน์ในการที่จะส่งเสริมให้คนไทยหันมาเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ มากขึ้น ดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ให้ความสำคัญต่ออุทยานฯ โดยเห็นว่าอุทยานฯ มีความหลากหลายทั้งในแง่ของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมด้านการท่องเที่ยว และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้นการที่จะส่งเสริมให้มีการพัฒนาในเรื่องดังกล่าวควรที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์ในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่อย่างถาวรต่อไปเพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้

5.4.1.1 ควรมีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้สามารถเที่ยวเป็นวงรอบได้มากขึ้น โดยอาจจัดระเบียบการคมนาคมตามรายทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ ให้สามารถเดินทางครั้งเดียวและสามารถแวะท่องเที่ยวได้หลายจุด ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่า และไม่เสียเวลาในการเดินทางย้อนกลับไปที่เดิม

5.4.1.2 หน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน ควรสนับสนุนให้ความร่วมมือให้มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้มีอยู่สืบต่อไป และสร้างกิจกรรมใหม่ที่น่าสนใจให้เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

5.4.1.3 ควรให้ความสำคัญกับระบบการจัดการ และคนในการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวให้มากกว่าการจัดการด้านรายได้ที่จะเข้ามา เพราะถ้าหากไม่ให้ความสำคัญต่อระบบการจัดการเมื่อไหร่ ไม่ว่าสถานที่ท่องเที่ยวจะมีความหลากหลายอุดมสมบูรณ์ สวยงามเพียงใด ไม่ช้าก็คงหมดความนิยมเนื่องจากความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีต้นเหตุมาจากการขาดระบบการจัดการที่ดีนั่นเอง

5.4.1.4 เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนหนึ่ง นิยมการเดินทางท่องเที่ยวแบบสะดวกสบาย แต่อีกส่วนหนึ่งนิยมท่องเที่ยวในลักษณะผจญภัย หรือการท่องเที่ยวลักษณะของการศึกษาเฉพาะเรื่อง ความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวดังกล่าวจึงขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล การจัดการท่องเที่ยวจึงควรมีการจัดการที่หลากหลายตามความสนใจและความนิยมของ



นักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะควรมีการติดตามความเคลื่อนไหวรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ตลอด เพื่อที่จะได้รับทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือตลาด และนำมาปรับปรุงระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการ

5.4.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านความปลอดภัย ความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญมากในการท่องเที่ยวเพราะคงไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวใดที่จะเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็วถ้าขาดความสงบเรียบร้อยในบ้านเมืองหรือแม้กระทั่งความปลอดภัยในเรื่องโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆก็ล้วนเป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางคือ ควรมีการจัดตั้งศูนย์บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวที่ห่างไกลและเป็นที่ล่อแหลมต่อการเกิดอันตราย และขอความร่วมมือจากประชาชนในท้องถิ่นช่วยกันสอดส่องดูแลความปลอดภัยอีกทางหนึ่งด้วย

ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการจูงใจให้คนเดินทางไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เนื่องจากได้มีการค้นพบว่า ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็ตาม จะทำการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และในขณะเดียวกันก็จะทำการคำนวณถึงต้นทุน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการเดินทาง รวมไปถึงการบริหารจัดการการเงินให้เหมาะสมเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางคือ ควรมีการบอกระดับราคาในการท่องเที่ยวให้ชัดเจน เช่น ราคาที่พัก ราคาอาหารและเครื่องดื่มหรือกระทั่งราคาในการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้คำนวณงบประมาณในการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านการคมนาคมและการขนส่ง เนื่องจากการเดินทางมายังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมท่องเที่ยวด้วยตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวมักเจอปัญหาในเรื่องความไม่ชัดเจนของระยะทางและระยะเวลาจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือจากแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปยังอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็นในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย ถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง นักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ดังนั้นการปรับปรุงระบบการคมนาคมขนส่งให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางคือ ควรเผยแพร่เอกสารการท่องเที่ยวอย่างย่อ รวมทั้งแผนที่ ไว้ตามสถานีขนส่งผู้โดยสารสถานีรถไฟ สนามบิน สถานีบริการน้ำมัน โดยมีสัญลักษณ์ใดสัญลักษณ์หนึ่งที่บ่งบอกว่าเป็นจุดเผยแพร่เอกสาร ซึ่งจะช่วยให้



นักท่องเที่ยวไม่เสียเวลาในการเดินทางเข้าไปหาข้อมูลถึงสำนักงานการท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรเลือกสถานที่ที่เข้าถึงได้สะดวกและมีบริการด้านอื่นๆประกอบด้วย เช่นอาจมีร้านอาหารของที่ระลึก เป็นต้น

ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลอย่างมากที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแห่งนี้ไม่ว่าจะเป็นลักษณะภูมิประเทศที่สวยงามและมีทัศนียภาพที่แปลกตา ธรณีสัณฐานของบริเวณพื้นที่ เช่น ภูเขา หุบเขา หน้าผา น้ำตกและพืชพรรณธรรมชาติที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ จึงเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีการเดินทางมายังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรเหล่านี้ให้คงอยู่สืบต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางคือ

1. ควรให้ความสำคัญกับจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจัง เช่น ปลุกจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีคุณค่าให้คงอยู่สืบต่อไปจนถึงลูกหลาน เพราะถ้าหากไม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับทรัพยากรทางธรรมชาติที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้ว อีกไม่นานอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวก็คงหมดความนิยมเนื่องจากความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีต้นเหตุมาจากการขาดจิตสำนึกของคนที่มาเที่ยว

2. ควรมีการวางรากฐานการศึกษาในด้านหลักสูตรวิชา การจัดการการท่องเที่ยว ให้เป็นรายวิชาบังคับเริ่มตั้งแต่ระดับประถมศึกษา เพื่อเป็นการปลุกจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับเยาวชน เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ แต่กลับไม่ได้รับความสำคัญในด้านการศึกษาเท่าที่ควร ซึ่งการวางรากฐานทางการศึกษาถือเป็นการปลุกจิตสำนึกให้มีการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอีกวิธีหนึ่ง

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกก็เป็นสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึง การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวอยู่มากมายในแง่ของปริมาณ แต่หากมองในแง่ของคุณภาพแล้วยังมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงอีกมาก ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางคือ ควรมีการจัดตั้งศูนย์ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว และป้ายบอกทางบอกสถานที่ที่สำคัญโดยเน้นให้เป็นที่สามารถพบเห็นและเข้าถึงได้ง่าย มีเอกลักษณ์ส่งเสริมสภาพแวดล้อมของอุทยานฯ และสามารถอ้างอิงถึงตำแหน่งที่ตั้งได้ โดยศูนย์บริการควรจัดตั้งอยู่ในพื้นที่หลักของการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ที่พักริมทางบนเส้นทางสัญจรท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้านและการต้อนรับนับว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับมายังอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวเนื่องจากเกิดความประทับใจจากความมีน้ำใจและการต้อนรับของเจ้าหน้าที่และประชาชนในพื้นที่ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางคือ



1. ควรมีการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวมากขึ้นเพื่อให้คนในท้องถิ่นได้มีโอกาสต้อนรับ และแสดงความเป็นเจ้าของบ้าน และได้แนะนำการปฏิบัติตนที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวแต่ละแห่ง

2. ควรจัดทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และได้รู้จักชุมชน มหาวิทยาลัย ควรเสริมทักษะเจ้าหน้าที่ โดยการนำศึกษาศึกษานอกสถานที่ อันเป็นโอกาสให้ ได้แสดงออกถึงศักยภาพดังกล่าว และได้เกิดการเรียนรู้เพื่อสร้างโอกาสให้กับชุมชนที่อยู่รอบ ๆ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว

5.4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว เป็นศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการอะไรจากการมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อหน่วยงาน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวจะได้จัดทำพัฒนาให้สอดคล้องเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะทำให้รายได้ที่มาจากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้ ให้กับประชาชนที่อยู่ในจังหวัด ทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง สามารถมีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาไม่ว่าจะเป็น ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก ร้านขายของที่ระลึก ร้านค้าต่าง ๆ ห้างสรรพสินค้า ชาวบ้านที่อยู่ในพื้นที่ ทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดเพชรบูรณ์ ดีขึ้น เมื่อเศรษฐกิจดี ทุกคนในจังหวัดมีรายได้ ทำให้สามารถจัดเก็บภาษีได้ดี นำมาพัฒนาจังหวัดต่อไป ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลได้ในส่วนหนึ่ง ดังนั้นหากได้มีการพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวต่อไปผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

5.4.3.1 การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มประชากรเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย เท่านั้น อาจทำให้ผลการศึกษาที่ได้ สามารถนำมาใช้ได้อย่างจำกัด ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัย ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ก่อให้เกิด รายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมเดินทางมา ท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากขึ้น และอาจนำผลการวิจัยทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศ วิจัยมาเปรียบเทียบกับข้อมูล และวิเคราะห์ระดับปัญหา เพื่อนำมาปรับปรุงอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวต่อไป

5.4.3.2 การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวและ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในสถานที่อื่น ๆ หรือทำการเปรียบเทียบ ผลการศึกษาระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว 2 แห่ง



..... 5.4.3.4 การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลช่วงวันที่ 1 สิงหาคม 2553 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2553 การวิจัยครั้งต่อไปอาจเปลี่ยนช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อนำผลการวิจัยนั้น มาเปรียบเทียบความแตกต่างเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดและเกิดประโยชน์สูงสุด



เอกสารอ้างอิง



เอกสารอ้างอิง

- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช. [2552]. **รายงานข้อมูลสถิติ 2552**. กรุงเทพฯ: กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.dnp.go.th/statistics/2552/stat2552.asp> [สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2553].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2551). **พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑**. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.thailandlawyercenter.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538974366&Ntype=19> [สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2553].
- กัลยา สมมาตย์. (2541). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในจังหวัดเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กัลยา วินิชย์บัญชา. (2543). **การใช้ SPSS for WINDOWS ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. กรุงเทพฯ: ซี เค แอนด์ โฟโต้ สตูดิโอ.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: ครองช่าง.
- จิตติมา คนตรง. (2548). **ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉล่องศรี พิมพ์สมพงศ์. (2544). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมชัย ชัยกิตติภรณ์. (2533). **ปรัชญาและแนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน**. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชาติ ประชาชื่น. [วันที่ 12 สิงหาคม 2551] “รู้ไปไม่ด,” ความสำคัญการท่องเที่ยว. **ข่าวสด**. หน้า 24.
- ชุมพล ศฤงคารศิริ. (2545). **การวิเคราะห์และตัดสินใจเพื่อลงทุน**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2538). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 3. เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
- ดารา ทีปะปาน. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค-การตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จ.
- นาถฤดี มณีเนตร. (2548). **รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติกลับมาเที่ยวที่เกาะสมุยซ้ำอีก**. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.



- นายรอบรู้. (2548). **เที่ยวทั่วไทยไปกับนายรอบรู้ จังหวัดเพชรบูรณ์**. [ออนไลน์] ได้จาก:
<http://www.nairoburoo.com/thailand-destinations/north/item/291.html>
 [สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2553].
- นิคม จารุมณี. (2536). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. นนทบุรี:
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นิคม ปะเมโท. (2543). **พฤติกรรมและปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี**.
 วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิตา ชัชกุล. (2542). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการ
 จัดการ สถาบันราชภัฏภูเก็ต.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว
 ชาวไทย เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. นครปฐม: โรงพิมพ์สถาบันพัฒนาการ
 สาธารณสุขอาเซียนมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.
- บุญชม ศรีสะอาด และคณะ. (2551). **พื้นฐานการวิจัยการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กทม.:
 ประสานการพิมพ์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย**.
 กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุ๊ก สแตนดาร์ด.
- บุญรักษ์ ภูณาสล. (2543). **งานวิจัยเรื่องสาเหตุและแรงจูงใจในการให้บริการรถตู้โดยสารในเขต
 กรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การประชุมวิชาการวิศวกรรมโยธาแห่งชาติ ครั้งที่ 6
 ณ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี วันที่ 10-12 พฤษภาคม 2543.
- ประสพพร พุ่มพวง. (2545). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว
 ภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ
 มหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประเสริฐ วิทยารัฐ. (2535). **ภูมิศาสตร์ปักษ์ใต้**. กรุงเทพฯ: อาร์ พรินติ้ง.
- ปานใจ สุมะดินันท์. (2532). **ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมกับกระยะทาง
 ของนักท่องเที่ยวในประเทศ : กรณีศึกษาเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี**.
 วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปารวี ไพบูลย์ยิ่ง. (2544). “เพชรบูรณ์--ภูมิประเทศและการท่องเที่ยว,” “นายรอบรู้” นักเดินทาง.
 กรุงเทพฯ : สารคดี.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: ไฟว์ แอนด์ โฟร์
 พรินติ้ง.



- พงศ์พันธุ์ ศรีททาพิพย์. (2549). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านบุไทรโฮมสเตย์**. รายงานวิจัย. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรทิพย์ ทวีพงษ์. (2550). **การสำรวจศักยภาพของคนท้องถิ่นในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัย**. สุราษฎร์ธานี : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- พจน์พิจดา ศรีสมพงษ์. (2551). **การจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พินุด ทีปะปาล. (2535). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการตลาด คณะวิชาวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏ บ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ม.ล.ดุษฎี ชุมสาย และฉิมพิน พรหมโยธี. (2527). **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ยศพล ณ นคร. (2543). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแพคเกจ และแพคเกจของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมล่องแก่ง ณ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรัญญา เทพวัลย์. (2545). **ปัจจัยสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกมาดอยตุงจังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิชานันท์ ผ่องศรี และสมพงษ์ ชงไชย. (2549). **การสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการพื้นที่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**. ใน *Environment and Natural Resources Journal*. นครปฐม: คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. หน้า 164-172.
- วิชัย เทียนน้อย. (2528). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สงวน สุทธิเลิศอรุณ. (2543). **พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน**. กรุงเทพฯ: อักษราพัฒนา.
- สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง. (2550). **โครงการศูนย์วิเคราะห์รายงานสถานะและเตือนภัยภาคอุตสาหกรรม สำนักเศรษฐกิจการคลัง**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง.
- ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ. [2552]. **สถิตินักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ: กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.dnp.go.th/nprd/main/main1.php> [สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2553]



- सानนท์ สุขศรี. (2536). *การศึกษาปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดสงขลา*. ปรินญาณิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- สายสุนีย์ สิงห์ทัศน์. (2545). การจัดการความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว: หน่วยที่ 8-15*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. หน้า 25-32.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). *ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวไทยในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สิรินาถ นุชชัยเหล็ก. (2541). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรรัตน์ เตชาทวีวรรณ. (2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ภาควิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุภัททา ปิณฑะแพทย์. (2542). *พฤติกรรมมนุษย์และการพัฒนาตน*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม.
- องค์การท่องเที่ยวโลก. [2552]. *องค์การท่องเที่ยวโลกคาดท่องเที่ยวขยายตัว 4-5%*.
[ออนไลน์] ได้จาก:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:X9KVIWTgyOcJ:news...>
[สืบค้นเมื่อ วันที่ 18 ตุลาคม 2553].
- อลงกต วรกี. (2542). *องค์กรประชาชนกับการบริหารการพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. [2548]. *ยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยว ปี 2548 – 2551*.
[ออนไลน์] ได้จาก:
<http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:6i3Tu3zNLasJ:www.mfa.go.th/..>
[สืบค้นเมื่อ วันที่ 18 ตุลาคม 2553].
- เอกรินทร์ ปันยานะ. (2547). *มาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.



- A J Veal. (1997). *Research Methods for Leisure and Tourism*. 2nd edition. s.l.: s.n.
- Adler, Fedler. (1964). *Influence of Habitat Structure on Demography of two Rodent Species in Eastern Massachusetts*. s.l.: s.n.
- Charl, R. Goeldner and Brent Ritchie, J. R. (2009). *Tourism Principle*. Practice, Philosophies. Vol.2.
- Gee, Chuk Y., Makens, James C. and Choy, Dexter J.L. [1989]. "The Travel Industry . (Hardback)," *Lavoisier Librairie*. [Online]. Available from:
<<http://www.lavoisier.fr/livre/notice.asp?id=OKLWR3ASLLKOWO>>
[Cited 3 July 2010]
- Glenn Kreag. (1988). *The Impacts of Tourism*. s.l.: s.n.
- Hudman, L.E. (1980). *Tourism* : Ohio: Shining World Rid Inc.
- Holloway, I. Christopher. (1999). *The Business of Tourism*. 5th edition.
New York: Longman.
- Hoyer, W. D., and MacInnis, D. J. (2008). *Consumer Behavior*. 5th edition.
Mason, OH: South-Western.
- Kerry, Godfrey and Clarke, Jackie. (2000). *The Tourism Development Handbook*.
London: A Practical Approach to Planning and Marketing.
- Kim Lien, Phan Thi. (2010). *Tourist Motivation and Activities A Case Study of Nha Trang, Vietnam*. Master Thesis, Nha Trang: The Norwegian College of Fishery Science University of Tromso, Norway & Nha Trang University, Vietnam.
[Online]. Available from:
<<http://www.ub.uit.no/munin/bitstream/handle/10037/2586/thesis.pdf?sequence=>>>
[Cited 3 July 2010]
- Kippendorf, J. (1987). *The Holiday Makers*. London: Heinemann.
- McIntosh, Robert W. (1980). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Ohio: Grid Inc.
- Niemela, Titta. (2010). *Motivation Factors in Dark Tourism: Case: House of Terror*. Bachelor's Thesis in Nature and Soft Adventure Tourism Lahti: Lahti University of Applied Sciences. [Online]. Available from:
<<http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:MmLO4-LhO44J:https://...>>>
[Cited 3 July 2010]



- Robinson, D, Perryman, S and Hayday, S. (2004). *The Drivers of Employee Engagement*. Report 408, Institute for Employment Studies, April.
- Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2007). *Research Method for Business Student*. 4th ed. London: Financial Times Prentice – Hall.
- Sharpley R. (1999). *Tourism, Tourist and Society*. Huntingdon: ELM Publication.
- Walters, J. (1978). “The Primary Molt in Four Gull Species Near Amsterdam,” *Ardea*. 66, 32-47
- Yoon, Yoosik and Muzsffer Uysal. (2005). “An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model,” *Tourism Management*. 26(1), 45-56.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม



ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย

โครงการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม โดยการวิจัยครั้งนี้มุ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งมีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ ดังนี้

จุดมุ่งหมายหลักของการวิจัย

การทำวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายหลักของการวิจัยเพื่อต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เปรียบเทียบปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อสามารถนำข้อมูลงานวิจัยเรื่องแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ มาประยุกต์ใช้บนอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอุทยาน และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นได้

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน คำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเรื่องปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านความคุ้มค่าเงิน ปัจจัยด้านการคมนาคมและการขนส่ง ปัจจัยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อคิดเห็นต่างๆที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์



ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการนำเสนอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายในการพัฒนา ปรับปรุง วางแผน และส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ และใช้เป็นแนวทางสำหรับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในอนาคต ให้เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการ รวมทั้งเพื่อการตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสนองนโยบายของรัฐบาลได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งเพื่อรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้คงอยู่ในสภาพที่สวยงาม สมบูรณ์ตลอดไป

จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและโปรดตอบทุกข้อของคำถาม ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านจะใช้สำหรับการวิจัยเท่านั้นจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของท่านแต่อย่างใดและจะนำเสนอข้อมูลในแบบสอบถามในภาพรวม ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อการทำงานและสถานะภาพทางราชการของท่านแต่อย่างใด

นางสาวสุรัญญา ทรงหอม

นักศึกษาปริญญาโท

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



แบบสอบถามงานวิจัย

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับลักษณะแต่ละข้อของตัวเอง

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง
2. อายุ 15 - 24 ปี 45 - 54 ปี
 25 - 34 ปี 55 - 64 ปี
 35 - 44 ปี 65 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา 2) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า
 3) ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพปัจจุบัน
 1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2) แม่บ้าน/พ่อบ้าน
 3) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 4) พนักงานบริษัท
 5) นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา 6) อาชีพอื่นๆ ระบุ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 1) ต่ำกว่า 6,500 บาท 2) 6,500 – 12,000 บาท
 3) 12,001– 20,000 บาท 4) 20,001 บาทขึ้นไป



ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัด เพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กรุณาเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญมากที่สุด (5)	สำคัญมาก (4)	สำคัญ (3)	สำคัญน้อย (2)	สำคัญน้อยที่สุด (1)
ด้านความปลอดภัย					
1. ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย					
2. อุทยานมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
3. อุทยานมีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว					
4. มีเจ้าหน้าที่ให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง					
ด้านความคุ้มค่าเงิน					
1. ราคาที่พักเหมาะสม					
2. ราคาอาหารเหมาะสม					
3. ค่าเข้าชมอุทยานราคาเหมาะสม					
4. ของที่ระลึกราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ					
5. ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมเหมาะสม					
ด้านการคมนาคมขนส่ง					
1. มียานพาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้ตลอดเวลา					
2. มีถนนที่มีสภาพดีเข้าสู่อุทยาน					
3. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก					
4. มีถนนเชื่อมเข้าสู่อุทยานหลายทาง					



ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ					
1. แหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะสวยงามเป็นธรรมชาติ					
2. ลักษณะภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว					
3. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว					
5. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. ที่พักมีหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ					
2. ห้องสุขามีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
3. ร้านอาหารมีหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
4. มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเหมาะสม เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา					
5. มีร้านขายของที่ระลึก ของชำ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอ					
6. สถานที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน					
1. ความเป็นมิตรมีน้ำใจจากเจ้าหน้าที่อุทยานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น การต้อนรับที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส					
2. ความเป็นมิตรมีน้ำใจจากพ่อค้า แม่ค้า และชาวบ้าน					
3. เจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา					
4. เจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆอย่างรวดเร็ว เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือ					



ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อคิดเห็นต่างๆที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำหนาว
จังหวัด เพชรบูรณ์

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านในเรื่อง ปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการเลือกเดินทาง
ท่องเที่ยวอุทยาน แห่งชาติน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

1. ปัญหาที่ท่านพบเห็นในการท่องเที่ยวครั้งนี้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**2. สิ่งดึงดูดใจด้านอื่นๆที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว จังหวัด
เพชรบูรณ์**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข
การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม



การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม รายข้อ รายด้านและ โดยรวม

ด้านความปลอดภัย	ค่าความเชื่อมั่น IOC
1. ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย	0.97
2. อุทยานมีมาตรการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	0.94
3. อุทยานมีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	0.97
4. มีเจ้าหน้าที่ให้ความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	0.96
รวม	0.96
ด้านความปลอดภัย	ค่าความเชื่อมั่น IOC
1. ราคาที่พักเหมาะสม	0.89
2. ราคาอาหารเหมาะสม	0.96
3. ค่าเข้าชมอุทยานราคาเหมาะสม	0.96
4. ของที่ระลึกราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	0.91
5. ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมเหมาะสม	0.94
รวม	0.93
ด้านการคมนาคมขนส่ง	ค่าความเชื่อมั่น IOC
1. มียานพาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้ตลอดเวลา	0.98
2. มีถนนที่มีสภาพดีเข้าสู่อุทยาน	0.96
3. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก	0.98
4. มีถนนเชื่อมเข้าสู่อุทยานหลายทาง	0.90
รวม	0.95
ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ	ค่าความเชื่อมั่น IOC
1. แหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะสวยงามเป็นธรรมชาติ	0.94
2. ลักษณะภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว	0.96
3. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	0.97
4. ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว	0.97
5. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	0.97
รวม	0.96





การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม รายข้อ รายด้านและ โดยรวม (ต่อ)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าความเชื่อมั่น IOC
1. ที่พักมีหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ	0.97
2. ห้องสุขามีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	0.96
3. ร้านอาหารมีหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	0.97
4. มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเหมาะสม เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา	0.91
5. มีร้านขายของที่ระลึก ของชำ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอ	0.95
6. สถานที่จอดรถมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	0.98
รวม	0.96
ด้านความมีน้ำใจของเจ้าบ้าน	ค่าความเชื่อมั่น IOC
1. ความเป็นมิตรมีน้ำใจจากเจ้าหน้าที่อุทยานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น การต้อนรับที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	0.96
2. ความเป็นมิตรมีน้ำใจจากพ่อค้า แม่ค้า และชาวบ้าน	0.95
3. เจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา	0.97
4. เจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆอย่างรวดเร็ว เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือ	0.96
รวม	0.96
รวมปัจจัยทั้ง 6ด้าน	0.95



ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์











ประวัติย่อของผู้วิจัย



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	นางสาวสุรัญญา ทรงหอม
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2526
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2442	มัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนผดุงนารี อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
พ.ศ. 2446	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนนาสีนวนพิทยาสรรค์ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
พ.ศ. 2550	ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
พ.ศ. 2554	ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้	บ้านเลขที่ 3/1 ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 44000
ทุนการศึกษา	-
ผลงานทางวิชาการ	-

