



**พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหิน  
และทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**

**นางอรรรณ จรปรุ**

**ภาคนี้พนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา  
พ.ศ. 2554**

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหิน  
และทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**

**นางอรวรรณ จรปรุ**

**ภาคินพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา  
พ.ศ. 2554**

**ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**

**TOURIST BEHAVIORS AFFECTING TOURISM IN INSTITUTE FOR THE  
NORTHEASTERN RESEARCH INSTITUTE OF PETRIFIED WOOD AND  
MINERAL RESOURCES (IN HONOR OF HIS MAJESTY THE KING)  
NAKHON RATCHASIMA RAJABHAT UNIVERSITY**

**MRS. ORRAWAN JORNPARU**

**A Research Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Master Degree of Business Administration in  
Business Administration  
Nakhon Ratchasima Rajabhat University**

**2011**

**Copyright by Nakhon Ratchasima Rajabhat University**

ชื่อภาคนิพนธ์                    พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ทำภาคนิพนธ์                นางอรวรรณ จรปัฐ

คณะกรรมการสอบภาคนิพนธ์

ดร. ณัฐธินิ ทองดี	ประธานกรรมการ
นายเมธี ทองดี	กรรมการ
ดร. จิรศักดิ์ ศิริรัตน์พล	กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ดร. จิรศักดิ์ ศิริรัตน์พล)

ภาคนิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิเชียร ฝอยพิกุล)

RESEARCH PAPER TITLE TOURIST BEHAVIORS AFFECTING TOURISM IN  
INSTITUTE FOR THE NORTHEASTERN RESEARCH  
INSTITUTE OF PETRIFIED WOOD AND MINERAL  
RESOURCES (IN HONOR OF HIS MAJESTY THE KING)  
NAKHON RATCHASIMA RAJABHAT UNIVERSITY

AUTHOR MRS. ORAWAN JONPARU

EXAMINING COMMITTEE

DR. NATTINEE THONGDEE	CHAIRMAN
MR. METEE THONGDEE	MEMBER
DR. JIRASAK SIRIRATTANAPOL	MEMBER

RESEARCH PAPER ADVISOR

..... ADVISOR  
(DR. JIRASAK SIRIRATTANAPOL)

THIS RESEARCH PAPER HAS BEEN APPROVED  
TO BE A PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE MASTER DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION IN  
BUSINESS ADMINISTRATION

..... DEAN OF GRADUATE SCHOOL  
(ASSOC. PROF. DR. WICHEAN FOYPIKUL)

2011, NOVEMBER 1



ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และจำนวนผู้ร่วมเดินทางมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้าน ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต การจัดกิจกรรมในตามเทศกาล การติดตั้งป้ายโฆษณา การจัดกิจกรรมโรดโชว์ (Road show) เป็นต้น ด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น ตู้โทรศัพท์สาธารณะ ตู้ ATM ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จัดทำบัตรจอดรถให้กับนักท่องเที่ยว ประตูดูเงินพร้อมทั้งไฟดูเงินทุกอาคารที่จัดแสดงนิทรรศการที่พร้อมใช้งานในช่วงที่เกิดเหตุฉุกเฉิน การจัดทำแพคเกจทัวร์หรือโปรแกรมขึ้นการท่องเที่ยวในราคาไม่แพง เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นการสนับสนุนให้ประชาชนทุกระดับชั้นได้มีสิทธิในการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกันโดยอาจจะต้องมีความร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ชี้อับตราคม 1 ไร่เที่ยวฟรี สวนสัตว์นครราชสีมาและอุทยานผีเสื้อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นต้น การจัดทำมีบริการหูฟังเฉพาะจุดและควรมี 2 ภาษาคือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเอง เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว

**Research Title** Tourist Behaviors Affecting Tourism in Institute for the  
Northeastern Research Institute of Petrified Wood and Mineral  
Resources (In Honor of His Majesty the King) Nakhon  
Ratchasima Rajabhat University

**Author** Mrs. Orawan Jomparu

**M.B.A.** Business Administration

**Year** 2011

**Research Advisor**  
Dr. Jirasak Sirirattanapol Advisor

### **ABSTRACT**

This thesis entitled "Tourist Behaviors Affecting Tourism in Institute for the Northeastern Research Institute of Petrified Wood and Mineral Resources (In Honor of His Majesty the King) Nakhon Ratchasima Rajabhat University" aimed to 1) study the tourist behaviors affecting tourism in Northeastern Research Institute of Petrified Wood and Mineral Resources, Nakhon Ratchasima Rajabhat University and, 2) study the relationships between tourist behaviors and their personal factors affecting tourism in Northeastern Research Institute of Petrified Wood and Mineral Resources, Nakhon Ratchasima Rajabhat University. Samples used in this study were 400 tourists. Research tools for collecting data were sets of questionnaire. Data were analyzed by statistical methods to find the frequency, percentage and relationship between variables. The results revealed that;

Most of tourists 218 of 400 tourists were female, 166 of them were aged between 20-39 years old, 177 had their highest educational backgrounds in bachelor's degree, 222 were pupils and students, 207 had their average monthly incomes lower than 5,000 Bahts and 240 of all tourists lived in Nakhon Ratchasima Province.

The behaviors of 400 tourists who visited there was found that 151 of them had their objectives to open their world views/want to find new things by themselves, 214 visited in Saturday and Sunday, 170 travelled by their personal cars and 114 travelled by school/ educational institution's buses, 309 were the first time of their visiting,



196 had their companions more than 21 persons, 285 spent their times for 1-2 hours of visiting, 147 perceived data about this institute by their educational institutions, 267 spent lower than 500 Baths for their visits and 302 of all tourists visited there in form of their round trips as well as asked for extra activity as placing their photos on products of the institute

Results of the relationships between tourist behaviors; in aspect of their travelling objectives, duration, method, type and companion; and their personal factors were related in all aspects.

Suggestions in this study were as follows; Public relation-online information via internet, seasonal activities, road show and etc. should be provided, Management on infrastructures of tourism such as telephone boxes, ATM boxes, food shops, souvenir shops, parking lot tickets for tourists, emergency exits and lamps in all exhibition halls available for emergency cases, package tours or promotions in cheap prices in order to tourism promotion and to support all classes of people for their equal rights of tourism with cooperation of adjacent attractions such as buying a ticket from the institute could visit Nakhon Ratchasima Zoo and Suranaree University of Technology Butterfly Park with free of charge and bilingual headphones for tourists in Thai and English. These should be provided as alternatives for tourists.

## กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำในด้านวิชาการรวมทั้งให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดร.จิรศักดิ์ ศิริรัตนพล อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์หลัก และนางปัทมาภรณ์ อ่ำไพกุล หัวหน้าสำนักงานผู้อำนวยการสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ที่ได้ความกรุณาตรวจสอบเครื่องมือและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงเครื่องมือเป็นอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณ บุคลากรสำนักงานผู้อำนวยการสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ และบุคลากรฝ่ายมัคคุเทศก์ ที่ได้อำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ความร่วมมือและให้ความช่วยเหลืองานวิจัยเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาของการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ น้อง สามี บุตรหลาน ที่สนับสนุนให้โอกาสในการศึกษา ให้ความรัก ความห่วงใย และเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา จนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ภาคนิพนธ์นี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประจำปีการศึกษา 2553

อรรวรรณ จรปรุ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(3)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(9)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว.....	29
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	33
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา.....	38
แนวทางการบริหารจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์.....	40
ลักษณะทั่วไปและประวัติของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ.....	44
โครงสร้างคณะกรรมการของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ.....	45
สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ.....	46
สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว.....	49
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	60
ประชากร.....	60
กลุ่มตัวอย่าง.....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	61
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
4 ผลการวิจัย.....	64
ผลการวิจัย.....	64
ตอนที่ 1 บัณฑิตส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยง.....	64
ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยง.....	67
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยงจำแนกตามบัณฑิตส่วนบุคคล.....	72
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	84
สรุปผลการวิจัย.....	84
อภิปรายผล.....	87
ข้อเสนอแนะ.....	88
บรรณานุกรม.....	92
ภาคผนวก.....	96
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	97
ประวัติย่อผู้ทำภาคนิพนธ์.....	104

## สารบัญญัตราง

ตารางที่	หน้า
1 รูปแบบของการจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์แต่ละแหล่ง.....	42
2 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ.....	49
3 แผนปฏิบัติการวิจัยแสดงขั้นตอนการทำภาคินพนธ์.....	63
4 ความถี่ และร้อยละ ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว.....	65
5 ความถี่ และร้อยละ ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	67
6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการ ทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ.....	72
7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการ ทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ.....	74
8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการ ทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา.....	76
9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการ ทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ.....	78
10 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการ ทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	80
11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการ ทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิลำเนา.....	82

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 แสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	32
3 โครงสร้างคณะกรรมการของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหิน.....	46

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ จุดประสงค์สำคัญของนักท่องเที่ยวอาจเป็นเพียงต้องการพักผ่อนหลังจากประกอบภาระงาน เมื่อจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นความต้องการที่จะพักผ่อนมีมากขึ้น การพัฒนาและขยายแหล่งท่องเที่ยวจึงไม่ได้เป็นการสนองความต้องการของประชากรที่เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดที่นำรายได้มาสู่ประเทศและมีแนวโน้มว่าจะมีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ ตลอดจนวิธีการต่างๆ ที่จะดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับสภาวะทางการเมือง และเศรษฐกิจของประเทศด้วย สถานการณ์ทางการเมืองมีความมั่นคงและมีเสถียรภาพจะส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้า นำรายได้มาสู่ประเทศมากขึ้นมีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้าสู่ประเทศมากขึ้น แต่ถ้าขาดเสถียรภาพทางการเมืองมีความไม่สงบเกิดขึ้นภายในประเทศอยู่เสมอ การท่องเที่ยวก็จะตกต่ำลงไปด้วย สำหรับด้านเศรษฐกิจก็ เช่น กันภาวะเงินเฟ้อหรือเงินฝืดจะมีผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศในลักษณะของการให้บริการและทรัพยากรธรรมชาติหรือมีลักษณะพิเศษก็จะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก ประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวแต่ละปีจะมีรายได้หรือเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก รายได้ดังกล่าวนี้มีส่วนช่วยเพิ่มพูนรายได้ประชาชาติของประเทศ ประเทศไทยมีรายได้เงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก นับเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ (วรรณ วรษ์พานิช, 2546 : 19-20)

จังหวัดนครราชสีมา หรือที่เรียกกันว่า “โคราช” เป็นเมืองใหญ่บนดินแดนที่ราบสูงที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบ จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวซึ่งจะได้เพลิดเพลินกับธรรมชาติที่งดงามจนได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก สนุกสนานไปกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้ชื่นชมความยิ่งใหญ่ของอารยธรรมขอมโบราณ เรียนรู้วัฒนธรรมพื้นบ้าน ได้ความรู้ด้านการเกษตรจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมไปถึงแหล่งเรียนรู้แบบบูรณาการเกี่ยวกับซากดึกดำบรรพ์ หลากหลายประเภทซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมพร้อมทั้งได้ความสนุกสนานซึ่งในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวน 1,760,874 คน (กรมการท่องเที่ยว, ออนไลน์, 2554) ทั้งยังได้อิ่มอร่อยกับอาหารอีสานต้นตำรับ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมระดับชาติและนานาชาติ เช่น เทศกาลบอลลูนานาชาติ คอนเสิร์ตเขาใหญ่ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในดินแดนที่เปรียบเสมือนเป็นประตูสู่ภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือแห่งนี้ สาเหตุที่ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดนครราชสีมาเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้มาจากหลายส่วน อาทิการที่จังหวัดนครราชสีมาได้มีการ จัดงานต่าง ๆ เพื่อรองรับเทศกาลกาลท่องเที่ยว โดยเฉพาะงานแสดงดอกไม้ วังน้ำเขียวพลอรา แพนดาเซียและการจัดงานตามจุดต่าง ๆ ซึ่งก็สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมา ท่องเที่ยวในจังหวัดได้เป็นอย่างดี จึงทำให้จังหวัดนครราชสีมา ทั้งการตัดสินใจที่จะเดินทาง ท่องเที่ยว (โคราชเดลินิวส์. ออนไลน์. 2554)

สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ได้มีการก่อตั้งมาเป็นเวลา 15 ปี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ แหล่งใหม่ของนักท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละเดือนมีนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากขึ้น เรื่อยๆ โดยในปีงบประมาณ 2550 มีจำนวน 38,972 คน ปีงบประมาณ 2551 มีจำนวน 75,779 คน ปีงบประมาณ 2552 มีจำนวน 145,370 คน และปีงบประมาณ 2553 มีจำนวน 198,477 คน ซึ่งจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิชาการผสมผสานกับการอนุรักษ์ซากดึกดำบรรพ์ ในท้องถิ่น มีการจัดแสดงนิทรรศการที่ได้จากการศึกษาวิจัยซากดึกดำบรรพ์ต่างๆ เช่น ไม้ กลายเป็นหิน ซ้างดึกดำบรรพ์ ไดโนเสาร์ ที่จัดอยู่ในรูปแบบนิทรรศการและสื่อมัลติมีเดีย สำหรับประชาชนทั่วไปที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวและศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับซากดึกดำบรรพ์ นอกจากนี้สถาบันฯ ได้จัดโครงการอบรมต่างๆ ให้แก่ผู้สนใจเกี่ยวกับซากดึกดำบรรพ์ เช่น โครงการชุดค้นซากดึกดำบรรพ์ไดโนเสาร์ร่วมกับพิพิธภัณฑ์ฟูกูอิ ประเทศญี่ปุ่น โครงการอบรม ดิน หิน แร่ ในท้องถิ่น โครงการอบรมมัคคุเทศก์น้อย เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สถาบันวิจัย ไม้กลายเป็นหินฯ มีการจัดทำกลยุทธ์หรือยุทธวิธีต่างๆ ขึ้นเพื่อปรับแผนการให้บริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและปรับปรุงให้ทันสมัยยิ่งขึ้น (สถาบันวิจัย ไม้กลายเป็นหินฯ. ออนไลน์. 2553) ในการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้ นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องเข้าใจในฐานะผู้บริโภค และในปัจจุบันยังไม่มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ และให้ตรงกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้บริโภค

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมต่อการใช้บริการ อย่างไร ทางสถาบันจะต้องมีการพัฒนาหรือปรับปรุงในส่วนใดบ้างและยังมีส่วนใดบ้างที่ นักท่องเที่ยวมีความต้องการเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่สถาบันมีให้บริการอยู่



### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ 2 ประการประกอบด้วย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ กับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

### **ความสำคัญของการวิจัย**

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้กำหนดความสำคัญของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ
2. ทำให้ทราบถึงผลของการเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ
3. ทำให้สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ มีข้อมูลจากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางแก้ไขปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการตามความเหมาะสม
4. ทำให้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ สามารถนำข้อมูลจากการศึกษานำไปใช้เป็นแนวทางแก้ไขปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยว

### **ขอบเขตของการวิจัย**

ขอบเขตของการวิจัยประกอบด้วยขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้านเนื้อหาในการวิจัยและด้านตัวแปรในการวิจัยตามรายละเอียดดังนี้

#### **1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา สำหรับกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณโดยใช้สูตรกรณีไม่มีการบันทึกข้อมูล/ตัวเลขเกี่ยวกับประชากรไว้อย่างชัดเจนของอภิรักษ์ จันตะนี (อภิรักษ์ จันตะนี, 2549: 35) จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในการวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

#### **2. ด้านตัวแปรในการวิจัย**

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ และทรัพยากรธรรมชาติ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

**2.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย**

2.1.1 เพศ

2.1.2 อายุ

2.1.3 ระดับการศึกษา

2.1.4 อาชีพ

2.1.5 รายได้

2.1.6 ภูมิสำเนา

**2.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้ดังนี้**

2.2.1 พฤติกรรมก่อนมาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

2.2.2.1 วัตถุประสงค์การเดินทาง

2.2.2.2 ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว

2.2.2.3 วิธีการเดินทาง

2.2.2.4 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

2.2.2.5 ความถี่ในการมาท่องเที่ยว

2.2.2.6 การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว

2.2.2.7 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง

2.2.2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

2.2.2.9 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

2.2.2.10 รูปแบบการเดินทาง

2.2.2.11 กิจกรรมท่องเที่ยว

**3. ด้านระยะเวลา**

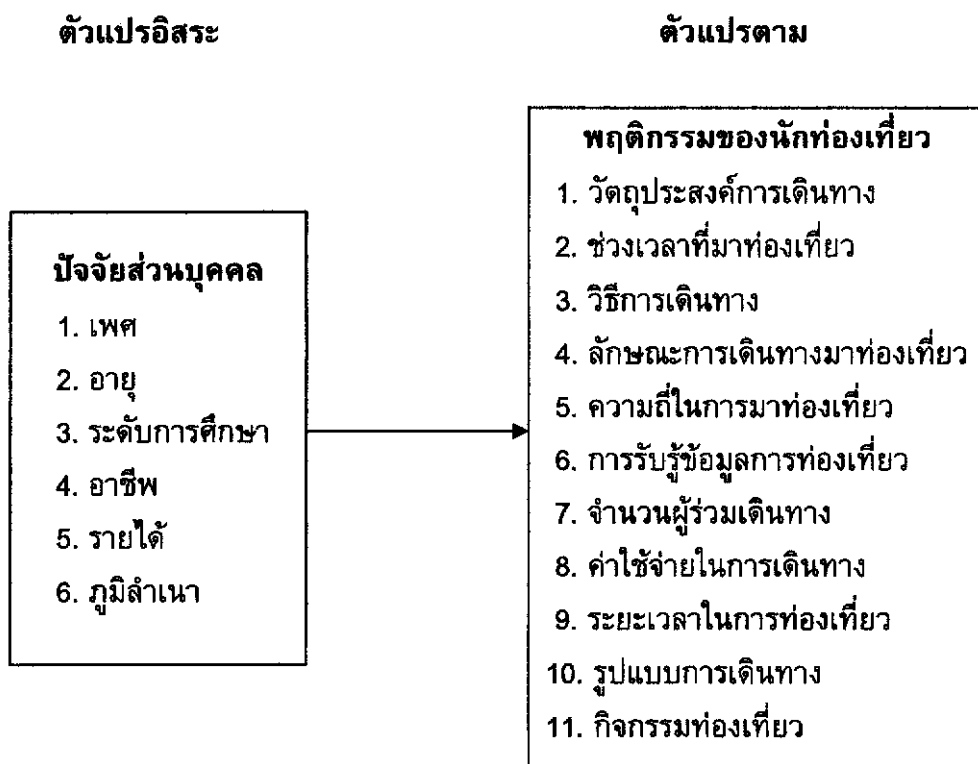
การศึกษาครั้งนี้กำหนดระยะเวลาในการทำการศึกษาระหว่างเดือนเมษายน ถึงเดือน

สิงหาคม พ.ศ. 2554

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สามารถกำหนดเป็นกรอบในการศึกษางานวิจัย ดังปรากฏในภาพที่ 1

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บัณฑิตส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ประกอบด้วย

1.1 เพศ หมายถึง เพศชาย เพศหญิงที่มาเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

1.2 อายุ หมายถึง อายุของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

1.3 ระดับการศึกษา หมายถึง การศึกษาขั้นสูงสุดของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

1.4 อาชีพ หมายถึง อาชีพปัจจุบันของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

1.5 รายได้ หมายถึง รายได้จากการประกอบการทำงานหรือกิจกรรมอื่นซึ่งได้มาในรูปแบบของค่าตอบแทนของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

1.6 ภูมิสำเนา หมายถึง ที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกในลักษณะต่างๆของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ตลอดจนลักษณะการเข้ามาท่องเที่ยวและหลังท่องเที่ยวแล้วมีการตัดสินใจที่จะเข้ามาใช้บริการต่อไปหรือไม่ ประกอบด้วย 10 ด้าน ดังนี้

2.1 วัตถุประสงค์การเดินทาง หมายถึง วัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ประกอบด้วย เปิดโลกทัศน์ใหม่ ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตนเอง ผ่อนคลายความเครียด พักผ่อน เพื่อพักหย่อนใจ ศึกษา เรียนรู้ เพื่อศึกษาดูงาน ทัศนศึกษา ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว อนุรักษ์ ประชุม สัมมนา ต้องการความรู้เพิ่มเติมกับซอกตึกดำบรรพ์ เพื่อประกอบธุรกิจ

2.2 ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว หมายถึง วันและเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ประกอบด้วย วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) วันเสาร์-อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ ช่วงเวลาเช้า ช่วงเวลาบ่าย เฉพาะวันจัดงานพิเศษ

2.3 วิธีการเดินทาง หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ประกอบด้วย รถโดยสารประจำทาง รถจักรยานยนต์ รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล รถนำเที่ยว รถเช่า รถจ้างเหมา

2.4 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยว ประกอบด้วย มาคนเดียว มากับครอบครัว มากับเพื่อน มากับโรงเรียน สถานศึกษา มากับคณะทัวร์

2.5 ความถี่ในการมาท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

2.6 การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวรู้จักและทราบข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ประกอบด้วย เอกสารข่าวการท่องเที่ยว แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์ ญาติ เพื่อนแนะนำ หนังสือพิมพ์ สถานศึกษาพามา นิตยสาร

2.7 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง หมายถึง จำนวนผู้ร่วมเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยว สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หมายถึง ค่าใช้จ่ายในรูปแบบของเงิน ประกอบด้วย ราคาบัตรเข้าชมเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่ มีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน ระบุราคาชัดเจน มีมาตรฐานของราคาบัตรเข้าชม ราคาบัตรเข้าชม อาหาร ของที่ระลึก สมเหตุสมผล

2.9 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว หมายถึง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ได้แก่ ครั้งชั่วโมง 1-2 ชั่วโมง 2-3 ชั่วโมง มากกว่า 3 ชั่วโมง

2.10 รูปแบบการเดินทาง หมายถึง รูปแบบของการเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทาง ไป – กลับ การพักค้างแรม

2.11 กิจกรรมท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแล้วมีความต้องการทำกิจกรรมเพิ่มเติม ได้แก่ กิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัล กิจกรรมถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ หล่อแบบฟอสซิลจำลอง การปั้นเสื้อคุณหนู ภาพระบายสีครอบครัว

3. สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา หมายถึง สถาบันวิจัยที่มีการศึกษาวิจัยด้านซากดึกดำบรรพ์ที่พบในท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย ไม้กลายเป็นหิน ซ้างดึกดำบรรพ์ ไดโนเสาร์ และมีการนำผลจากการศึกษาวิจัยมาจัดเป็นนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ความรู้ให้กับประชาชนทั่วไป ได้ศึกษาหาความรู้

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีดังนี้

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา
6. แนวทางการบริหารจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์
7. ลักษณะทั่วไปและประวัติของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ
8. โครงสร้างคณะกรรมการของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ
9. สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ
10. สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่วิวัฒนาการมาจากการเดินทาง สมัยก่อนมนุษย์เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น การล่าสัตว์ ล่าอาณานิคม ความเชื่อทางศาสนา การค้าขาย การศึกษา และการพักผ่อน เป็นต้น ซึ่งแต่ละยุคสมัยความนิยมเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมความเป็นอยู่เทคโนโลยีทางการคมนาคมขนส่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น จนทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบันมีนักวิชาการและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลายแง่มุม ดังนี้

องค์การสหประชาชาติ (2541 : 23) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเมื่อครั้งประชุมที่กรุงโรม ว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวเมื่อปี พ.ศ.2506 หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่

เกี่ยวข้องกับอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายในการเดินทาง สำหรับจุดมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังนี้

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
3. เพื่อการศึกษา
4. เพื่อการกีฬาและบันเทิง
5. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. เพื่องานอดิเรก
7. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
8. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
9. เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

เศกสรรค์ ยงวณิชย์ (2541 : 78) ให้ความหมาย การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ ตามวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ที่มีไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 29) ให้ความหมาย การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเจือใจสำคัญ 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพ

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543 : 65) ให้ความหมายการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อทำการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ

วรรณ วรษ์วานิช (2546 : 29) ได้กล่าวเสริมถึง การท่องเที่ยวจะมีความหมายเช่นไรนั้นขึ้นอยู่กับเจือใจ 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดๆ ก็ได้ที่มีไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ

มนัส สุวรรณ (2549 : 63) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมเชิง นันทนาการ ซึ่งมีการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อผ่อนคลายความ ตึงเครียดจากกิจการหรืองานประจำ

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับ กิจกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน เช่น เพื่อพักผ่อนใน วันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชม ประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อ วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา แต่ไม่ได้เป็นการเดินทางเพื่อไปทำงาน หรือประกอบอาชีพเป็นหลัก

1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมธรรมชาติของมนุษย์ที่มี พัฒนาการมาเป็นลำดับ ยิ่งมีความเจริญ ก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะการ คมนาคมขนส่งก็ยิ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยว ขยายวงกว้างขวางออกไป โดยมีวัตถุประสงค์ ต่างๆ หลากหลายกัน ไม่ว่าจะเพื่อธุรกิจ เพื่อนันทนาการและเพื่อศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ไม่เคยรู้ เคยเห็น การท่องเที่ยวนี้ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจ ด้านที่พักและอาหาร ธุรกิจการนำเที่ยว และธุรกิจการค้าของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้ จะขาย บริการให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้า เกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกเพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้าคือ บริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุนซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ใน ประเทศและจะช่วยให้กิจการอาชีพอีกหลายแขนง รายได้ของการท่องเที่ยวทำให้เกิดการ หมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ในด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีนั้น เมื่อมีการท่องเที่ยวเป็นสื่อเข้าไป เผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เจ้าของท้องถิ่นก็จะตระหนักถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ของคนในแง่ของการเป็นทรัพยากรท้องถิ่นที่ควรได้รับการอนุรักษ์ ซึ่งความสำคัญของการ ท่องเที่ยวเหล่านี้มีนักวิชาการได้สรุปไว้หลายท่านดังนี้

สมบัติ กาญจนกิน (2544 : 34) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยแยก เป็นด้านต่างๆ ไว้ดังนี้

### 1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวน มากท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเทียบกับรายได้ จากสินค้าส่งออกอื่นๆ

1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบ เศรษฐกิจเพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัว



1.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเมื่อเกิดการเดินทางเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาณนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายๆ รูปแบบ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชน

1.4 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศโดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง และสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้นๆ

1.5 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

1.6 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายใน ประเทศทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

## 2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ ทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและความตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรัก ผืนแผ่นดินที่อยู่ของตน

2.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้งไหล และเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

2.5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือนเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

## 3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

3.1 การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคง ปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะ รู้จักทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก ภูมิปัญญา ฝั่งพาท้ายกัน เป็นการสร้างความรักสามัคคี สมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์ สัมพันธ์ไมตรี และความสงบสันติสุขในโลก

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543 : 54) กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว เป็นภาพกว้าง ๆ 2 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ และสังคม โดยสรุปเป็นประเด็นหลัก ๆ ได้ดังนี้

#### 1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ

1.1 เป็นที่มาของรายได้ส่วนใหญ่ในรูปเงินตราต่างประเทศ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ จากธุรกิจท่องเที่ยว ทำให้ลดปัญหาการขาดดุลชำระเงินระหว่างประเทศได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นกิจการที่ใช้ต้นทุนภายในประเทศเกือบทั้งหมด

1.2 ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานในธุรกิจบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ร้านอาหาร จำหน่ายของที่ระลึกการเดินทาง ที่พัก แรมโรงแรม การรักษาความปลอดภัย การรักษาพยาบาล ร้านเสริมสวย และงานบริการอื่นๆ ซึ่งทุกคนอาจสร้างงานได้เอง หรือรับจ้างทำงานในธุรกิจต่างๆ จำนวนมากซึ่งต้องการแรงงานที่มีศักยภาพในการบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันงดงาม อันเป็นลักษณะนิสัยเด่นของคนไทย

1.3 ทำให้เกิดการกระจายรายได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่มีขอบเขตจำกัด นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา ทำให้ท้องถิ่นต่างๆ มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้เสมอ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้เสมอ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นต่างๆ ได้ ในการผลิตสินค้าของที่ระลึก อาหารหรือของใช้อื่นๆ โดยใช้ทรัพยากรวัตถุดิบภายในท้องถิ่น ตลอดจนแรงงานของคนในชุมชนและสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนข้างเคียงได้ เช่น สินค้าของชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีคุณภาพตามมาตรฐานความต้องการของตลาดบนพื้นฐานของวัฒนธรรม อันเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยทั่วไป

#### 2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

2.1 ช่วยสร้างความเจริญทางสังคม ในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม การคมนาคม การไฟฟ้า การประปา การสื่อสาร การสาธารณสุข เช่น การสร้างถนนเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการติดตั้งไฟฟ้า น้ำประปาเพื่อการใช้สอย การรักษาความปลอดภัยทั้งด้านสุขภาพและทรัพย์สิน ทั้งนี้เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวดำเนิน

ไปอย่างมีมาตรฐาน ชุมชนก็จะได้รับประโยชน์ร่วมกันในทุกประการ ทำให้มาตรฐานการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่นดีมากขึ้น

2.2 ช่วยลดปัญหาการอพยพแรงงานของชุมชนท้องถิ่น เมื่อชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยวทำให้เกิดความต้องการแรงงานธุรกิจบริการการท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น คนในท้องถิ่นไม่จำเป็นต้องเดินทางไปขายแรงงานนอกพื้นที่อีกต่อไป

2.3 ช่วยกระตุ้นสำนึกในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้ ขนบธรรมเนียม ประเพณี เป็นปัจจัยสำคัญให้คนในท้องถิ่นต้องศึกษาเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมของตนเอง ให้เกิดความรักความหวงแหน และการสืบทอดวัฒนธรรมในชุมชนให้เข้มแข็งขึ้น

สบธนา อ้นประเสริฐ (2549 :75) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมทางการบริการ ที่ทำรายได้อยู่ในอันดับต้นๆ ของประเทศนำเงินต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจไทย สามารถลำดับความสำคัญออกได้ 3 ด้าน

#### 1. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ

1.1 เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ

1.2 ลดการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ

1.3 สร้างอาชีพ – สร้างงานและกระตุ้นการผลิต

1.4 ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

1.5 กระจายรายได้กระจายความเจริญ

1.6 มีเงินหมุนเวียนอยู่ระบบ สร้างมูลค่าเพิ่มทวีคูณ

1.7 เปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจท้องถิ่น

1.8 เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ มูลค่าเกิดจากความสามารภ

#### 2. ความสำคัญต่อสังคม

2.1 ส่งเสริมความสัมพันธ์ต่อมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน

2.2 พัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมแก่ท้องถิ่น

2.3 อนุรักษ์ ฟื้นฟู มรดกทางวัฒนธรรม และธรรมชาติสิ่งแวดล้อมตลอดจนเอกลักษณ์ต่างๆ ของท้องถิ่น

2.4 ขจัดความเลื่อมล้ำ ลดการย้ายถิ่น

2.5 กระตุ้นให้เกิดการคิดค้น พัฒนาทรัพยากรและภูมิปัญญามาเป็นรายได้

2.6 มีประโยชน์ทางการศึกษา

2.7 ยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น

### 3. ความสำคัญต่อการเมือง

#### 3.1 ก่อให้เกิดความรู้สึกมั่งคั่งปลอดภัย

3.2 เป็นวิถีทางของมนุษย์ต่างสังคม จะได้ปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน อันจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสร้างสรรค์สัมพันธ์ไมตรีอันดีต่อกัน

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง หากมีการส่งเสริมและการจัดการไปในทางที่ถูกต้อง การท่องเที่ยวก็จะยิ่งมาสามารถก่อประโยชน์ให้แก่ทุกฝ่ายได้มากขึ้น

1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว (Tourism factors) การท่องเที่ยวไปในสถานที่ใดก็ตามจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจด้านต่างๆ เป็นสิ่งที่จะช่วยผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ส่วนหนึ่งก็คือปัจจัยอันเกิดจากสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวเอง จำแนกปัจจัยที่เกิดจากสถานที่ท่องเที่ยวดังนี้

1. บรรยากาศด้านกายภาพ สิ่งที่เป็นปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้นของการท่องเที่ยว นั่นคือถ้าสถานที่ใดมีลักษณะทางกายภาพที่เอื้ออำนวย การที่จะดึงดูดการท่องเที่ยวก็มีความเป็นไปได้สูงสำหรับบรรยากาศด้านนี้ได้แก่

1.1 ความสะดวกสบาย การเดินทางที่สะดวก ที่พักหาได้ง่าย อาหารการกิน สะดวกมีให้เลือกหลายชนิดหลายแบบ การพัฒนาความสะดวกสบายจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก

1.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จะต้องได้รับสะดวก การคมนาคมสู่แหล่งท่องเที่ยวตลอดจนการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ การเข้าถึงจะต้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าไปสัมผัส

1.3 สิ่งดึงดูดในเรื่องการท่องเที่ยว ได้แก่ ความมีน้ำใจของเจ้าของสถานที่ จะช่วยสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดความกังวลหรือลำบากใจเมื่อได้เข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ หรือแม้กระทั่งเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ เช่น ชายหาด เกาะแก่งที่สวยงามตามธรรมชาติ ก็นับได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดอีกประการหนึ่ง

1.4 สิ่งที่น่ายาก สิ่งที่น่าดูที่อื่นไม่ได้ในเรื่องของสถานที่วัดพระบรมมหาราชวัง ประเพณีตลอดจนวิถีชีวิตในแต่ละสถานที่ของที่น่าดูยากก็เป็นตัวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

2. บรรยากาศด้านจิตใจ ซึ่งในหลายๆ กรณีเกี่ยวข้องกับด้านกายภาพที่กล่าวมาแล้วแต่อย่างไรก็ตามทางจิตใจนั้นมีความสำคัญมาก เพราะการที่จะตัดสินใจทำอะไรลงไป บรรยากาศทางจิตใจนั้นมีส่วนร่วมนำมาพิจารณาอยู่มาก เพราะการตัดสินใจของมนุษย์อยู่ที่ความพึงพอใจเป็นหลัก บรรยากาศด้านจิตใจ ได้แก่

2.1 ความมีมิตรไมตรี การที่นักท่องเที่ยวต่างถิ่นได้รับการแสดงความเป็นมิตรจากเจ้าของท้องถิ่น จะทำให้เกิดความอบอุ่นสบายใจเหมือนกับอยู่ในท้องถิ่นหรือบ้านเมืองของตนเองนับได้ว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ติดอกติดใจที่ไม่อาจลืมเลือน

2.2 การต้อนรับขับสู้ เป็นสิ่งที่ต่อเนื่องจากมิตรไมตรี คนในท้องถิ่นมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเท่าที่จะช่วยได้ ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว

2.3 ความปลอดภัย หมายถึง ความรู้สึกปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและความปลอดภัยที่เกิดขึ้นจริง

2.4 ค่าครองชีพไม่สูงเกินไป โดยเฉพาะสิ่งที่จำเป็นในการครองชีพ เช่น ค่าที่พัก อาหาร ของอุปโภค และบริโภคอื่นๆ

2.5 ความไม่เข้มงวด ในประเด็นนี้ จะเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งต้องมีข้อปฏิบัติในการเข้าประเทศ เช่น การมีวีซ่าก่อนเข้าประเทศ การตรวจด้านศุลกากรเข้มงวดเกินไปพิธีการเหล่านี้ถ้าจำเป็นก็ต้องทำแต่จะต้องจัดให้สะดวกและรวดเร็วไม่ได้เป็นที่จุกจิก กวนใจมากนัก

### 3. บรรยากาศประกอบ ได้แก่

3.1 การแนะนำประชาสัมพันธ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งถือได้ว่าเป็นสินค้าการท่องเที่ยว หน่วยงานที่ทำหน้าที่จะต้องมีข้อมูลที่ทันสมัยและจำเป็นแก่นักท่องเที่ยวและต้องพร้อมให้คำแนะนำอยู่เสมอ

3.2 สินค้าของที่ระลึก สิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นและไม่ใช่อะไรเล็กน้อย นักท่องเที่ยวบางคนมาเพื่อซื้อสิ่งของเหล่านี้ ดังนั้นการพัฒนาสินค้าที่ระลึกในท้องถิ่นมีความจำเป็นมากถ้าพัฒนาได้ในลักษณะเป็นของที่มีคุณภาพสวยงามเป็นของดีที่เชื่อถือได้ราคาพอสมควรจะยิ่งเป็นการดีมาก

3.3 การบันเทิง ลักษณะการบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ล้วนแต่เป็นการชักจูงนักท่องเที่ยวลักษณะของการบันเทิงรูปแบบอาจไม่ถูกต้องตามศีลธรรม ศาสนาและประเพณี อาจต้องยอมรับแต่ต้องควบคุม ไม่ให้กระทบกระเทือนต่อส่วนรวมอันจะก่อให้เกิดผลเสียต่อเนื้อที่เป็นภัยต่อสังคม

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ช่วยผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ประกอบด้วย ปัจจัยบรรยากาศด้านกายภาพ ปัจจัยบรรยากาศด้านจิตใจและปัจจัยบรรยากาศประกอบ

#### 1.4 ปัจจัยที่มีผลให้เกิดการท่องเที่ยว มีปัจจัยดังต่อไปนี้

1. เพื่อการผ่อนคลายและความเครียดของร่างกายและจิตใจ ซึ่งนับว่ากำลังเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบันที่ต้องอาศัยความรีบเร่งเต็มไปด้วยความเครียด

2. เพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านสุขภาพ เช่น ต้องการอากาศสดชื่น แสงแดด อากาศดี อากาศน้ำแร่ หรือภายใต้การปฏิบัติทางการแพทย์
  3. เพื่อมีส่วนร่วมในกิจกรรม กีฬาประเภทต่าง ๆ เช่น การเดินป่า ใต้เขา เล่นสกี เล่นเรือตกปลา ยิงปืน เป็นต้น
  4. เพื่อความเพลิดเพลิน ตื่นเต้น และสนุกสนาน โดยเฉพาะความต้องการในด้านความเพลิดเพลินมีลักษณะเด่นมาก ดังนั้นการจัดโปรแกรมในการท่องเที่ยวควรเน้นประเด็นนี้ให้มาก
  5. เพื่อความรู้และประสบการณ์ โดยเฉพาะให้ความสนใจสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม หรือสถานที่จัดงานรื่นเริง และงานนักชัตดุกซ์
  6. เพื่อเหตุผลทางด้านบุคคล เช่น การไปเยี่ยมญาติ การไปพบปะประชาชนคนแปลกหน้าใหม่ ๆ การแสวงหามิตรใหม่ ๆ หรือการหลีกเลี่ยงจากการสังสรรค์กับเพื่อนฝูงตามปกติ
  7. เพื่อวัตถุประสงค์ด้านจิตใจ เช่น การไปจาริกแสวงบุญยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา
  8. เพื่อเหตุผลทางธุรกิจและวิชาชีพ เช่น การเข้าประชุมและสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับด้านอุตสาหกรรม วิชาชีพของตนและการเข้าประชุมและสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับองค์กรของตน
- จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลให้เกิดการท่องเที่ยว เกิดจากตัวนักท่องเที่ยว เพื่อการผ่อนคลายและความเครียดของร่างกายและจิตใจ เพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านสุขภาพ เพื่อมีส่วนร่วมในกิจกรรม กีฬาประเภทต่าง ๆ เพื่อความเพลิดเพลิน ตื่นเต้น และสนุกสนาน โดยเฉพาะความต้องการในด้านความเพลิดเพลินมีลักษณะเด่นมาก เพื่อความรู้และประสบการณ์ โดยเฉพาะให้ความสนใจสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม หรือสถานที่จัดงานรื่นเริง และงานนักชัตดุกซ์ เพื่อเหตุผลทางด้านบุคคล เช่น การไปเยี่ยมญาติ เพื่อวัตถุประสงค์ด้านจิตใจ เช่น การไปจาริกแสวงบุญ เพื่อเหตุผลทางธุรกิจและวิชาชีพ
- 1.5 องค์ประกอบการท่องเที่ยว (วรรณง วรณานิช, 2546 : 20) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างคือ
1. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วยหลายอย่าง คือ
    - 1.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว จำแนกออกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติหรือสัญชาติ
    - 1.2 การกระจายของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นนักท่องเที่ยวมาจากประเทศใดบ้าง มีจำนวนมากน้อยเพียงใด

1.3 กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อการประชุมการพักผ่อนหย่อนใจ การแข่งขันกีฬา การเจรจาธุรกิจ หรือเยี่ยมญาติ

1.4 ฤดูกาลท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในฤดูใดมากฤดูใดน้อย

1.5 ทักษะคตินักท่องเที่ยว มีทัศนคติต่อประเทศที่ตนไปเที่ยวมาอย่างไร

2. สถานที่ท่องเที่ยว หรือสินค้าท่องเที่ยว มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ เป็นที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการหลายประเภท ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมได้ด้วยกัน เช่น ทิวทัศน์ธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อสังหาริมทรัพย์ สาธารณูปโภคต่างๆ สินค้าเหล่านี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาในการจัดการต่างกัน เช่น

2.1 สินค้าการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมักมีลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะ เช่น ชายหาด น้ำตก ภูเขา และสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ซึ่งต้นทุนในการจัดการและรักษาสินค้าท่องเที่ยวประเภทนี้จะสูงประการที่สอง ความปลอดภัยและสาธารณูปโภคเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสินค้าท่องเที่ยว สินค้าประเภทนี้ต้องให้ทุนสูงมาก

2.2 คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นนับเป็นส่วนประกอบที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ หลายอย่างเช่น ประเภทที่ใช้ทุน แรงงาน หรือวัฒนธรรม แต่ผู้ผลิตสินค้าประเภทหลังอาจจะไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ในบางกรณียังได้รับผลเสียจากการท่องเที่ยวอีกด้วย สินค้าประเภทนี้จะมีผู้ประกอบการทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก สถานที่ท่องเที่ยว หรือสินค้าท่องเที่ยว จะต้องเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่างๆ หลายอย่างที่ให้ความรู้ ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า

3. การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งในเรื่องการคมนาคมจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้

3.1 รูปแบบการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งแต่ละรูปแบบจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของการประกอบการ และความต้องการของนักท่องเที่ยว

3.2 การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว สภาพการเดินทางสะดวก ปลอดภัย รวดเร็วและมีมาตรฐานดีมากน้อยแค่ไหน

3.3 การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึงรูปแบบและมาตรฐานของการคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยวมีจำนวนเพียงพอหรือไม่คุณภาพมาตรฐานของยานพาหนะตลอดจนความสะดวกและปลอดภัย

3.4 แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว พิจารณาว่าเป็นแบบใด เช่น แบบเป็นหมู่คณะกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ ยานพาหนะที่ใช้เป็นส่วนตัวหรือของสาธารณะ

3.5 บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการใช้ยานพาหนะประเภทนั้น ๆ เช่น สถานีขนส่ง หรือบริการต้นทาง ระหว่างปลายทาง

3.6 รูปแบบ หรือปัญหาการจราจร ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ กรุงเทพฯ เป็นปัญหาสำคัญทั้งต่อชาวกรุงเทพฯ และต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งประเทศคู่แข่งทางการท่องเที่ยวของไทยมักจะใช้ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ เป็นเครื่องชี้ถึงข้อเสียทางการท่องเที่ยว

4. ข้อมูลข่าวสารและบริการ ข้อมูลและข่าวสารเป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่ และเอกสารแนะนำต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น

4.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว เช่น รายการเทศกาลท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ หรือฤดูกาลของการท่องเที่ยวแต่ละภาค

4.2 การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ ๆ โดยเผยแพร่เอกสารการนำเที่ยวแก่ชุมชน

4.3 อบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ เป็นการให้ความรู้แก่บุคคลที่สนใจในอาชีพการจ้ดนำเที่ยวและเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

4.4 รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว

4.5 จัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่ เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการเดินทางท่องเที่ยว

สิ่งสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยวอีกประการหนึ่งคือ การบริการ ซึ่งประกอบด้วยบริการด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ

ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงมากที่สุดอาจจะกระทำได้หลายอย่าง เช่น

1. การแนะนำเจ้าของท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับความเดือดร้อน

2. การแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องการป้องกันและระมัดระวังตนเพื่อมิให้ได้รับอันตรายในด้านต่าง ๆ

3. กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

4. ขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

5. จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและบริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว



5. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการ  
ท่องเที่ยวสามารถดำเนินได้ด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจ  
ได้แก่

5.1 การไฟฟ้า มีเพียงพอและใช้การได้ดีไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการ  
กิจการ และผู้ใช้บริการรวมทั้งมีความปลอดภัยด้วย

5.2 การประปา สะอาดถูกหลักอนามัย และมีปริมาณเพียงพอแก่การบริการ

5.3 การสื่อสาร โทรศัพท์ โทรสาร สะดวก รวดเร็ว และมีปริมาณหน่วยบริการ  
เพียงพอ

5.4 ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลต่างๆ

5.5 สถานพยาบาลและโรงพยาบาลต่างๆ ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และ  
คำรักษาพยาบาลอยู่ภายในอัตราที่ยุติธรรม

6. การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเงิน  
การธนาคาร ระเบียบต่างๆ สถานที่ศึกษาหรือแหล่งค้นคว้าทางด้านต่างๆ ความร่วมมือระหว่าง  
ประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีต่อกัน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543 : 50) กล่าวถึงองค์ประกอบหลักของการ  
ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันเป็นวงจร มีอยู่ 5 ส่วน คือ

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การ  
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งนักท่องเที่ยวเป็น 6 ประเภท คือ

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ บุคคลที่ไม่ได้มีที่อยู่ถาวรในประเทศแล้วเดินทาง  
เข้ามาในประเทศ

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามา  
ในประเทศและพักค้างคืน 1 – 60 วัน

1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้า  
มาในประเทศโดยไม่ได้พักค้างคืน

1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ บุคคลที่อาศัยอยู่ถาวรในประเทศและเดินทางไป  
ยังสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศ

1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เดินทางไปพัก  
ค้างคืนนอกที่อยู่ประจำแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่  
ไม่ได้เดินทางไปพักค้างคืนนอกที่อยู่ประจำ

2. ตลาดท่องเที่ยว หมายถึง การทำให้นักท่องเที่ยวเป้าหมายเดินทางเข้ามายังแหล่ง  
ท่องเที่ยว และให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดไว้ให้ โดยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ

ทรัพยากรท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต แผ่นป้าย โฆษณา การเล่าสู่กันฟัง และอื่นๆ เพื่อเชิญชวนและกระตุ้นให้เดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ

3. การขนส่ง หมายถึง การจัดการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยพาหนะประเภทต่างๆ จากต้นทางหรือถิ่นพำนักเดิมไปยังแหล่งท่องเที่ยวและกลับสู่ที่พำนักต้นทาง

4. ทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าทางการท่องเที่ยวทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมตลอดจนวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยว เป็นจุดมุ่งหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเยือน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยว เป็น 3 ประเภท คือ

4.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่มีความสวยงาม เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติต่างๆ มีลักษณะเด่นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น ป่าไม้ ภูเขา ถ้ำ น้ำตก น้ำพุร้อน ทะเล เกาะ ชายหาด ปะการัง ทะเลสาบ บึง เป็นต้น

4.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถานเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยจุดมุ่งหมายต่างๆ ทั้งที่เป็นมรดกมาจากอดีตที่มนุษย์ในยุคโบราณสร้าง หรือทิ้งร่องรอยไว้ และมีวิวัฒนาการการสร้างขึ้นตามยุคสมัยต่างๆ ที่ผ่านมา จนกระทั่งยุคปัจจุบันเป็นแหล่งที่มีความสำคัญมีความน่าสนใจ และมีคุณค่าสำหรับการศึกษาเรียนรู้เรื่องราวจากอดีต ซึ่งเป็นแหล่งสังสมภูมิปัญญา และศิลปวัฒนธรรมของมนุษย์ในยุคสมัยของการสร้าง เช่น วัด ปราสาทขอม อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสรณ์สถาน ปราสาทราชวัง

4.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันในสังคม และยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมายาวนาน เป็นงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากปรัชญาในการดำรงชีวิต ภูมิปัญญาที่แสดงออกมาในศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมล้วนเป็นเรื่องราวที่นำศึกษาเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจคนในสังคมต่างๆ

5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวให้เป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัยแบ่งเป็น 2 ประเภท

5.1 สิ่งอำนวยความสะดวกโดยตรง ได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกประเทศ เช่น การตรวจตราหนังสือเดินทาง การต่อวีซ่า การขนส่งกระเป๋าเดินทาง เป็นต้น และการอำนวยความสะดวกในการให้บริการท่องเที่ยว เช่น การขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก แรม บริการอาหารและบันเทิง การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

## 5.2 สิ่งอำนวยความสะดวกโดยอ้อม คือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่แล้ว

ภายในประเทศ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา การสุขาภิบาล สาธารณสุข เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย ที่รัฐต้องดูแลความปลอดภัย ทั้งร่างกายและทรัพย์สิน เช่น ในเรื่องการล่อลวง ปล้นชิงทรัพย์สิน เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ เช่น บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา บริการเสริมความงาม บริการรักษาพยาบาล

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวมีดังนี้ นักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารและบริการ องค์ประกอบด้านโครงสร้าง พื้นฐาน การสนับสนุนอื่นๆ ตลาดท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีการบริหารจัดการและการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง อย่างมีหลักการและสอดคล้องกับพัฒนาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

## 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใด สิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใด สภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมี ความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการคือ

2.2.1 เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ ภัยธรรมชาติโดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อม ในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2.2.2 ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมได้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ ตนชอบได้

2.2.3 สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำการกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

2.2.4 การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พหุมากที่สุดในสถานการณ์หนึ่งๆ เช่น 12.00 น. เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทาน อาหารกลางวัน

2.2.5 การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ได้ตัดสินใจเลือกสรร แล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.2.6 ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหวังไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหวังไว้ได้

2.2.7 ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบ สำคัญ 7 ประการ คือ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมา ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง

### 2.3 ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3.1 ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าของนักท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรม ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับ ความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.3.2 ช่วยให้การพัฒนาลตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น

2.3.3 เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของ

นักท่องเที่ยว ให้ตรงกับชนิดของสินค้าและบริการที่ต้องการ

2.3.4 ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อความได้เปรียบ  
คู่แข่ง

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว  
มีประโยชน์ ดังนี้ นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าของ  
นักท่องเที่ยว การแบ่งส่วนตลาด ปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดธุรกิจท่องเที่ยว

2.4 บทบาทของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของ  
ประเทศไทยได้เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ท่ามกลางความ  
ราบรื่นและอุปสรรคนานาประการ ทั้งนี้ เป็นที่ตระหนักว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนแก้ไข  
ปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจัดเป็นสาขา  
การพัฒนาที่มีความสำคัญสูง อย่างไรก็ตาม การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ  
ประเทศยังมีปัญหาด้านความยั่งยืน อันเนื่องมาจากปัจจัยที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและ  
ภายนอกประเทศ

สำหรับกระแสด้านการท่องเที่ยวของไทย พบว่ามีการนำเสนอแนวคิดและผลักดัน  
กิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยึดกระแสหลักด้านเศรษฐกิจมาโดยตลอด  
อาทิ ในช่วงปี 2547-2549 มุ่งกระแสหลักด้านการนำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการ  
แก้ปัญหาเศรษฐกิจ ดังนั้น เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นเรื่องจำนวนคน และ  
รายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้คำนึงถึงความสำคัญของการ  
ท่องเที่ยวในฐานะเป็นภาคบริการที่เสริมสร้างความ เข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้  
กำหนดให้การท่องเที่ยวจัดอยู่ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการ  
แข่งขันของประเทศ โดยการปรับโครงสร้างของการบริการบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากร  
ธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ให้มีความสำคัญกับการเพิ่มผลิตและการสร้าง  
มูลค่าเพิ่มของสินค้าซึ่งมีเป้าหมาย ให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ  
เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 7 – 8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ  
3 ต่อปี

สำหรับปี 2550 ได้มีปรากฏการณ์ที่เป็นกระแสหลักในสังคมไทย คือ “ปรัชญา  
เศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งได้รับการตอบสนองถึงขั้นเป็นวาระแห่งชาติ ดังจะพิจารณาได้จาก  
เป้าหมายที่ระบุ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2555)

นักท่องเที่ยวมีความสำคัญในภาคเศรษฐกิจที่จะ ได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งจากรายได้  
และจากการจ้างงานได้แก่ ภาคการค้าส่งและค้าปลีก(Wholesale and retail sector)

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจัดเป็นสาขาการพัฒนาที่มีความสำคัญสูง การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศยังมีปัญหาด้านความยั่งยืน อันเนื่องมาจากปัจจัยที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศและ นักท่องเที่ยวมีความสำคัญในภาคเศรษฐกิจที่จะ ได้รับประโยชน์สูงสุด

2.5 การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการ สัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง นักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้ที่รายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูงมีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการเดินทางหยุดพักผ่อนการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

5. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

6. นักท่องเที่ยวแบบปลื้มตัวหาความเพลิดเพลิน เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลิ้มความจำเริญในชีวิตประจำวัน

7. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของ

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน

8. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับผู้คนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

9. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการผจญตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ นักท่องเที่ยวแบบปลุกตัวหาความเพลิดเพลิน นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล นักท่องเที่ยวประเภทชอบผจญมิตร นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหากการพักผ่อน นักค้นหา นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม

2.6 รูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทางการท่องเที่ยว  
ในลักษณะนี้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ตามลักษณะของการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะและการท่องเที่ยวแบบอิสระ

2.6.1 การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ เป็น รูปแบบของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 11 คนขึ้นไป อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะอาจมีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่า 11 คน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจของบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้บริษัทนำเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหารและการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบหรืออาจจัดสรรบริการเพียงบางสิ่งบางอย่างให้เท่านั้น หากเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมการเดินทางเป็นหมู่คณะในราคาพิเศษที่มีการจ่ายล่วงหน้า โดยไม่มีเงื่อนไขว่าคณะดังกล่าวจะต้องเดินทางโดยเที่ยวบินเดียวกันทั้งไป และกลับ ตลอดจนใช้เวลาทั้งหมดในการเดินทางร่วมกันเรียกว่าการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแบบจ่ายเบ็ดเสร็จโดยทั่วไป นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆเป็นหมู่คณะด้วยรถนำเที่ยวโดยมีมัคคุเทศก์ของบริษัท นำเที่ยวเป็นผู้นำทางและบรรยายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยว

ลักษณะนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาเยือนสถานที่ นั้นเป็นครั้งแรกและยังไม่คุ้นเคย หรือไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆมาก่อน เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกการเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ

2.6.1.1 ประหยัดเงิน เนื่องจากการท่องเที่ยวในลักษณะ นี้เป็นแบบเหมาจ่าย และมีจำนวนผู้เดินทางมาก บริษัทนำเที่ยวจึงสามารถให้ราคาพิเศษแก่นักท่องเที่ยวได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็ได้รับการบริการที่ถูกต้องกว่าการเดินทางด้วยตนเอง

2.6.1.2 ได้เพื่อนร่วมทาง นักท่องเที่ยวที่ต้องเดินทางคนเดียวไปในสถานที่แปลกใหม่ ก็จะไม่รู้สึกโดดเดี่ยวและรู้สึกปลอดภัย เมื่อเดินทางเป็นหมู่คณะไปกับบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ยังอาจได้เพื่อนให้ที่มีรสนิยมและความสนใจใกล้เคียงในขณะเดินทางไปด้วยกัน

2.6.1.3 ความเหมาะสมคล่องตัว โดยเฉพาะในเรื่องการวางแผนการเดินทาง เนื่องจากการเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยวจะมีการวางแผนและการเตรียมการล่วงหน้า รวมทั้งการดูแลเรื่องความปลอดภัยและปัญหาเฉพาะหน้าที่จะเกิดขึ้นโดยผู้จัดการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงไม่ต้องเสียเวลาในการตัดสินใจหรือแก้ปัญหาใดๆในระหว่างการท่องเที่ยว จึงรู้สึกสบายและท่องเที่ยวได้

2.6.1.4 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร หากเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตัวนักท่องเที่ยวมากและนักท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารภาษานั้นได้ การเดินทางเป็นหมู่คณะไปกับบริษัทนำเที่ยวจะช่วยลดอุปสรรค

2.6.1.5 สิทธิพิเศษที่ได้รับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปหมู่คณะ อาจได้รับสิทธิพิเศษบางอย่าง เช่น การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญบางแห่งจะเปิดให้แก่บุคคลบางคณะเท่านั้น หรือการได้เดินทางไปกับบุคคลสำคัญในคณะ เป็นต้นเต็มที่

2.6.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตนเอง ทุกอย่าง หรือการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางส่วน เช่น การจองบัตรโดยสารเครื่องบิน การจองที่พักแต่เป็นผู้วางแผนการท่องเที่ยวที่จะเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมื่อใด และจะใช้เวลานานเท่าใดเป็นความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวคนนั่นเอง ในกรณีการท่องเที่ยวในลักษณะนี้นักท่องเที่ยวเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นแล้วแต่หากนักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคยกับเส้นทางหรือสถานที่นั้นๆ ก็อาจเสียทั้งเวลาและเงินทองมากเกินความจำเป็นได้ การท่องเที่ยวประเภทนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นๆมาก่อน หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นซ้ำอีกครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยกับสถานที่นั้นดีแล้ว เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ คือ



2.6.2.1 มีความเป็นส่วนตัวสูง และสามารถยืดหยุ่นเวลาได้ตาม  
ต้องการ ทั้งนี้หากเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามเวลา  
ที่กำหนดไว้บนรายการนำเที่ยวอย่างเคร่งครัด โอกาสที่จะเยี่ยมชมสถานที่ที่สนใจอย่าง  
ละเอียดจึงมีน้อย

2.6.2.2 ต้องการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณแหล่งท่องเที่ยว  
ที่ได้ไปเยือน กล่าวคือ หากท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวมักจะไปเยือนสถานที่  
ท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่นักท่องเที่ยวกลับไม่มีเวลาได้ศึกษาสถานที่นั้นอย่างละเอียดอย่างที่  
ต้องการ หรือขาดโอกาสที่จะได้เรียนรู้วัฒนธรรม หรือรู้จักกับคนในท้องถิ่นได้  
เต็มที่ นักท่องเที่ยวจึงเพียงได้แต่สัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวที่ผ่านไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่  
นักท่องเที่ยวที่เดินทางจะมีโอกาสในการสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนได้อย่างลึกซึ้ง  
ตามความต้องการ เนื่องจากมีเวลามากกว่า และสามารถวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเอง

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทาง  
การท่องเที่ยวในลักษณะนี้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ตามลักษณะของการจัดการเดินทางของ  
การท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะและการท่องเที่ยวแบบอิสระ

## 2.7 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว มีดังนี้

2.7.1 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยือนเพื่อนและญาติพี่น้อง

2.7.2 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

2.7.3 การท่องเที่ยวแบบอิงศาสนา

2.7.4 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

2.7.5 การท่องเที่ยวแบบสวัสดิการ

2.7.6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

2.7.7 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.7.8 การท่องเที่ยวแบบชมทิวทัศน์

2.7.9 การท่องเที่ยวแบบการแสวงหาความสำราญ

2.7.10 การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือทำกิจกรรม

2.7.11 การท่องเที่ยวแบบมุ่งความสนใจพิเศษ

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว มีดังนี้ เพื่อเยี่ยม  
เยือนเพื่อนและญาติพี่น้อง เพื่อเชิงธุรกิจ เพื่อแบบอิงศาสนา เพื่อสุขภาพ เพื่อแบบสวัสดิการ  
เพื่อการศึกษา เพื่อเชิงวัฒนธรรม เพื่อชมทิวทัศน์ เพื่อการแสวงหาความสำราญ เพื่อเข้าร่วม  
กิจกรรมหรือทำกิจกรรม เพื่อมุ่งความสนใจพิเศษ

2.8 ประเภทของนักท่องเที่ยว การจัดประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

2.8.1 ตามการจัดการเดินทาง

2.8.1.1 Mass Tourists กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน พักโรงแรมในระดับเดียวกัน รับประทานอาหาร และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ในแบบเดียวกัน

2.8.1.2 Eco Tourists นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่มุ่งรักษาสภาพแวดล้อมของระบบนิเวศน์

2.8.2 ตามจำนวนของนักท่องเที่ยว

2.8.2.1 เป็นกลุ่ม

2.8.2.2 เป็นส่วนบุคคล

2.8.3 ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 8 ประการ คือ

2.8.3.1 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด

2.8.3.2 การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่างๆ เช่นการศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี ละคร การนมัสการศูนย์ศาสนา เป็นต้น

2.8.3.3 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัย การศึกษา สอนหนังสือ ฝึกอบรม หรือดูงานต่างประเทศ ซึ่งจะต้องพำนักอยู่สถานที่นั้นๆ เป็นเวลานาน

2.8.3.4 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและบันเทิงคือการเดินทางไปชมหรือร่วมแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่างๆ

2.8.3.5 การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ

2.8.3.6 การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรกหมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรก เช่นการวาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น

2.8.3.7 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตรการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจะทำธุรกิจเสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

2.8.4.ตามวิธีการเดินทาง

2.8.4.1 แบบเหมาจ่าย

2.8.4.2 แบบเบ็ดเสร็จ

#### 2.8.4.3 แบบเป็นรางวัล

#### 2.8.4.4 แบบเช่าเหมาลำ

#### 2.8.5. ตามอายุ

#### 2.8.6. ตามเพศ

#### 2.8.7. ตามฐานะทางสังคม

#### 2.8.8. ตามประสบการณ์และบทบาท

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า การจัดประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้ ตามการจัดการเดินทาง ตามจำนวนของนักท่องเที่ยว ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ตามวิธีการเดินทาง ตามอายุ ตามเพศ ตามฐานะทางสังคมและตามประสบการณ์และบทบาท

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543 : 41-45) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่าเมื่อคนเรามีความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว ก็ต้องตัดสินใจก่อนว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใด จะใช้บริการประเภทไหน จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการ ในการตัดสินใจ ซึ่งสรุปกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย เป็นขั้นตอนที่หน่วยงานการท่องเที่ยวทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมายใน 4 รูปแบบ คือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขายเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวในตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายได้ทราบ อันจะนำไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงต้องพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวในตลาดเป้าหมายอย่างทั่วถึง เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น

2. นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน 4 รูปแบบ คือ จากสื่อโฆษณา จากการประชาสัมพันธ์ จากการส่งเสริมการขาย และจากพนักงานขายโดยข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ได้รับจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อชักจูงเร่งเร้าให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

3. ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนหลังจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว ก่อให้เกิดความต้องการเดินทาง

ท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไป หรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนได้เป็นอย่างดี

4. สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ ปัจจัยผลักดัน อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวัน อันได้แก่ ลักษณะทางสรีระวิทยาของมนุษย์ การมีเวลารว่างมากขึ้น การมีรายได้เพียงพอในการท่องเที่ยวการขยายตัวทางการศึกษา โครงสร้างสังคมที่เปลี่ยนแปลง ความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว อันได้แก่ การค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ประสิทธิภาพของการสื่อสาร การขยายตัวของธุรกิจนำเที่ยวระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ระบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดี ระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เป็นต้น อาจแบ่งสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวออกได้เป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

4.1 สิ่งจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่นคลายเครียด รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การชื่นชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

4.2 สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการอยากรู้ อยากเห็น วัฒนธรรมที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การชมศิลปะพื้นบ้าน การชมความเป็นอยู่ของชาวเขา การเข้าร่วมเทศกาลประเพณีต่างๆ

4.3 สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การเดินทางไปจาริกแสวงบุญ การเดินทางไปร่วมประกอบศาสนกิจ

4.4 สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการพัฒนายกระดับสถานะของตัวเองให้สูงขึ้น และมีชื่อเสียงมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมประชุมสัมมนา การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาการศึกษาต่อต่างประเทศ

5. การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจเข้าเสริม ก่อให้เกิดภาพพจน์การท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่นขึ้น แล้วทำการพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด

6. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่ศึกษาถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกแล้วว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งหมดเท่าใด ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวครั้งนั้น เพื่อเตรียมการให้พร้อมอาจต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการเก็บเงินด้วย เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหารเครื่องดื่ม ค่าบริการนำเที่ยว ค่าซื้อของที่ระลึก เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจขอข้อมูล และการช่วยเหลือด้านการวางแผน ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากธุรกิจนำเที่ยวก็ได้ นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนถึงความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยว อันประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญต่อไปนี้ คือ

- 6.1 เวลาว่าง จะต้องวางแผนว่าจะต้องใช้เวลาร่างช่วงใดในการท่องเที่ยวและใช้เวลาที่วัน
- 6.2 การเงิน จะต้องวางแผนว่าการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องใช้จ่ายเงินมากน้อยเพียงใด
- 6.3 สุขภาพ จะต้องวางแผนว่าการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการเตรียมตัวด้านสุขภาพ
- 6.4 อาชีพ จะต้องวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและมอบภารกิจการทำงานให้ใครทำแทน
- 6.5 ระยะเวลา จะต้องวางแผนถึงระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวว่าจะสอดคล้องกับเวลาร่าง การเงิน สุขภาพ และอาชีพหรือไม่อย่างไร

7. การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจะต้องเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว หลังจากที่ได้ออกค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ซึ่งการเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวมีหลายอย่างที่ควรคำนึงถึง เช่น การจองตัวยานพาหนะเดินทาง การจองตั๋วเครื่องบิน การยืนยันการเดินทาง การจัดทำเอกสารเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ต้องเตรียมเรื่องสัมภาระส่วนตัวที่จะนำติดตัวไปด้วย

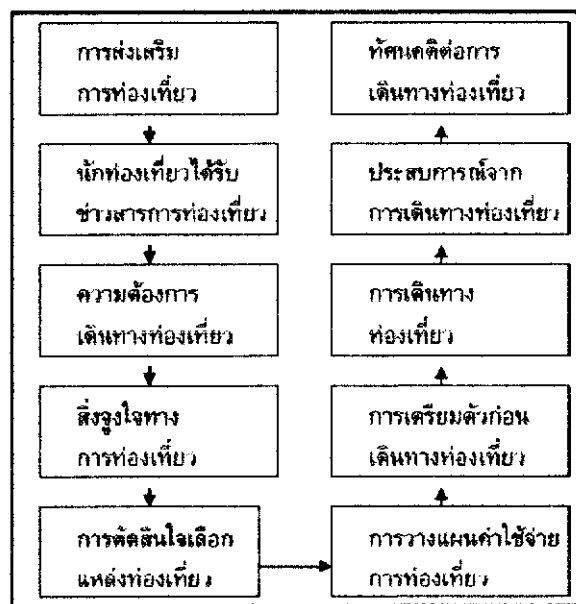
8. การเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เลือกแล้ว จนกระทั่งเดินทางกลับสู่ที่พักอาศัยในภูมิลำเนาเดิมโดยนักท่องเที่ยวจะมีการประเมินการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนถึงที่พักแรม อาหารการกินและบริการอื่น ๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง

9. ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะทำการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ หลังจากเสร็จสิ้นการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งการประเมินประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกอยู่ 2 ลักษณะ คือ ความรู้สึกพอใจ หรือความรู้สึกไม่พอใจ เป็นการประเมิน

ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับหรือสัมผัสจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว แล้วทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพึงพอใจ หรือความรู้สึกไม่พึงพอใจ

10. ทักษะคิดต่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวในครั้งนี้แล้ว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ก็จะมีทัศนคติที่ดี อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี ทำให้เขาไม่มาท่องเที่ยวซ้ำอีก และอาจนำไปบอกให้บุคคลอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยแผนภูมิต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นถึงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังภาพภาพประกอบที่ 2

ภาพที่ 2 แสดงกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว



ที่มา : บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2543 : 45.

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้ดังนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว ทักษะคิดต่อการเดินทางท่องเที่ยว

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

4.1 ความหมายของการจัดการ (จักรพันธ์ บัญจะสุวรรณ. 2544 : 35) ได้อธิบายถึงความหมายของการจัดการ คือ กระบวนการ ได้แก่ ความก้าวหน้า วิธีทาง การดำเนินการ วิธีการปฏิบัติ กรรมวิธีลำดับของการเปลี่ยนแปลง หมายถึงของศาล วิธีถ่ายแม่พิมพ์ กระบวนการแบบปฏิบัติ

ในประเด็นที่สอง การจัดการ คือ กิจกรรม เป็นการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

ในประเด็นที่สาม การจัดการ คือ การศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่และในประเด็นสุดท้าย คือ ด้วยความพยายามร่วมของกลุ่มบุคคล

สรุปได้ว่าการจัดการหมายถึง วิธีการปฏิบัติงานต่างๆ ของกลุ่มบุคคลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือเป็นการนำนโยบายมาปฏิบัติให้เห็นเป็นรูปธรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

ธงชัย สันติวงษ์ (2545 : 25) ให้ความหมายของการจัดการ หมายถึง ภารกิจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือหลายคน (ที่เรียกว่าผู้บริหาร) ที่เข้ามาทำหน้าที่ประสานให้การทำงานของบุคคลที่ต่างฝ่ายต่างทำ และไม่อาจประสบความสำเร็จจากการแยกกันทำ ให้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ด้วยดี

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2546 : 84) การจัดการ คือ กระบวนการในการประสานงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ประสิทธิภาพ วัดจากทรัพยากรที่ใช้กับผลผลิตที่ได้ ถ้าได้ผลผลิตมาโดยใช้ทรัพยากรน้อย หรือประหยัดที่สุดก็ถือว่ามีประสิทธิภาพ

ประสิทธิผล วัดจากความสามารถในการบรรลุเป้าหมายขององค์การ ซึ่งมักเป็นในระยะยาว บางครั้งการปฏิบัติงานอาจมีประสิทธิภาพแต่ไม่ประสิทธิผล หากองค์การไม่สามารถบรรลุทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล แสดงว่าองค์การนั้นมีผลิตภาพสูง

จากความหมายที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การจัดการ คือ กระบวนการ กิจกรรม หรือ การ ศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่อันที่จะเชื่อมั่นได้ว่า กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปในแนวทางที่จะบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน้าที่ในอันที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งสภาวะที่จะเอื้ออำนวยต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความพยายามร่วมกันของกลุ่มบุคคล

4.2 ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวจัดเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้มีผู้กล่าวถึงความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนี้

รุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ (2544 : 15) ได้ให้ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น และหลักฐานทางโบราณคดีหรือร่องรอยของสิ่งมีชีวิตในยุคต่างๆ ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และประกอบกิจกรรมนันทนาการ อันนำมาซึ่งความพอใจและความสุขในรูปแบบต่างๆ ได้

ราณี อธิชัยกุล (2546 : 19) ได้ให้ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน

วรรณ วรชวานิช (2546 : 13) ได้ให้ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวกิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น ประเพณีสงกรานต์ หรือแข่งเรือ

จากวรรณต่าง ๆ ที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นทั้งในลักษณะที่เป็นรูปแบบสามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง และลักษณะที่เป็นนามธรรมไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดในทางการท่องเที่ยว ทั้งเป็นมรดกที่ทรงคุณค่าของประเทศ โดยจะอยู่ในลักษณะที่เรียกว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือไม่อยู่ในลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวก็ได้ เช่น ภาษา วิถีชีวิต การแต่งกาย อาหารประจำชาติ

4.3 ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2529 : 39) ได้แยกลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท คือ

4.3.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตสงวนพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกชาติ ทะเล หาดทราย เป็นต้น

4.3.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

4.3.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้



ชูลิทธิ ชูชาติ (2544 : 14) ได้จัดแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีลักษณะเด่น แปลก สวยงาม มีคุณค่าต่อการเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจหรือแสวงหาความรู้ ซึ่งได้แบ่งย่อยออกตามประเภทของทรัพยากรธรรมชาติได้ 2 อย่างคือ

1.1 ทรัพยากรที่เสริมสร้างขึ้นใหม่ได้ตามขบวนการธรรมชาติ ทรัพยากรประเภทนี้เมื่อใช้แล้วก็สร้างเสริมขึ้นใหม่ได้ โดยการคืนรูปตามขบวนการธรรมชาติแต่อาจสูญสิ้นได้ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า หน้าผา น้ำตก หาดทราย เกาะ ซากดึกดำบรรพ์ ฯลฯ

1.2 ทรัพยากรที่เสริมสร้างขึ้นใหม่ได้ และไม่มี การสูญสิ้น เช่น แสงแดด อากาศ กระแสน้ำ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม ฯลฯ

2. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเหตุผลต่างๆ กัน เช่น เพื่อการศึกษา การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ ศาสนสถาน ระลึกถึงเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมอื่นๆ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างแบ่งได้เป็น 2 อย่างคือ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีวิตของชุมชนนั้นๆ เช่น พิธีกรรมต่างๆ ที่เกิดจากความเชื่อของบุคคลในชุมชน

2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงประวัติความเป็นมาในอดีต หรือเพื่อระลึกถึงเหตุการณ์ในอดีตของสังคมมนุษย์ ในสมัยนั้นๆ เช่น เมืองโบราณ เจดีย์ วัด สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์

จากแนวคิดสรุปได้ว่า การจัดแบ่งแหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กล่าวมา มีความคล้ายคลึงกัน โดยมีการแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้น

4.4 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (ชูลิทธิ ชูชาติ, 2544 : 15) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่

4.4.1 สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิงในแหล่งท่องเที่ยว

4.4.2 สิ่งอำนวยความสะดวก ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกหรือบริการอื่นๆ ในเรื่องระบบการสื่อสาร และสาธารณูปโภค

4.4.3 การขนส่ง การขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวและการนำนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมจุดต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

4.4.4 การต้อนรับ การต้อนรับจากผู้ประกอบการ พนักงานและประชาชนในท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจคิดถึงแหล่งเที่ยวและต้องการกลับมาเยือน

4.5 การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2543 : 1) ได้กล่าวถึงการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแต่ละระบบนิเวศ ผู้รับผิดชอบต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ในการจัดการ เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐานสากล โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

4.5.1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์

4.5.2 มีความพร้อมในการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติ ภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวกเบื้องต้น จุดบริการข่าวสาร มุมนิทรรศการ ห้องสุขา มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

4.5.3 มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ทั้งเส้นทางไปและกลับทางเดิม เส้นทางเป็นแบบวงรอบ หรือวงกลม ระยะทางตั้งแต่ 1 กิโลเมตร ขึ้นไป

4.5.4 มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นระยะเพื่อความรู้แก่นักท่องเที่ยว

4.5.5 มีแผนที่และคู่มือนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ต่อนักท่องเที่ยว

4.5.6 มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่จำนวนนักท่องเที่ยว

4.5.7 มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

4.5.8 มีบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น องค์กรภาครัฐใน ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค องค์กรภาคเอกชน และองค์กรพัฒนาเอกชน เป็นต้น

4.5.9 มีนโยบายต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นชัดเจน เช่น การจัดการขยะ การจัดการน้ำเสีย การจัดการมลพิษต่างๆ และการฟื้นฟูองค์ความรู้ท้องถิ่น

4.5.10 มีแผนพัฒนาบุคลากรและการบริการสู่ระดับมาตรฐานสากล

4.5.11 หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรมจะต้องเป็นที่พักแรมระดับการรักษาสิ่งแวดล้อม

วรรณดา ศิลปะอาษา (2545 : 52-60) ได้กล่าวถึง การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยหลักการในการจัดการโดยทั่วไปเช่นกัน ซึ่งหลักการจัดการโดยทั่วไป หมายถึงการทำให้งานสำเร็จโดยอาศัยบุคคลอื่นเป็นผู้ทำ ซึ่งสามารถพิจารณารายละเอียด ได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว จะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการ ดังนี้

1. ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ การจัดการปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ย่อมมีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรเหล่านั้นประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1.1 คน หมายถึง ทรัพยากรบุคคลที่ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพงาน โดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความรู้ ความสามารถ และมีจิตสำนึกในการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.2 เครื่องจักร หมายถึง อุปกรณ์ เครื่องจักร ที่จัดหามาเพื่อให้ปฏิบัติงานในการจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า

1.3 เงินทุน หมายถึง เงินทุนระยะสั้นหรือระยะยาวที่เป็นปัจจัยสำคัญในการให้การสนับสนุนในการจัดหาทรัพยากรต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้การดำเนินกิจกรรมขององค์กรเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ

1.4 วัสดุสิ่งของ หมายถึง วัสดุสิ่งของที่ต้องจัดหามาใช้ในการดำเนินกิจกรรมขององค์กรเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จ

2. ปัจจัยด้านตลาด หมายถึง ตลาดที่ประกอบด้วยลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่ธุรกิจมุ่งที่จะเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว การจัดการด้านทรัพยากรท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นสินค้า และสิ่งดึงดูดในทางการท่องเที่ยว จึงต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ต้องมีการศึกษาถึงลักษณะความเป็นไปของตลาด การวิเคราะห์กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวต้องเน้นแนวทางการจัดการ ด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม เพื่อให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวคงสภาพสมบูรณ์ที่สุดในระยะยาว

3. ปัจจัยด้านวิธีการปฏิบัติงาน หมายถึง การกำหนดระบบงาน ระเบียบ ขั้นตอน วิธีปฏิบัติงานในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องกำหนดให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด สามารถกำหนดตัวบุคลากรและเลือกเครื่องมือในการจัดการได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนได้ผลงานตรงตามวัตถุประสงค์และมีมาตรฐานที่ดี

4. ปัจจัยด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จคนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง การจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องยินดีที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ และมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติ จึงเป็นศิลปะของหัวหน้างานในการใช้ความสามารถของการเป็นผู้นำทำการจูงใจ และ

ส่งเสริมขวัญกำลังใจต่อผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติงานให้ดีที่สุด คำนี้ถึงการประสานประโยชน์ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

5. วิธีการจัดการ หมายถึง วิธีการกระบวนการหรือมาตรการในการจัดการกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากต่อความสำเร็จในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว มีดังนี้ ดังนี้ ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ ปัจจัยด้านตลาด ปัจจัยด้านวิธีการปฏิบัติงาน ปัจจัยด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน วิธีการจัดการ

### 5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา

5.1 ความหมายการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2545 : 16) ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์ ถ้ำหินงอก หินย้อย เพื่อดูความงามภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงพื้นที่โลกศึกษาธรรมชาติของหินประเภทต่างๆ และซากบรรพชีวินหรือฟอสซิล ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาไว้ดังนี้

5.1.1 เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีลักษณะธรณีที่งามแปลกตา

5.1.2 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของโลกเรื่องหิน ดิน แร่ ฟอสซิลที่เกิดขึ้น และเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในธรรมชาตินั้น

5.1.3 เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้เกี่ยวข้อง

5.1.4 เป็นการจัดการโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมทุกภาค

(หน่วยงานราชการผู้ประกอบการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ร่วมกันจัดการด้านสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้และได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาคร่วมกัน

5.1.5 มีนักสื่อความหมายธรรมชาติ หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม

5.1.6 มีการร่วมกันกำหนดนโยบายวางแผนและจัดทำแผนปฏิบัติงาน ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวระยะสั้น ระยะยาว

5.1.7 นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ความปลอดภัยความรู้และประสบการณ์ใหม่

วรรณ วรษ์วานิช (2546 : 48) ได้อธิบายถึงการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาเป็นการท่องเที่ยวไปในแหล่งธรรมชาติ ที่มีลักษณะภูมิประเทศแบบต่างๆ ที่เกิดจากการผ่นแปร

ของเปลือกโลก เช่น ภูเขา หน้าผา ดินถล่ม ฟอสซิล เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับทั้งความสนุกทั้งความรู้ทางด้านธรณีวิทยาควบคู่ไปด้วย โดยมีปัจจัยที่ส่งเสริมดังนี้

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีภูมิประเทศที่งดงามหรือแปลกประหลาด
2. เป็นแหล่งที่สามารถศึกษาค้นคว้าหรือได้รับความรู้ทางด้านธรณีวิทยาการเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลก แร่ธาตุ ตลอดจนระบบนิเวศในบริเวณนั้น
3. เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดการร่วมมือกันระหว่างเจ้าของท้องถิ่นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ในการวางแผนและจัดการเพื่อพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
4. มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชมและให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความรู้และความสะดวกปลอดภัย

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 6) ได้อธิบายถึง การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์ โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อชมความงามภูมิทัศน์ที่มีความแปลกจากการเปลี่ยนแปลงของพื้นโลก และซากบรรพชีวินหรือฟอสซิล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ความหมายการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์ ถ้ำหินงอก หินย้อย เพื่อดูความงามภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงพื้นที่โลกศึกษาธรรมชาติของหินประเภทต่างๆ และซากบรรพชีวินหรือฟอสซิล

5.2 ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา สำหรับลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีรูปร่างลักษณะ โดดเด่นจากสภาพรอบข้าง มีความสวยงามสามารถดึงดูดความสนใจหรือความแปลกหายากจนเป็นที่ต้องการพบเห็นสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นได้หลายรูปแบบตามกระบวนการทางธรณีวิทยาที่มากระทำ ต่อพื้นผิวโลก บางรูปแบบเกิดขึ้นจากกระบวนการปรับระดับแผ่นดิน บางแบบเกิดจากลักษณะของโครงสร้างทางธรณีวิทยา และบางแหล่งที่น่าสนใจเนื่องจากซากดึกดำบรรพ์ที่ฝังอยู่ในเนื้อหิน เช่น แหล่งซากไดโนเสาร์ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางธรณีวิทยาเหล่านี้เป็นแหล่งธรรมชาติที่ไม่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง เมื่อเสื่อมสภาพไปแล้วไม่สามารถฟื้นคืนสู่สภาพได้ด้วยตัวเองได้ เช่น ภูเขาหินปูน หากได้มีการระเบิดนำหินไปใช้จนหมดแล้วภูเขาเหล่านี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นทดแทนใหม่ได้ ต่างจากแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางนิเวศวิทยา ซึ่งมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง เมื่อเสื่อมสภาพไปแล้วสามารถฟื้นคืนสู่สภาพเดิมได้ด้วยตัวเอง เช่น สภาพป่า

ถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า สิ่งเหล่านี้เมื่อไม่มีการรบกวนอีกจะค่อยๆ พื้นตัวจนคืนสภาพหรือใกล้เคียงสภาพเดิมหรือเปลี่ยนสภาพนิเวศใหม่ได้

อภิชาติ สุรินทร์คำ (2546 : 7) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นข้อมูลธรณีวิทยา ได้แก่ ซากดึกดำบรรพ์ (พืชและสัตว์)
2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ได้แก่ น้ำพุต่างๆ
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรณีสัณฐาน จำแนกตามลักษณะการเกิด

วิวัฒนาการได้ดังนี้

- 3.1 ภูมิลักษณะของภูเขา ได้แก่ ภูเขาทั่วไป
- 3.2 ภูมิลักษณะแบบคาสต์ ได้แก่ ถ้ำ ถ้ำธารลอด หลุมยุบ
- 3.3 ภูมิลักษณะแบบสายน้ำ ได้แก่ ทางน้ำต่างๆ แก่ง น้ำตก
- 3.4 ภูมิลักษณะจากการผุสึกกร่อน ได้แก่ เสาหิน ละลุ
- 3.5 ภูมิลักษณะชายฝั่งทะเล ได้แก่ หาดทราย ลากูน ที่ราบน้ำขึ้น

ป่าชายเลน

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีรูปร่างลักษณะ มีความสวยงามสามารถดึงดูดความสนใจหรือความแปลกหายากจนเป็นที่ต้องการพบเห็นสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นได้หลายรูปแบบตามกระบวนการทางธรณีวิทยาที่มากกระทำ ต่อพื้นผิวโลก จำแนกออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นข้อมูลธรณีวิทยา แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนและแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรณีสัณฐาน

## 6. แนวทางการบริหารจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์

6.1 การบริหารจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์ (คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. 2548 : 34-38) ได้อธิบายถึง แนวทางการบริหารจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์ ดังนี้

6.1.1 วิสัยทัศน์ “การอนุรักษ์ซากและแหล่งซากดึกดำบรรพ์ให้คงไว้ อย่างยั่งยืนเพื่อเป็นแหล่งค้นคว้า และเรียนรู้ พร้อมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวและรายได้ของท้องถิ่น

### 6.1.2 วัตถุประสงค์ของการบริหารจัดการ

6.1.2.1 เพื่อจัดระบบบริหารจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์ที่เหมาะสม โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และท้องถิ่นมีส่วนร่วม

6.1.2.2 เพื่ออนุรักษ์ซากและแหล่งซากดึกดำบรรพ์ให้เป็นแหล่งสร้างองค์ความรู้และเรียนรู้ของประชาชน

6.1.2.3 เพื่อให้แหล่งซากดึกดำบรรพ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ทั้งระดับชาติและนานาชาติ รวมทั้งเป็นแหล่งรายได้ของท้องถิ่น

### 6.1.3 เป้าหมาย

6.1.3.1 อนุรักษ์ซาก และแหล่งซากดึกดำบรรพ์ให้คงไว้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งค้นคว้าหาความรู้ และศูนย์ข้อมูล เพื่อถ่ายทอดความรู้ และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ซากดึกดำบรรพ์ของประชาชน

6.1.3.2 จัดให้มีพิพิธภัณฑ์ธรณีวิทยา และซากดึกดำบรรพ์ ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น

6.1.4 กลยุทธ์ในการบริหารจัดการ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ มี 3 ประการ ได้แก่

6.1.4.1 การกำหนดเขตการจัดการ การแบ่งเขตการจัดการมีจุดมุ่งหมาย เพื่อที่จะกำหนดเขตพื้นที่จัดการและกำกับดูแลการใช้ประโยชน์แต่ละพื้นที่ให้เป็นไปตามกรอบขอบเขตที่กำหนดไว้ สำหรับเขตการจัดการแบ่งออกเป็น 3 พื้นที่ ได้แก่

6.1.4.1.1 พื้นที่สงวน เป็นพื้นที่ที่สงวนไว้ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาด้วยและการท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

6.1.4.1.2 พื้นที่อนุรักษ์ พื้นที่บริเวณเป็นแนวกันชนระหว่างพื้นที่สงวนและพื้นที่พัฒนา หรือที่บริเวณควรแก่การอนุรักษ์ไว้แต่ยินยอมให้ใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาได้บ้าง แต่ต้องไม่เกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมไม่เกิดผลกระทบต่อพื้นที่สงวน

6.1.4.1.3 พื้นที่พัฒนา เป็นพื้นที่ภายนอกที่ใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนา เช่น พื้นที่เพาะปลูกพื้นที่ตั้งชุมชน เป็นต้น

สำหรับการกำหนดเขตการจัดการ ได้พิจารณาจากข้อมูลพื้นฐานและสภาพที่เป็นอยู่ของแหล่งซากดึกดำบรรพ์ โดยเฉพาะการใช้ที่ดิน พื้นที่ที่สำรวจพบซากดึกดำบรรพ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่บริเวณนั้น

6.1.4.2 การกำหนดรูปแบบการจัดการ เนื่องจากแหล่งซากดึกดำบรรพ์ในประเทศไทยมีจำนวนมาก การบริหารจัดการควรมีกรอบที่กำหนดรูปแบบการจัดการทั้งนี้เพื่อความเหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบ และที่ตั้งของแหล่งซากดึกดำบรรพ์นั้นๆ การกำหนดลำดับของรูปแบบออกได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบ A, B และ C

รูปแบบ A (ระดับภาค) มีภารกิจ ดังนี้

1. การศึกษาวิจัย
2. พิพิธภัณฑ์ นิทรรศการ การให้ความรู้
3. ศูนย์ข้อมูล ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์
4. แหล่งท่องเที่ยว ระดับชาติและนานาชาติ
5. การอนุรักษ์แหล่งซากดึกดำบรรพ์
6. การบริหาร (แหล่งอื่นๆ ในความรับผิดชอบ)

รูปแบบ B (ระดับพื้นที่) มีภารกิจ ดังนี้

1. การค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับซากและแหล่งธรณี
2. นิทรรศการ ถ่ายทอดความรู้
3. แหล่งท่องเที่ยว ระดับชาติ
4. ข้อมูล ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์
5. อนุรักษ์แหล่งซากดึกดำบรรพ์

รูปแบบ C (ระดับท้องถิ่น) มีภารกิจ ดังนี้

1. การสำรวจข้อมูลซากดึกดำบรรพ์แหล่งธรณีและถ่ายทอดความรู้
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยว (ของท้องถิ่น)
3. การอนุรักษ์แหล่งซากดึกดำบรรพ์
4. การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์

จากข้อมูลแหล่งซากดึกดำบรรพ์ที่มีศักยภาพเป็นระดับ A (ระดับภาค)มีจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ภูเวียง และภูเก้า และระดับ B (ระดับพื้นที่) มี 2 แห่ง ได้แก่ ไม้กลายเป็นหิน จังหวัดนครราชสีมาและสุสานหอย จังหวัดกระบี่ ส่วนที่เหลือเป็นระดับ C (ระดับท้องถิ่น)ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปแบบของการจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์แต่ละแหล่ง

แหล่งซากดึกดำบรรพ์	ระดับแหล่ง	ข้อพิจารณาแหล่ง				
		การศึกษาวิจัย	พิพิธภัณฑ์นิทรรศการ	แหล่งท่องเที่ยว	ข้อมูลข่าวสาร	คะแนนรวม
1. ภูเก้า, ภาพลันธุ์	A	3	3	3	3	12
2. ภูเวียง, ขอนแก่น	A	3	3	-	3	12
3. ช้างโบราณ, นครราชสีมา	C	1	1	-	1	4
4. ไม้กลายเป็นหิน, นครราชสีมา	B	2	3	-	2	9
5. แม่เมาะ, ลำปาง	C	2	1	-	1	6
6. เชียงม่วน, พะเยา	C	1	1	-	1	4
7. สุสานหอย, กระบี่	B	2	2	-	3	9
8. พิพิธภัณฑ์เฉลิมพระเกียรติฯ	-	-	-	-	-	-

ที่มา : คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. 2548 : 34-38.



6.1.4.3 การบริหารจัดการที่ประชาชนมีส่วนร่วม เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายในการบริหารส่วนท้องถิ่นและความเหมาะสมในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ จึงความที่จะให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารจัดการของแต่ละแหล่งของชาวกติกด้าบรพ

6.2 การบริหารจัดการชาวกติกด้าบรพในภาพรวม ตามที่ได้ทราบกันแล้วว่า ชาวกติกด้าบรพเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของประเทศไทยและของโลก ที่ให้ความรู้แก่ชาวไทย และชาวโลกว่าในอดีตนับล้านปีนั้น มีสภาพธรรมชาติเป็นอย่างไร ทั้งนี้เนื่องจากชาวกติกด้าบรพเกิดขึ้นบนโลกก่อนการเกิดของมนุษย์ ดังจะเห็นได้จากไดโนเสาร์ ได้สูญพันธุ์ไปเมื่อประมาณ 65 ล้านปีมาแล้ว แต่มนุษย์เราได้เกิดขึ้นและอาศัยอยู่บนโลกนี้เพียง 100,000 ปีเท่านั้น จากสภาพดังกล่าว การบริหารจัดการแหล่งชาวกติกด้าบรพมี “การให้ความรู้แก่ประชาชนและอนุรักษ์ชาวกติกด้าบรพ และแหล่งชาวกติกด้าบรพ เพื่อการเรียนรู้” เป็นสำคัญ โดยจัดให้มีพิพิธภัณฑ์กระจายอยู่ในภาคต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อการเรียนรู้และการอนุรักษ์แหล่งชาวกติกด้าบรพ เพื่อการศึกษาในรายละเอียด จากกรอบความคิดดังกล่าว จึงได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการแหล่งชาวกติกด้าบรพของประเทศไว้ดังนี้

6.2.1 การแบ่งเขตการบริหารจัดการแหล่งชาวกติกด้าบรพ การกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งชาวกติกด้าบรพ ได้แบ่งออกเป็นเขต โดยมีหลักการในการแบ่งพื้นที่ดังนี้

6.2.1.1 ลักษณะทางธรณีวิทยา โดยแบ่งเขตการบริหารจัดการออกตามลักษณะทางธรณีวิทยาของแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน

6.2.1.2 ลักษณะทางด้านนการปกครอง โดยพิจารณาแข่งตามภาคต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ จึงแบ่งเขตการบริหารจัดการชาวกติกด้าบรพของประเทศออกเป็น 4 ภาค ได้แก่

1. ศูนย์บริหารจัดการแหล่งชาวกติกด้าบรพ ภาคเหนือ
2. ศูนย์บริหารจัดการแหล่งชาวกติกด้าบรพ ภาคกลาง
3. ศูนย์บริหารจัดการแหล่งชาวกติกด้าบรพ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4. ศูนย์บริหารจัดการแหล่งชาวกติกด้าบรพ ภาคใต้

6.2.2 การกิจของศูนย์ฯ การกิจหลักของศูนย์ฯ ระดับภาค แบ่งออกดังนี้

6.2.2.1 การกิจด้านการศึกษา วิจัย และสร้างองค์ความรู้

6.2.2.2 การศึกษา วิจัย ชาวกติกด้าบรพในพื้นที่แต่ละภาค

6.2.2.3 การจัดทำเอกสารและตำราทางด้านธรณีวิทยาและ

ชาวกติกด้าบรพ

#### 6.2.2.4 การจัดให้มีห้องปฏิบัติการเพื่อการเก็บรักษาซากดึกดำบรรพ์

#### 6.2.3 การสร้างความเข้าใจกับสังคม

##### 6.2.3.1 ให้การศึกษาแก่สังคมทั้งในระบบ และนอกระบบการศึกษา

##### 6.2.3.2 การจัดนิทรรศการ และสื่อการเรียนการสอนเพื่อการเรียนรู้ของสังคม

##### 6.2.3.3 การพัฒนาศูนย์ฯ ภาค ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและการท่องเที่ยวเชิงสาระ การเรียนรู้ในลักษณะของ (edutainment)

#### 6.2.4 ลักษณะขององค์กร รูปแบบขององค์กรที่เหมาะสมในการบริหารจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์ด้วย ระหว่างหน่วยงานราชการ องค์กรมหาชน และหน่วยบริการรูปแบบหน่วย บริการรูปแบบพิเศษ

### 7. ลักษณะทั่วไปและประวัติของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ มีกำเนิดมาจากสถานการณ์วิกฤติของทรัพยากรซากดึกดำบรรพ์ไม้กลายเป็นหินของโคราชและภาคอีสาน ที่ถูกยึดครองเป็นสมบัติส่วนตน หรือถูกนำออกจากแหล่งกำเนิดเพื่อขายทั้งภายในและต่างประเทศนับเป็นจำนวนค่อนข้างใหญ่หลายพันก้อนทั้ง ๆ ที่ในประเทศพัฒนาแล้วอย่างสหรัฐอเมริกา จะมีการอนุรักษ์ไว้ในรูปอุทยานแห่งชาติหรืออุทยานไม้กลายเป็นหินเกือบ 20 แห่ง พิพิธภัณฑ 5 แห่ง และอนุรักษ์นานกว่า 100 ปีมาแล้ว จากสถานการณ์ดังกล่าวผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประเทือง จินตสกุล หัวหน้าภาควิชาภูมิศาสตร์ สถาบันราชภัฏนครราชสีมาในขณะนั้น จึงได้เสนอโครงการจัดสร้างอุทยานและพิพิธภัณฑไม้กลายเป็นหินขึ้นเมื่อ 17 พ.ย. 2537 ในเวทีอภิปรายเรื่อง “ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมโคราชในทศวรรษหน้า” ที่จัดโดยศูนย์ข้อมูลท้องถิ่นของสถาบันราชภัฏนครราชสีมา ร่วมกับหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา ณ โรงแรมสีมาธานี ผู้ว่าราชการจังหวัด นายสุพร สุภสร ขณะนั้น ได้ประกาศสนับสนุนโครงการนี้ ด้วยงบ 1 ล้านบาท เพื่อจัดทำแผนแม่บทการจัดสร้างพิพิธภัณฑ และผู้ว่าราชการจังหวัดคนต่อมาได้เสนอโครงการของงบประมาณจากหลายภาคส่วน สำหรับสถาบันราชภัฏนครราชสีมาได้จัดนิทรรศการและถวายรายงานแด่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งต่อมาพระองค์ได้ติดตามความคืบหน้าของโครงการนี้อยู่เสมอ รวมทั้ง ฯพณฯ สุวัจน์ ลิปตพัลลภ อดีตรองนายกรัฐมนตรีและอดีตรัฐมนตรีกระทรวงอุตสาหกรรมในขณะนั้น ได้เป็นผู้สนับสนุนสำคัญในการผลักดันงบประมาณเพื่อการพัฒนาและจัดสร้างพิพิธภัณฑให้พร้อมและจะสามารถเปิดบริการอย่างเป็นทางการได้ใน พ.ศ. 2552 พิพิธภัณฑแห่งนี้ก็จะเป็พิพิธภัณฑไม้กลายเป็นหินแห่งแรกของเอเชียและเป็น 1 ใน 7 แห่งของโลก (5 แห่งอยู่ในสหรัฐอเมริกา 1 แห่งในประเทศกรีซ)

## ปรัชญา

“เรียนรู้อดีต...เข้าใจปัจจุบัน...จินตนาการอนาคต”

(Learning from the past... Understanding the present and imagining the future)

## วิสัยทัศน์

สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ จะเป็นสถาบันบรรพชีวินในลักษณะบริการรูปแบบพิเศษ (SDU) ในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาและมุ่งทำงานระดับนานาชาติ เพื่อการอนุรักษ์ ศึกษา วิจัย ซากดึกดำบรรพ์โดยจะเป็นผู้นำของโลกในด้านพิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหินและซัง ดึกดำบรรพ์ รวมทั้งเป็นผู้นำของอาเซียนในด้านพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์

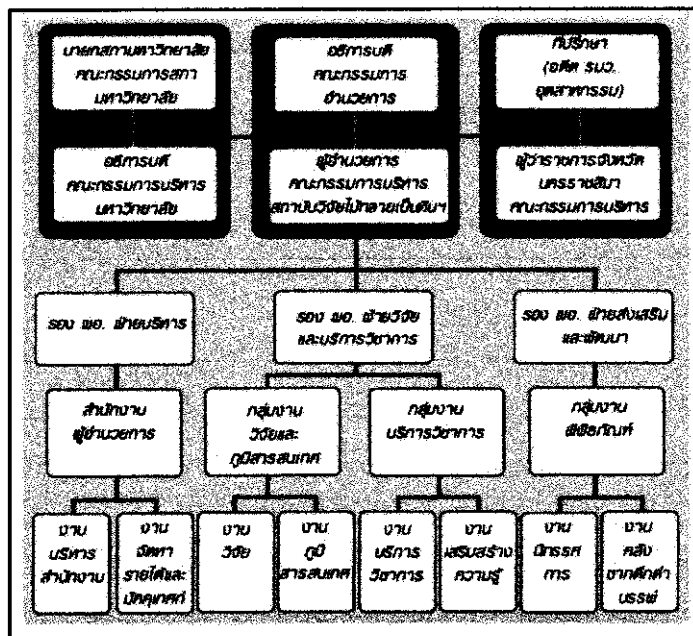
## พันธกิจ

1. สำรวจ เก็บรวบรวม อนุรักษ์ซากดึกดำบรรพ์และทรัพยากรธรณีของท้องถิ่น
2. ศึกษาวิจัยซากดึกดำบรรพ์และทรัพยากรธรณี
3. จัดแสดงนิทรรศการและสร้างเครือข่ายการพัฒนาสถาบันวิจัย ฯ และพิพิธภัณฑ์
4. สร้างกระบวนการเรียนรู้และให้บริการทางวิชาการด้านซากดึกดำบรรพ์และ ทรัพยากรธรณี

## 8. โครงสร้างคณะกรรมการของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ได้มีการจัดโครงสร้างเพื่อการบริหารจัดการ ดังปรากฏ ในภาพที่ 3

ภาพที่ 3 โครงสร้างคณะกรรมการของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ



ที่มา : สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ. 2553 : 45.

### 9. สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

มีการจัดส่วนการแสดงออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนภายนอกอาคารและภายในอาคาร ดังนี้

#### 9.1 ภายนอกอาคาร

9.1.1 สวนอนุสรณ์สถานไม้กลายเป็นหิน ร. 6 จำลองจากอนุสรณ์สถานจริง ขนาดจริง จากบ้านตะกุดขอนแก่น ตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นเครื่องรำลึกถึงแนวคิดการอนุรักษ์ไม้กลายเป็นหินของ ร.6 ตั้งแต่เมื่อเกือบ 90 ปีก่อน จุดมุ่งหมายเพื่อแสดงภูมิประเทศในอดีตของพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ กำเนิดของชุมชนและที่มาของชื่อหมู่บ้าน

9.1.2 สวนจำลองภูมิประเทศไม้กลายเป็นหินลุ่มน้ำมูล-ชี แสดงเกี่ยวกับการกระจายและการกำเนิดของเนินกรวดและไม้กลายเป็นหินในภาคอีสาน ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาถึงสุรินทร์และจากจังหวัดบุรีรัมย์ถึงขอนแก่นและกาฬสินธุ์ รวมทั้งลำน้ำมูลและชีเป็นส่วนใหญ่

9.1.3 นิทรรศการไม้กลายเป็นหินโคราช-ขอนแก่น เพื่อแสดงแหล่งไม้กลายเป็นหินสำคัญของภาคอีสาน คือ จังหวัดนครราชสีมาและขอนแก่น ซึ่งมีความโดดเด่นด้านขนาดใหญ่หรือมีสีสันทึบสวยงาม

## 9.2 ภายในอาคาร

9.2.1 พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน เนื่องจากไม้กลายเป็นหินพบได้ในเกือบทุกจังหวัดของภาคอีสาน จึงไม่สามารถนำไม้กลายเป็นหินทั้งหมดและจำนวนมากมาจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ได้ ส่วนใหญ่จึงจัดแสดงไว้ในงานภูมิทัศน์ของพิพิธภัณฑ์ โดยแยกเป็นโซนพื้นที่ของไม้กลายเป็นหินจังหวัดต่างๆ ขณะที่ในพิพิธภัณฑ์จะเน้นไม้กลายเป็นหินของจังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะการเน้นลักษณะเด่นพิเศษที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ 3 ประการ คือ 1) ไม้กลายเป็นหินอำมฤต 2) ไม้กลายเป็นหินวงศ์ปาล์ม และ 3) ไม้กลายเป็นหิน

9.2.2 ห้องเฉลิมพระเกียรติ สถาบันพระมหากษัตริย์ไทยกับการอนุรักษ์ไม้กลายเป็นหิน เพื่อแสดงภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและข้อความพระราชดำรัสที่เกี่ยวกับความสำคัญของ“โบราณวัตถุ”ภาพของอนุสรณ์สถานไม้กลายเป็นหิน ร.6 รวมทั้งภาพของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯสยามบรมราชกุมารีที่ทรงสนพระทัยในนิทรรศการและติดตามโครงการอนุรักษ์ไม้กลายเป็นหินของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาและจังหวัดนครราชสีมา ตั้งแต่ พ.ศ. 2540

9.2.3 ห้องฉายวีดิโอแอนิเมชัน กำเนิดโลก วิวัฒนาการสิ่งมีชีวิตและประวัติพิพิธภัณฑ์ เป็นห้องฉายขนาด 30 ที่นั่ง พื้นไหวสะเทือนได้ สัมพันธ์กับเนื้อหาบนจอภาพที่มีอยู่ 3 จอ

9.2.4 ห้องฉายวีดิโอแอนิเมชัน กำเนิดไม้กลายเป็นหินโครกเดือนห้า เป็นห้องฉายที่จำลองบรรยากาศป่าดงดิบและลำน้ำที่ไหลมาจากแดนไกล ภาพม่านน้ำตกซึ่งเป็นจอภาพด้วย ฉายให้เห็นถึงกำเนิดไม้กลายเป็นหินในบริเวณบ้านโครกเดือนห้า

9.2.5 ห้องนิทรรศการไม้กลายเป็นหินอำมฤต แสดงไม้กลายเป็นหินอำมฤตขนาดใหญ่ หลากหลายอายุ และไม้กลายเป็นหินตระกูลปาล์ม ซึ่งเป็นความโดดเด่น 3 อย่างของไม้กลายเป็นหินในจังหวัดนครราชสีมา

9.2.6 พิพิธภัณฑ์ช้างศึกดำบรรพ์ เนื่องจากมีการพบซากช้างศึกดำบรรพ์จำนวนมากและหลากหลายชนิดในบริเวณที่ราบ ลุ่มแม่น้ำมูลและสาขา ครอบคลุมพื้นที่หลายอำเภอของจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ โนนสูง จักราช พิมาย และอำเภอเมืองนครราชสีมา โดยเฉพาะที่ตำบลท่าช้างของอำเภอเฉลิมพระเกียรติเพียง 1 ตำบล พบช้างศึกดำบรรพ์ถึง 8 สกุล จาก 42 สกุลที่พบทั่วโลก มีอายุอยู่ในสมัยไมโอซีนตอนกลางถึงสมัยไพลสโตซีนตอนต้น (16-0.8 ล้าน ปีก่อน) คือ ช้างสิ่งจากอมโพธิ์เรียม ช้างงาจบโปรโดโนธิเรียม ช้างงาเสียมโปรตานันคัส ช้างงายาวอะนันคัส ช้างสเตโกโลโฟดอน ไฮโนมาสโตดอน สเตโกดอน และช้างเอลิฟาสที่เป็นสกุลเดียวกับช้างไทยปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังพบสัตว์มีกระดูกสันหลังอื่นๆ ที่อยู่ร่วมกันกับช้างศึกดำบรรพ์อีกหลายสิบชนิด เช่น ยีราฟคอสั้น เอบที่เป็นบรรพบุรุษของอูรังอุตัง สัตว์ที่คล้ายหมูและฮิปโปซึ่งเรียกว่าเมอร์โคโปเตมัส สัตว์พวกวัว หมูป่า

ขนาดเล็ก-ใหญ่ กวางแอนติโลป เสือเขี้ยวดาบ แรด ม้าฮิปโปเรียน เต่า ตะพาบน้ำ จระเข้และ หอยต่าง ๆ ซึ่งทั้งหมดจัดแสดงร่วมกันในพิพิธภัณฑ์ช้างศึกตำบลบวรพ์ อันนับเป็นการสนับสนุน ความสำคัญของช้างในฐานะสัตว์ประจำชาติไทย

9.2.7 อุโมงค์ช้างศึกตำบลบวรพ์ เป็นอุโมงค์ย้อนเวลาที่แสดงวิถีชีวิตมนุษย์ในยุคก่อน ประวัติศาสตร์ของดินแดนทางนครราชสีมาถึงชีวิตของช้างศึกตำบลบวรพ์เมื่อ 16 ล้านปีก่อน

9.2.8 วิถีทัศน์และนิทรรศการ เรื่องช้างศึกตำบลบวรพ์ บอกเล่าถึงชนิดของช้างใน จังหวัดนครราชสีมา แถบลุ่มน้ำมูล รวมทั้งแสดงฟอสซิล ช้างจากพม่า ไทยเมมมอธและ มาสโตดอนจากอเมริกาและงาช้างกลายเป็นหินที่ใหญ่ที่สุดที่คาดว่าท่านไม่เคยเห็นในที่อื่นมาก่อน

9.2.9 พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ เนื่องจากตำบลโคกกรวดที่อยู่ใกล้พิพิธภัณฑ์หรือ กระทั่งตำบลสุรนารีที่เป็นที่ตั้งพิพิธภัณฑ์ มีชั้นส่วนกระดูกและฟันไดโนเสาร์กระจายอยู่ทั่วไป และพบต่อเนื่องเป็นพื้นที่กว้างขวางกว่า 28,000 ไร่ แต่พบอยู่เป็นจำนวนมากโดยสามารถ จำแนกเบื้องต้นได้ถึง 4 พวก คือ พวกอัลโลซอร์ หรือพวกกินเนื้อขนาดใหญ่ที่คาดว่าอาจยาว ถึง 10 เมตร พวกซอโรพอด หรือพวกกินพืชขนาดใหญ่ มีคอและหางยาว คาดว่ามีความไม่ต่ำกว่า 15 เมตร ส่วนพวกขนาดกลางและกินพืช คือ อิกัวโนดอนต์ที่มีฟันคล้ายกิ่งก่าอิกัวนา กับ แสดโครซอร์หรือไดโนเสาร์ปากเปิด ไดโนเสาร์เหล่านี้อยู่ในยุคครีเทเชียสตอนต้น (ประมาณ 100 ล้าน ปีก่อน) และมีความแตกต่างกับไดโนเสาร์ที่พบในจังหวัดขอนแก่น ภาพสิรินธุ์ หรือ จังหวัดชัยภูมิ บางพวกถือว่าพบเป็นแหล่งแรกของประเทศไทย เช่น พวกอัลโลซอร์และ แสดโครซอร์ นอกจากนี้ ยังพบพวกสัตว์เลื้อยคลานบินหรือเทอโรซอร์ที่อยู่ร่วมยุคกับไดโนเสาร์อีก

9.2.10 อุโมงค์ไดโนเสาร์ บรรยากาศและแสงสีคล้ายจริงนำตื่นเต้น เมื่อท่านอยู่ใน อุโมงค์กับฝูงและใบหน้าของไดโนเสาร์ เสียงร้องและความเคลื่อนไหวในระยะใกล้

9.2.11 ห้องฉายวิดีโอแอนิเมชัน เรื่อง “แม่อิกัวโนดอนต์ ใจเด็ด ปะทะอัลโลซอร์ จอมโหด !” ในห้องฉายวิดีโอแอนิเมชันรอบทิศหรือ 360 องศา

9.2.12 นิทรรศการ “มุมเด็ก” เป็น มุมที่เด็กได้ขุดค้นหาซากดึกดำบรรพ์แบบนัก บรรพชีวินวิทยาน้อยและร่วมถ่ายภาพกับไดโนเสาร์โคราชดังกล่าว ซึ่งรวมทั้งไดโนเสาร์ ปากเปิด “แสดโครซอร์” (สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ. 2553)

จากการศึกษาสรุปได้ว่า สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เป็นหน่วยงานที่ศึกษาวิจัยซากดึกดำบรรพ์ในห้องถ้ำและมีการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายต่างชาติ รวมไปถึงการบริการทาง วิชาการโดยการนำผลการศึกษาวิจัยมาบูรณาการเพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้ศึกษาในรูปแบบ ของพิพิธภัณฑ์ ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน พิพิธภัณฑ์ช้างศึกตำบลบวรพ์และ พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์

## 10. สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ประจำปีงบประมาณ 2554

เดือน/ปี	ผู้เข้าชม						รวม
	อนุบาล- ปวช.	ปวส.- ป.ตรี	ผู้ใหญ่	เด็ก ต่างชาติ	ต่างชาติ	ฟรี	
ต.ค.53	10,026	256	4,028	0	34	2,766	17,110
พ.ย.53	6,076	84	1,837	0	50	1,078	9,125
ธ.ค.53	15,417	251	4,378	1	46	3,244	23,337
ม.ค.54	17,584	509	5,617	64	77	1,971	25,822
ก.พ.54	17,198	268	3,477	1	45	1,803	22,792
มี.ค.54	10,489	393	3,479	0	62	2,685	17,108
เม.ย.54	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
พ.ค.54	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
มิ.ย.54	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
ก.ค.54	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
ส.ค.54	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
ก.ย.54	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
รวม	76,790	1,761	22,816	66	314	13,547	115,294

ที่มา : สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ. ออนไลน์. 2553”

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ญาณิศา ดันศิรินาถกุล (2551 : 78-80) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสวนสัตว์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

### 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ช่วงเดือนสิงหาคม 2551 กลุ่มตัวอย่าง เลือกสุ่มแบบบังเอิญจากประชากรจำนวน 300 ราย

ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ตลอดจนความพึงพอใจและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ทำการศึกษาโดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี สถานที่ทำการศึกษาคือ สวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี และทำการเก็บข้อมูลช่วงนอกเทศกาลคือ ช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551

ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ นิยมมาท่องเที่ยวกับครอบครัวและญาติ การมาเที่ยวครั้งนี้เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว นิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ และส่วนใหญ่รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีผ่านคำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ ผลการศึกษปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีใน ส่วนของปัจจัยที่ควบคุมได้ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว ซึ่งใช้การเรียงอันดับความสำคัญของปัจจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อันดับแรกคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้น ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายจะให้ความสำคัญในสถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศดีสวยงาม มีแสงสีที่ตื่นตาตื่นใจ ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาทซึ่งให้ความสำคัญในด้านการมีสัตว์หลายประเภทนำเข้ามาจากต่างประเทศและที่อื่นไม่มี

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ในส่วนของปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ โดยใช้ไคสแควร์พบว่า อายุ สถานภาพ ภูมิฐานะ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

ผลการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อยปัจจัยที่ควบคุมได้ อยู่ในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวส่วนมากมีความเห็นว่าราคาค่าเข้าชมที่เก็บในปัจจุบันไม่เหมาะสม รวมทั้งมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 211.50 บาท



ดวงกมล รัชชยัน (2552 : 89-91) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม ระดับความคิดเห็นและระดับความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยว

2. เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้มาท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้มาท่องเที่ยวและ 5. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นกับระดับความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้มาท่องเที่ยวจำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ ค่าไคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,500-10,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีสถานภาพโสดผู้มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อนแนะนำ มาเที่ยวเพื่อพักผ่อนในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก และใช้จ่ายต่อครั้งในการมาท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาทผู้มาท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากในด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร และด้านการควบคุม ส่วนด้านการจูงใจ ผู้มาท่องเที่ยว เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง และมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้มาท่องเที่ยวที่อาชีพ ต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยรวมแตกต่างกัน ในด้านการวางแผนและด้านการจูงใจ ผู้มาท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน และผู้มาท่องเที่ยวที่ใช้พาหนะในการเดินทางต่างกัน มีระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน ในด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ และด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้มาท่องเที่ยวและระดับความคิดเห็นของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในด้านบวกเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก ถึงระดับปานกลาง

ธนกิจ ชารู (2551 : 64-73) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑสถานสิรินธร อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาสภาพพื้นฐานทางสังคมบางประการของนักท่องเที่ยว
2. ศึกษาจุดมุ่งหมายและสภาพการเดินทางของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิง

ธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑสถานสิรินธร

4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับข้อมูลพื้นฐานสังคมที่แตกต่างกัน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพของนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ราย การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. สภาพพื้นฐานทางสังคมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิสำเนา

2. จุดมุ่งหมายและสภาพการเดินทางของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การทราบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทางมาโดยยานพาหนะ จำนวนครั้งที่มาเที่ยว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวก่อนมาสถานที่แห่งนี้และภายหลังจากนี้จะไปเที่ยว ความคิดเห็นในการกลับมาเที่ยวที่พิพิธภัณฑสถานสิรินธรอีก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานสิรินธร ตัวแปรตาม จำแนกออกเป็น 5 ด้านดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดความสนใจ ได้แก่ ความน่าสนใจในการจัดแสดงหลุมขุดซากไดโนเสาร์ ภูถ้ำข้าวและนิทรรศการในอาคารพระญาณวิศาลเถร การจัดแสดงนิทรรศการและการจัดลำดับเรื่องราวความรู้ทางธรณีวิทยาภายในอาคารพิพิธภัณฑสถานสิรินธร ความน่าสนใจด้านเนื้อหาความรู้ และสื่อการจัดแสดงในแต่ละโซน ความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ทางธรณีวิทยา อุณหภูมิและระบบการถ่ายเทอากาศภายในพิพิธภัณฑสถาน ลักษณะสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ ความเหมาะสมในการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว

2. การคมนาคม ได้แก่ สภาพถนนจากจังหวัดกาฬสินธุ์ไปยังแหล่งท่องเที่ยว สภาพการจราจรระหว่างการเดินทาง ความสะดวกของลักษณะเส้นทางคมนาคมมายังแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมของป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมจุดที่ตั้งลานจอดรถและจำนวนช่องจอดรถ

3. ด้านบุคลากร ได้แก่ การแต่งการของเจ้าหน้าที่แยกตามหน้าที่ที่มีความเหมาะสม การให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ที่มีโอกาสสัมผัสในการท่องเที่ยว การพูดจา และบุคลิกของ

เจ้าหน้าที่ การให้คำแนะนำข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ความเหมาะสมของจำนวนร้านอาหาร รสชาติ ความสะอาด ราคา ร้านขายของที่ระลึก สินค้ามีความหลากหลายน่าสนใจและคุณภาพสินค้า ห้องน้ำ มีความสะอาดเพียงพอและมีความสะดวก ความเหมาะสมที่นั่งพักผ่อนจุดต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ตู้โทรศัพท์สาธารณะ ความเหมาะสมจุดที่ตั้งและจำนวนถังรองรับขยะในแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมของป้ายสัญลักษณ์บอกทางเข้า - ออกร้านค้า สุขา ที่จอดรถ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ความเหมาะสมของสื่อแนะนำสถานที่เพื่อความสะดวกในการท่องเที่ยว (แผ่นผัง เอกสาร แผ่นพับ วีซีดี) ความเหมาะสมของเวลาเปิด - ปิด

5. ด้านความปลอดภัย ได้แก่ สภาพพื้นผิวทางเดินภายในอาคารพิพิธภัณฑ์มีความปลอดภัย การรักษาความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินในแหล่งท่องเที่ยว กฎระเบียบ ข้อห้าม ควรระวังเพื่อการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวตามจุดต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม

ผลการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 30.5 ปี ร้อยละ 70.3 จบการศึกษาสูงกว่าระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 38.3 มีอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 86.3 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 77.8 ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าของบุคคลอื่น ร้อยละ 72.3 เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 56.2 มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ร้อยละ 72.0 มีวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว หรือพักผ่อนร้อยละ 52.8 เดินทางมาพร้อมครอบครัว ร้อยละ 38.3 สมาชิกในการท่องเที่ยว 3-5 คน ร้อยละ 84.5 เดินทางมาท่องเที่ยวแบบ ไป-กลับ ร้อยละ 51.0 ไม่เดินทางไปสถานที่อื่นร้อยละ 93.0 คิดว่าจะกลับมาเที่ยวสถานที่แห่งนี้อีก สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 1,090.00 บาทต่อคน ร้อยละ 82.3 ใช้จ่ายเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 74.5 มีความคิดเห็นว่าการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์สิรินธร โดยอัตราค่าธรรมเนียมสำหรับเด็กควรเก็บ เฉลี่ย 14.80 บาทต่อคน ผู้ใหญ่ควรเก็บ เฉลี่ย -32.40 บาทต่อคน และชาวต่างประเทศควรเก็บ เฉลี่ย 90.40 บาทต่อคน

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑ์สิรินธรใน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดความสนใจ ด้านการคมนาคม ด้านบุคลากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าดีทุกด้าน

การทดสอบสมมุติฐานด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่มีต่อความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑ์สิรินธร พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติบางประการ จึงปฏิเสธสมมุติฐานการศึกษา

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก
2. ควรจัดพื้นที่ร้านค้าให้เหมาะสม และส่งเสริมให้มีการจำหน่ายพืช ผัก ผลไม้ ของที่ระลึกประจำถิ่น รวมทั้งการพัฒนาความพร้อมด้านอาหารให้มีความหลากหลาย ได้มาตรฐานทั้งรสชาติและคุณค่าทางโภชนาการ
3. ควรเพิ่มเติมจำนวนที่นั่งพัก ตู้โทรศัพท์สาธารณะบริการให้แหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอและป้ายบอกทางบริเวณบ่อน้ำร้อนทางเลี้ยวเข้าแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน
4. ควรเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นค่าบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว
5. ควรบำรุงดูแลสภาพถนนเส้นทางหลักในจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่จะมายังแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพดีตลอด

ปวริศา สิทธิสาร (2551 : 85-89) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนคร

ประวัติศาสตร์ในการให้บริการของจากเจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 40 คน โดยเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการพรรณนาเชิงเนื้อหาและเปรียบเทียบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูล ส่วนข้อมูลจากเอกสารและการสังเกตใช้วิธีวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analysis induction) เพื่อตีความขอบเขตด้านเนื้อหา ผลการศึกษา

1. พฤติกรรมของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีวัตถุประสงค์ในการเที่ยวชม เพราะเห็นคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของนครประวัติศาสตร์และความเป็นมรดกโลกของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ได้เดินทางมาเที่ยวชมมากกว่า 3 ครั้ง รู้จักนครประวัติศาสตร์ จากสื่อต่าง ๆ ทั้งสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุ และสื่ออื่น ๆ มีความประทับใจในประวัติความเป็นมาของโบราณสถานต่าง ๆ เสียค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชมครั้งละ 500 – 1,000 บาท สามเหตุที่มาเที่ยวชมเพราะมาพักผ่อนและชมโบราณสถาน สถานที่ชอบมาเที่ยวชม คือ พระศรีสรรเพชญ์ ได้เดินทางมากับครอบครัว เวลาที่มาเที่ยวชม เวลา 08.30–10.00 น. ใช้เวลาในการเที่ยวชมมากกว่า 3 ชั่วโมง

2. ความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยผู้มาเที่ยวชมจะมีความพึงพอใจเมื่อมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่โดยผ่านสื่อทุกรูปแบบและมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการรักษาความปลอดภัยให้มากกว่าที่เป็นโดยการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและมีการดูแลและรักษาความปลอดภัยให้ได้มาตรฐาน พร้อมมีการจัดสถานที่นั่งพักผ่อนให้แก่ผู้มาเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ พร้อมมีการแจกเอกสารประกอบการเที่ยวชมให้แก่ผู้มาเที่ยวชม และมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการข้อมูลในทุกวันหยุด มีการรักษาความสะอาดให้ทั่วถึง ขยายสถานที่จอดรถน้ำดื่มมีบริการหรือไม่ก็ได้ ขอให้มีการขึ้นค่าธรรมเนียมการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์และสถานที่ต่าง ๆ ในนครประวัติศาสตร์สำหรับชาวต่างชาติ มีการตกแต่งร้านให้เป็นเอกลักษณ์มากขึ้นและมีโครงสร้างของร้านค้าที่เหมือนกัน ปัญหาคือการหาที่จอดรถยากในช่วงเทศกาล ข้อเสนอแนะมีการขยายพื้นที่จอดรถพร้อมมีการจัดสวนดอกไม้ และเพิ่มการรักษาความปลอดภัยให้ได้มาตรฐาน

ปรารพ แปลงงาน (2551 : 76-80) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน อุทยานแห่งชาติเขาลำปี - หาดท้ายเหมือง มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวของไทยที่ อุทยานแห่งชาติเขาลำปี - หาดท้ายเหมือง

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแต่ละด้านโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาลำปี - หาดท้ายเหมือง จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อุทยานแห่งชาติเขาลำปี-หาดท้ายเหมืองกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาลำปี-หาดท้ายเหมือง จังหวัดพังงา ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ตัวแปรต้น

1.คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

2.พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง กิจกรรมนันทนาการ และการท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติ แนวโน้มของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาลำปี - หาดท้ายเหมือง แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ ด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการได้ร่วมมือรักษาสีงแวดล้อม ผลการศึกษาความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติ เขาลำปี - หาดท้ายเหมือง อันดับแรก คือ ด้านการได้ร่วมมือรักษา

สิ่งแวดล้อมมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก อันดับ 2 คือ ด้านการได้เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับ 3 คือ ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ที่มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก อันดับ 4 คือ ด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับ 5 คือ ด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจ โดยรวมต่อการเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาลำปี - หาดท้ายเหมืองแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาลำปี - หาดท้ายเหมือง ไม่แตกต่างกัน

ศศิวัฒน์ ลอยประเสริฐ (2552 : 69-72) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
2. ศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว
3. ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
4. เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
6. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, LSD., Chi-Square และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา
2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว การเดินทาง จำนวนสมาชิกที่มาด้วยกัน ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และการรู้จักตลาดร้อยปีสามชุกตัวแปรตาม ได้แก่

1. ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ประกอบด้วย ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ

2. ระดับความพึงพอใจประกอบด้วย ด้านสถานที่ตั้งและความสะดวก ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ ขอบเขตด้านสถานที่ คือ ตลาดร้อยปีสามซุก สุพรรณบุรี ขอบเขตด้านเวลาระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ เดือนมกราคม ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2551 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ผลการศึกษา คือ

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อใช้จ่ายใช้สอยหาซื้อสินค้า เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาด้วยกัน 2-5 คน ใช้เวลาในการเที่ยวชม 1-2 ชั่วโมงมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,001-1,500 บาท และรู้จักตลาดร้อยปีสามซุกโดย ครอบครัว/เพื่อนแนะนำ

2. นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่ตั้งและความสะดวก ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับต่ำมากถึงปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมภารณ์ คงเจริญกาย (2548 : 67-73) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้า มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้เข้ามา ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยว จำแนกตามพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยว
5. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test และค่าไคสแควร์ ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ขอบเขตตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรอิสระ ได้แก่ (Independent variables) คือคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ตัวแปรตาม (Dependent Variables) พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งประกอบด้วย ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านการบริการ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว เหตุที่มาท่องเที่ยว ความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว ช่วงวันในการท่องเที่ยว การเดินทางในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ผลการศึกษา

1. การศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้นมาจากการบอกของญาติและเพื่อนแนะนำที่เข้ามาท่องเที่ยวก่อนแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้ามาไหว้พระตามวัดต่างๆ ซึ่งจะเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่จำนวน 2-4 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ด้วยการใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว และเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะจ่ายใช้สอยซื้อของเบ็ดเตล็ด จำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวตามสถานที่เป็นการเดินเท้าเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ มีอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน มุ่งเน้นความสนใจด้านโบราณสถาน ส่วนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้เข้ามาท่องเที่ยวคือ การจัดงานมรดกโลก โดยรับทราบข้อมูลการจัดงานจากทางวารสารการท่องเที่ยว และผู้เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกครั้ง

2. การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก



3. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรม พบว่า พฤติกรรมความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว การเดินทาง ลักษณะค่าใช้จ่ายในการเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ และการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้เข้ามาท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งผู้วิจัยจะได้นำประเด็นดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยไม่กลายเป็นหินฯ ต่อไป

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหิน และทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ
2. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการคำนวณหาขนาดตัวอย่างกรณีไม่มีการบันทึกข้อมูล/ตัวเลขเกี่ยวกับประชากรไว้อย่างชัดเจน โดยใช้สูตรเพื่อคำนวณ (อภิรักษ์ จันตะนี. 2549 : 35) ดังนี้

$$n = \frac{1}{(e)^2}$$

วิธีทำให้  $e = .05$  (คลาดเคลื่อนได้ 5 % และมีความเชื่อมั่น 95%)

$$n = \frac{1}{(.05)^2}$$

$$n = \frac{1}{0.0025}$$

$$= 400.00$$

ดังนั้น จึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

3. ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยจะแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ บริเวณอาคารพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์และยีนดีที่จะทำแบบสอบถาม

### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 บัณฑิตส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มายังแหล่งท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มายังแหล่งท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list)

การสร้างแบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนเพื่อใช้ในการวิจัย ดังนี้

ขั้นที่ 1 การศึกษารายละเอียดต่างๆ จากหนังสือ วารสาร สิ่งตีพิมพ์ เอกสารทางวิชาการ และผลงานวิจัยต่างๆ

ขั้นที่ 2 ศึกษาการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ วิธีการวิจัยเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ครอบคลุมเนื้อหาในด้านต่างๆแล้วประมวลผลความรู้ที่ได้จากการศึกษามา กำหนดเป็นกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัยเพื่อสร้างแบบสอบถาม

ขั้นที่ 3 สร้างแบบสอบถาม 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับบัณฑิตส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มายังแหล่งท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มายังแหล่งท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรง ชิงเนื้อหา ภาษาที่ใช้และปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขและผ่านคณะกรรมการที่ปรึกษาภาคินิพนธ์แล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้ รูปแบบข้อคำถาม ตลอดจนการเรียงลำดับข้อคำถาม

ขั้นที่ 6 ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มาเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ โดยแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย

2. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม
4. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Frequency and percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 บัณฑิตส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวน และ ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวน
2. สถิติการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนจำแนกตามบัณฑิตส่วนบุคคล

### แผนปฏิบัติการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีแผนการวิจัยแต่ละขั้นตอนดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แผนปฏิบัติการวิจัยแสดงขั้นตอนการทำภาคินพนธ์

ขั้นตอนการทำภาคินพนธ์	ระยะเวลาการดำเนินการ(เดือนที่)		
	1	2	3
1. จัดทำหัวข้อภาคินพนธ์	↔		
2. ศึกษาเอกสารและ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	↔		
3. นำเสนอจัดทำโครงร่าง ภาคินพนธ์	↔		
4. สอบโครงร่างภาคินพนธ์	↔		
5. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ เก็บรวบรวมข้อมูล		↔	
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล		↔	
7. สรุปและวิเคราะห์ผล		↔	
8. ตรวจสอบความบูรณ์/ จัดทำรูปเล่ม		↔	
9. สอบภาคินพนธ์			↔
10. ส่งรูปเล่มฉบับสมบูรณ์			↔

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

#### การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

**ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความถี่ และร้อยละ ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 บัณฑิตส่วนบุคคล  
ของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคล		N = 400	
		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	182	45.50
	หญิง	218	54.50
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	153	38.20
	ตั้งแต่ 20-39 ปี ขึ้นไป	166	41.50
	ตั้งแต่ 40-59 ปี ขึ้นไป	79	19.80
	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	2	0.50
ระดับการศึกษาสูงสุด	ประถมศึกษา	43	10.80
	มัธยมศึกษาตอนต้น	21	5.20
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	140	35.00
	อนุปริญญา/ปวส.	19	4.80
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	177	44.20
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต	222	55.50
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	119	29.75
	พนักงานบริษัทเอกชน	25	6.25
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	11	2.75
	วิชาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป	20	5.00
	เกษียณอายุ	3	0.75
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	207	51.80
	5,001-10,000 บาท	60	15.00
	10,001-20,000 บาท	40	10.00
	มากกว่า 20,000 บาท	93	23.20
ภูมิลำเนา	จังหวัดนครราชสีมา	240	60.00
	จังหวัดอื่นๆ	160	40.00

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 และเพศชายจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 ตามลำดับ

อายุ ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 20-39 ปี ขึ้นไปจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 อายุตั้งแต่ 40-59 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด ส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.20 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ระดับประถมศึกษา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 และระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 ตามลำดับ

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 เป็นวิชาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และเกษียณอายุ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 รองลงมามีรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาอยู่ในจังหวัดอื่นๆ ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร พังงา ปราจีนบุรี ปทุมธานี สงขลา เชียงราย นนทบุรี อุตรธานี บุรีรัมย์ หนองบัวลำภู ตรัง จันทบุรี นครสวรรค์ สุรินทร์ น่าน ฉะเชิงเทรา กาญจนบุรี เป็นต้นจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ



**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความถี่ และร้อยละ ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	N = 400	
	ความถี่	ร้อยละ
<b>วัตถุประสงค์การเดินทาง</b>		
เปิดโลกทัศน์ใหม่/ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตนเอง	151	37.75
ผ่อนคลายความเครียด/พักผ่อน/เพื่อพักผ่อนใจ	78	19.50
ศึกษา/เรียนรู้/ เพื่อศึกษาดูงาน/ทัศนศึกษา	103	25.75
ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว/อนุรักษ์	15	3.75
ประชุม/สัมมนา	36	9.00
ต้องการความรู้เพิ่มเติมกับซากดึกดำบรรพ์	14	3.50
เพื่อประกอบธุรกิจ	3	0.75
<b>ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว</b>		
วันธรรมดา (อังคาร – ศุกร์)	158	39.50
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	214	53.50
วันหยุดนักขัตฤกษ์	14	3.50
เฉพาะวันจัดงานพิเศษ	14	3.50
<b>วิธีการเดินทาง</b>		
รถจักรยาน	7	1.75
รถจักรยานยนต์	51	12.75
รถยนต์ส่วนบุคคล	170	42.50
รถโดยสารประจำทาง	11	2.75
รถสำนักงาน	54	13.50
รถเช่า/รถจ้างเหมา	87	21.75
รถนำเที่ยว	20	5.00

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	N = 400	
	ความถี่	ร้อยละ
ลักษณะการมาท่องเที่ยว		
เดินทางมาคนเดียว	13	3.20
เดินทางมากับครอบครัวและญาติ	110	27.50
เดินทางมากับเพื่อน	96	24.00
เดินทางมากับโรงเรียน/สถานศึกษา	114	28.50
เดินทางมากับคณะทัวร์	67	16.80
ความถี่ในการมาท่องเที่ยว		
เป็นการเดินทางมาครั้งแรก	309	77.20
เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ	91	22.80
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		
1-5 คน	146	36.50
6-10 คน	32	8.00
11-15 คน	17	4.25
16-20 คน	9	2.25
21 คนขึ้นไป	196	49.00
การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว		
เอกสารข่าวการท่องเที่ยว	74	18.50
แผ่นพับ	61	15.25
หนังสือพิมพ์	36	9.00
นิตยสาร	25	6.25
ทีวี	42	10.50
วิทยุ	22	5.50
อินเทอร์เน็ต	67	16.75
ป้ายโฆษณา	68	17.00
ไกด์นำ	48	12.00
สถานศึกษาพามา	147	36.75
การบอกต่อของบุคคลอื่น	119	29.75
ทางการออกงานแสดงสินค้า / นิทรรศการ	18	4.50

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	N = 400	
	ความถี่	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		
ต่ำกว่า 500 บาท	267	66.75
501-1,000 บาท	83	20.75
1,001-1,500 บาท	24	6.00
1,501-2,000 บาท	4	1.00
2,001-2,500 บาท	7	1.75
2,501 บาทขึ้นไป	15	3.75
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	69	17.25
ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง	285	71.25
ระหว่าง 2-3 ชั่วโมง	32	8.00
มากกว่า 3 ชั่วโมง	14	3.50
รูปแบบการเดินทาง		
ไป-กลับ	400	100
กิจกรรมท่องเที่ยว		
กิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัล	294	73.50
กิจกรรมถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ	302	75.50
ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ	175	43.75
หล่อแบบฟอสซิลจำลอง	299	74.75
การ펀ด์เสื้อคุณหนู	159	39.75
กิจกรรมอื่นๆ	15	3.75

จากตารางที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ จำนวน 400 คน พบว่า วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ส่วนใหญ่ เพื่อเปิดโลกทัศน์ใหม่/ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตนเอง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมาเพื่อศึกษา/เรียนรู้/เพื่อศึกษาดูงาน/ทัศนศึกษา จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 เพื่อผ่อนคลายความเครียด/พักผ่อน/เพื่อพักผ่อนใจ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 เพื่อประชุม/สัมมนา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 เพื่อต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว/อนุรักษ์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 เพื่อต้องการความรู้เพิ่มเติมกับ ซากดึกดำบรรพ์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และเพื่อประกอบธุรกิจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

เดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วง วันเสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาวันธรรมดา (อังคาร-ศุกร์) จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เฉพาะวันจัดงานพิเศษ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาโดย รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมารถเช่า/รถจ้างเหมา จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 รถสำนักงาน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 รถจักรยานยนต์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 รถนำเที่ยว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และรถจักรยาน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ลักษณะการมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ส่วนใหญ่เดินทางมากับโรงเรียน/สถานศึกษา จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาเดินทางมากับครอบครัวและญาติ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 เดินทางมากับคณะทัวร์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และเดินทางมาคนเดียว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 ตามลำดับ

ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาครั้งแรก จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.20 รองลงมาเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 ตามลำดับ

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในกลุ่มที่มาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มา 21 คนขึ้นไป จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมา มา 1-5 คน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 มา 6-10 คน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 มา 11-15 คน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และมา 16-20 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการมาสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ส่วนใหญ่โดยสถานศึกษา พามา จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมาการบอกต่อของบุคคลอื่น จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 เอกสารข่าวการท่องเที่ยว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50

ป้ายโฆษณา จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อินเทอร์เน็ต จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 แผ่นพับ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 โปสเตอร์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ทีวี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 หนังสือพิมพ์จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 นิตยสาร จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 วิทยุ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ทางکارออกงานแสดงสินค้า / นิทรรศการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมา 501-1,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 1,001-1,500 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 2,501 บาทขึ้นไปจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 2,001-2,500 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และ 1,501-2,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้ในการเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ส่วนใหญ่ ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.25 รองลงมา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ระหว่าง 2-3 ชั่วโมง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และมากกว่า 3 ชั่วโมง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

รูปแบบการเดินทางสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เดินทาง ไป-กลับร้อยละ 100

กิจกรรมที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ควรเพิ่ม ส่วนใหญ่เป็น กิจกรรมถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมา หล่อแบบฟอสซิลจำลอง จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.75 กิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัล จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 การ펀ด์เสื้อคุณหนู จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 และกิจกรรมอื่นๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

**ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test)**  
**โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหา**  
**ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม**  
**ปัจจัยส่วนบุคคล**

**3.1 จำแนกตามเพศ**

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามเพศ		
	Chi-square	df	Significant
1.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	18.959a	6	0.004*
2.ช่วงเวลาในเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	32.444a	3	0.000*
3.วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	22.409a	6	0.001*
4.ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	33.454a	4	0.000*
5.ความถี่ในการเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	1.676a	1	0.195
6.จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	15.063a	4	0.005*
7.การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว	.030a	1	0.862
8.การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ	.240a	1	0.624
9.การรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์	.323a	1	0.570
10.การรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร	.325a	1	0.568
11.การรับรู้ข้อมูลจากทีวี	2.565a	1	0.109
12.การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ	.768a	1	0.381
13.การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	2.199a	1	0.138
14.การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา	3.561a	1	0.059
15.การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ	.067a	1	0.795
16.การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา	.655a	1	0.418
17.การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น	4.034a	1	0.045*
18.การรับรู้ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการ	1.125a	1	0.289
19.การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ	3.621a	1	0.057
20.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถาบันวิจัยฯ	10.257a	6	0.114
21.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	13.698a	3	0.003

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามเพศ		
	Chi-square	df	Significant
22.กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล)	.926a	1	0.336
23.กิจกรรมท่องเที่ยว(ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ)	.702a	1	0.402
24.กิจกรรมท่องเที่ยว(ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ)	.077a	1	0.781
25.กิจกรรมท่องเที่ยว(หล่อแบบพอสซิลจำลอง)	2.651a	1	0.103
26.กิจกรรมท่องเที่ยว (การแฟนท์เสื้อคุณหนู)	.881a	1	0.348
27.กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ)	.793a	1	0.373

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ช่วงวันเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ โดยมีค่า Sig เท่ากับ .004, .000, .001, .000, .005, .045, และ .003 ตามลำดับ

ส่วนพฤติกรรมอื่นๆ มีค่า Sig. มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

### 3.2 จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามอายุ		
	Chi-square	df	Significant
1.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	2.034E2a	18	0.000*
2.ช่วงเวลาในเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	31.933a	9	0.000*
3.วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.652E2a	18	0.000*
4.ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.253E2a	12	0.000*
5.ความถี่ในการเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	9.137a	3	0.028*
6.จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	26.099a	12	0.010*
7.การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว	8.376a	3	0.039*
8.การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ	27.385a	3	0.000*
9.การรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์	16.394a	3	0.001*
10.การรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร	6.771a	3	0.080*
11.การรับรู้ข้อมูลจากทีวี	6.540a	3	0.088
12.การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ	3.769a	3	0.287
13.การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	9.036a	3	0.029*
14.การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา	13.456a	3	0.004*
15.การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ	18.733a	3	0.000*
16.การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา	16.284a	3	0.001*
17.การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น	12.423a	3	0.006*
18.การรับรู้ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการ	4.903a	3	0.179
19.การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ	1.093a	3	0.779
20.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถาบันวิจัยฯ	66.286a	18	0.000
21.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	41.804a	9	0.000*
22.กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล)	.721a	3	0.868
23.กิจกรรมท่องเที่ยว(ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ ของสถาบันฯ)	.813a	3	0.846



ตารางที่ 7 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามอายุ		
	Chi-square	df	Significant
24.กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ)	2.307a	3	0.511
25.กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบฟอสซิลจำลอง)	.778a	3	0.855
26.กิจกรรมท่องเที่ยว (การเพนท์เสื้อคุณหนู)	1.310a	3	0.727
27.กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ)	8.815a	3	0.032

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ช่วงวันเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ความถี่ในการเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ การรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ โดยมีค่า Sig เท่ากับ .000, .000, .000, .000, .028, .010, .039, .000, .001, .029, .004, .000, .001, .006, .000, และ .000 ตามลำดับ

ส่วนพฤติกรรมอื่นๆ มีค่า Sig. มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

## 3.3 จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามระดับการศึกษา		
	Chi-square	df	Significant
1.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.150E2a	24	0.000*
2.ช่วงเวลาในเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	69.388a	12	0.000*
3.วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.030E2a	24	0.000*
4.ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	97.374a	16	0.000*
5.ความถี่ในการเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	14.064a	4	0.007*
6.จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	84.730a	16	0.000*
7.การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว	14.084a	4	0.007*
8.การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ	24.097a	4	0.000*
9.การรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์	31.109a	4	0.000*
10.การรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร	5.825a	4	0.213
11.การรับรู้ข้อมูลจากทีวี	4.989a	4	0.288
12.การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ	9.458a	4	0.051
13.การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	5.072a	4	0.280
14.การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา	15.357a	4	0.004*
15.การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ	26.205a	4	0.000*
16.การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา	24.877a	4	0.000*
17.การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น	20.998a	4	0.000*
18.การรับรู้ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการ	21.657a	4	0.000*
19.การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ	.973a	4	0.914
20.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	92.720a	24	0.000*
21.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	52.275a	12	0.000*
22.กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล)	2.166a	4	0.705

ตารางที่ 8 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามระดับการศึกษา		
	Chi-square	df	Significant
23.กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ)	2.022a	4	0.732
24.กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ)	9.070a	4	0.059*
25.กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบพอสซิลจำลอง)	2.150a	4	0.708
26.กิจกรรมท่องเที่ยว (การแฟนท์เสื้อคุณหนู)	2.511a	4	0.643
27.กิจกรรมท่องเที่ยว(กิจกรรมอื่นๆ)	4.209a	4	0.378

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 8 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ โดยมีค่า Sig. น้อยกว่า .05

ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร การรับรู้ข้อมูลจากทีวี การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ) กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบพอสซิลจำลอง) กิจกรรมท่องเที่ยว (การแฟนท์เสื้อคุณหนู) กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ) มีค่า Sig เท่ากับ .213, .288, .051, .280, .914, .705, .732, .059, .708, .643 และ .378 มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

### 3.4 จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามอาชีพ		
	Chi-square	df	Significant
1.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	2.023E2a	30	0.000*
2.ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.067E2a	15	0.000*
3.วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.129E2a	30	0.000*
4.ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.473E2a	20	0.000*
5.ความถี่ในการเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	26.345a	5	0.000*
6.จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	73.813a	20	0.000*
7.การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว	6.329a	5	0.275
8.การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ	20.123a	5	0.001*
9.การรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์	17.361a	5	0.004*
10.การรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร	18.420a	5	0.002*
11.การรับรู้ข้อมูลจากทีวี	3.378a	5	0.642
12.การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ	4.728a	5	0.450
13.การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	6.986a	5	0.222
14.การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา	64.907a	5	0.000*
15.การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ	20.188a	5	0.001*
16.การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา	33.251a	5	0.000*
17.การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น	12.613a	5	0.027*
18.การรับรู้ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการ	3.754a	5	0.585
19.การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ	2.424a	5	0.788
20.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.524E2a	30	0.000*
21.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	65.444a	15	0.000*
22.กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล)	2.304a	5	0.806

ตารางที่ 9 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามอาชีพ		
	Chi-square	df	Significant
23.กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ)	6.400a	5	0.269
24.กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ)	4.364a	5	0.498
25.กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบพอสซิลจำลอง)	6.937a	5	0.225
26.กิจกรรมท่องเที่ยว (การเพนท์เสื้อคุณหนู)	2.739a	5	0.740
27.กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ)	7.246a	5	0.203

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 9 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05

ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากทีวี การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ) กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบพอสซิลจำลอง) กิจกรรมท่องเที่ยว (การเพนท์เสื้อคุณหนู) กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ) มีค่า Sig เท่ากับ 275, .642, .450, .222, .585, .788, .806, .269, .498, .225, .740 และ .203 มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

## 3.5 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน		
	Chi-square	df	Significant
1.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.612E2a	18	0.000*
2.ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	28.802a	9	0.001*
3.วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.763E2a	18	0.000*
4.ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	1.159E2a	12	0.000*
5.ความถี่ในการเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	7.551a	3	0.056*
6.จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	36.297a	12	0.000*
7.การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว	4.347a	3	0.226
8.การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ	16.696a	3	0.001*
9.การรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์	13.266a	3	0.004*
10.การรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร	11.851a	3	0.008*
11.การรับรู้ข้อมูลจากทีวี	5.087a	3	0.166
12.การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ	8.215a	3	0.042*
13.การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	1.002a	3	0.801
14.การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา	5.123a	3	0.163
15.การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ	7.013a	3	0.071
16.การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา	3.236a	3	0.357
17.การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น	16.587a	3	0.001*
18.การรับรู้ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการ	10.930a	3	0.012*
19.การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ	6.582a	3	0.086
20.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถาบันวิจัยฯ	64.017a	18	0.000*
21.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	41.032a	9	0.000*
22.กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล)	2.663a	3	0.446

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน		
	Chi-square	df	Significant
23.กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ)	2.049a	3	0.562
24.กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ)	3.171a	3	0.366
25.กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบฟอสซิลจำลอง)	1.088a	3	0.780
26.กิจกรรมท่องเที่ยว (การแฟนท์เสื้อคุณหนู)	3.022a	3	0.388
27.กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ)	8.385a	3	0.039*

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 10 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05

ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากทีวี การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ) กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบฟอสซิลจำลอง) กิจกรรมท่องเที่ยว (การแฟนท์เสื้อคุณหนู) มีค่า Sig เท่ากับ .226, .203, .166, .801, .163, .071, .357, .058, .446, .562, .336, .780 และ .388 มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

### 3.6 จำแนกตามภูมิสำเนา

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) โดยกำหนดการทดสอบสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามตามภูมิสำเนา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามภูมิสำเนา		
	Chi-square	df	Significant
1.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	46.679a	6	0.000*
2.ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	44.683a	3	0.000*
3.วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	39.436a	6	0.000*
4.ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	34.093a	4	0.000*
5.ความถี่ในการเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	3.246a	1	0.072
6.จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ	22.105a	4	0.000*
7.การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว	.135a	1	0.713
8.การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ	1.560a	1	0.212
9.การรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์	16.529a	1	0.000*
10.การรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร	.711a	1	0.399
11.การรับรู้ข้อมูลจากทีวี	3.729a	1	0.053
12.การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ	4.618a	1	0.032*
13.การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	1.318a	1	0.251
14.การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา	2.483a	1	0.115
15.การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ	.063a	1	0.802
16.การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา	25.384a	1	0.000*
17.การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น	4.404a	1	0.036*
18.การรับรู้ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ	6.554a	1	0.010*
19.การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ	.896a	1	0.344
20.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	52.131a	6	0.000*
21.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ	6.851a	3	0.077
22.กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล)	.009a	1	0.926

ตารางที่ 11 (ต่อ)



พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ความสัมพันธ์จำแนกตามภูมิสำเนา		
	Chi-square	df	Significant
23.กิจกรรมท่องเที่ยว(ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ)	.036a	1	0.849
24.กิจกรรมท่องเที่ยว(ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ)	.000a	1	1.000
25.กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบฟอสซิลจำลอง)	.108a	1	0.742
26.กิจกรรมท่องเที่ยว (การพันธ์เสื้อคุณหนู)	.063a	1	0.802
27.กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ)	1.776a	1	0.183

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 11 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05

ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ การรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ) กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบฟอสซิลจำลอง) กิจกรรมท่องเที่ยว (การพันธ์เสื้อคุณหนู) กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ) มีค่า Sig เท่ากับ .072, .713, .212, .399, .251, .115, .802, .344, .077, .926, .849, 1.000, .742, .802 และ .183 มากกว่า.05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

รายงานการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาวิจัย ระหว่างเดือนเมษายน ถึงเดือน สิงหาคม 2554 ซึ่งดำเนินการวิจัยที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ กับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง กรณีไม่มีการบันทึกข้อมูล/ตัวเลขเกี่ยวกับประชากรไว้อย่างชัดเจน โดยใช้สูตรเพื่อคำนวณ (อภิรักษ์ จันตะนี. 2549 : 35) จึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย แบบสอบถาม (Questionnaire) การสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ยังแหล่งท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ยังแหล่งท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list)

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

วิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows V.16 เพื่อคำนวณหาค่าค่าความถี่ ค่าร้อยละ (%) และหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-square test) แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ค่าทางสถิติในลักษณะการบรรยายและอธิบายประกอบตาราง

## สรุปผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### 1. สรุปผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพบว่าผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงจำนวน 218 มีอายุตั้งแต่ 20-39 ปี ขึ้นไปจำนวน 166 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 177 คน เป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิต จำนวน 222 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 207 คน มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 240 คน ก่อนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ไม่ได้มาจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น จำนวน 315 คน หลังจากท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ แล้วไม่มีการวางแผนไปท่องเที่ยวสถานที่อื่น จำนวน 287 คน โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เพื่อเปิดโลกทัศน์ใหม่/ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตนเอง จำนวน 151 คน เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 214 คน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 170 คน เดินทางมากับโรงเรียน/สถานศึกษา จำนวน 114 คน เดินทางมาเป็นกลุ่ม 21 คนขึ้นไป จำนวน 196 คน เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 309 คน รับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยสถานศึกษาพามา จำนวน 147 คน ระหว่างท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 259 คน ใช้จ่ายในด้านค่าอาหาร/เครื่องดื่ม จำนวน 240 คน ใช้ระยะเวลาในการเที่ยว ระหว่าง 1 – 2 ชั่วโมง จำนวน 285 คน รูปแบบการเดินทางเป็นการ เดินทาง ไป – กลับ กิจกรรมที่ควรเพิ่มเติม คือ กิจกรรมถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ

### 2. สรุปผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ช่วงวันเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .004, .000, .001, .000, .005, .045, และ .003 ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมอื่นๆ มีค่า Sig. มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ช่วงวันเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ความถี่ในการเดินทางมา

สถาบันวิจัยฯ จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าว การท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ การรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา การรับรู้ข้อมูลจากการบอกต่อของบุคคลอื่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ โดยมีค่า Sig เท่ากับ .000, .000, .000, .000, .028, .010, .039, .000, .001, .029, .004, .000, .001, .006, .000, และ .000 ตามลำดับส่วนพฤติกรรมอื่นๆ มีค่า Sig. มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จึงสรุปว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กัน ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร การรับรู้ข้อมูลจากทีวี การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอต ชนิดต่างๆ) กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบฟอสซิลจำลอง) กิจกรรมท่องเที่ยว (การพันธ์เสื้อคุณหนู) กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ) มีค่า Sig เท่ากับ .213, .288, .051, .280, .914, .705, .732, .059, .708, .643 และ .378 มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จึงสรุปว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กัน ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากทีวี การรับรู้ข้อมูลจากวิทยุ การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ) กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบฟอสซิลจำลอง) กิจกรรมท่องเที่ยว (การพันธ์เสื้อคุณหนู) กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ) มีค่า Sig เท่ากับ .275, .642, .450, .222, .585, .788, .806, .269, .498, .225, .740 และ .203 มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จึงสรุปว่า

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กันส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากทีวี การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ การรับรู้ข้อมูลสถานศึกษาพามา การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ) กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบฟอสซิลจำลอง) กิจกรรมท่องเที่ยว (การพันธ์เสื้อคุณหนู) มีค่า Sig เท่ากับ .226, .203, .166, .801, .163, .071, .357, .058, .446, .562, .336, .780 และ .388 มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จึงสรุปว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีภูมิสำเนาแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กันส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางมาสถาบันวิจัยฯ การรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าวการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ การรับรู้ข้อมูลจากนิตยสาร การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลจากป้ายโฆษณา การรับรู้ข้อมูลจากไกด์นำ การรับรู้ข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ กิจกรรมท่องเที่ยว (ตอบคำถามชิงรางวัล) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพลงในผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ) กิจกรรมท่องเที่ยว (ถ่ายภาพกับมาสคอตชนิดต่างๆ) กิจกรรมท่องเที่ยว (หล่อแบบฟอสซิลจำลอง) กิจกรรมท่องเที่ยว (การพันธ์เสื้อคุณหนู) กิจกรรมท่องเที่ยว (กิจกรรมอื่นๆ) มีค่า Sig เท่ากับ .072, .713, .212, .399, .251, .115, .802, .344, .077, .926, .849, 1.00, .742, .802 และ .183 มากกว่า .05 จึงสรุปว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน

### อภิปรายผล

รายงานการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาวิจัย ระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนสิงหาคม 2554 ซึ่งดำเนินการวิจัยที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ และเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ กับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

1. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ได้รู้จักสถาบันฯ มาจากสถานศึกษาพามา มีวัตถุประสงค์วัตถุประสงค์เพื่อเพื่อเปิดโลกทัศน์ใหม่/ ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตนเอง โดยเป็นการเดินทางมาเป็นครั้งแรกในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ด้วยการเข้าพักเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล เมื่อเข้ามาท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลาที่ใช้ในการเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ 1-2 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับสมภรณ์ คงเจริญกาย (2548) พบว่า การศึกษาพฤติกรรมของ ผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ด้วยการเข้าพักเป็นรถยนต์ส่วนตัว และเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะจ่ายใช้สอยซื้อของเบ็ดเตล็ด การท่องเที่ยวในปัจจุบันส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวในวันหยุด เพื่อเป็นการพักผ่อนและเป็นการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

2. เปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ พฤติกรรมช่วงวันเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ ลักษณะของค่าใช้จ่าย ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยฯ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ธนกิจ ชารู (2551) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑสถานสิรินธร อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า การทดสอบสมมุติฐานด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่มีต่อความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑสถานสิรินธร พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติบางประการ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

#### 1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ด้านการประชาสัมพันธ์ จะต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ให้มากขึ้นเพื่อให้เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักสำหรับคนในประเทศและต่าง ประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลในด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

1.1.1 การปรับปรุงข้อมูลในเว็บไซต์ของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ให้เป็นปัจจุบัน เช่น ข้อมูลการจัดกิจกรรมต่างๆ ข้อมูลโปรโมชัน การจองเข้าชมทางอินเทอร์เน็ต

1.1.2 การติดตั้งป้ายโฆษณา สถาบันฯ ควรมีการจัดทำป้ายโฆษณาขนาดใหญ่เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีข้อมูลครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน

1.1.3 การจัดกิจกรรมโรดโชว์ (Road show) เป็นกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่สามารถจูงใจนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯเพิ่มมากขึ้นทั้งนักท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดนครราชสีมา ต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกิจกรรมโรดโชว์แต่ละครั้งก็ควรมีการแจกบัตรเข้าชมฟรีให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจไปเที่ยวที่สถาบันฯ เพื่อเป็นการบันทึกข้อมูลว่าในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งมีการตอบสนองของการจัดงานมากน้อยเพียงใดเพื่อจัดทำรายงานเสนอผู้บริหารในลำดับต่อไป

1.2 ด้านการปรับปรุงระบบบริหารจัดการเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ดังนี้

1.2.1 ความสะอาด ก เช่น ตู้โทรศัพท์สาธารณะ ตู้ ATM ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ที่มีสินค้าหลากหลายและมีคุณภาพ มีจำนวนห้องน้ำที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากพร้อมทั้งมีความสะอาดตามหลักสุขอนามัย ที่นั่งพักผ่อนตามจุดต่างๆ ภายในสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ จำนวนถึงขยะตามจุดต่างๆ

1.2.2 ความปลอดภัย เช่น สภาพพื้นผิวถนนทั้งภายนอกและภายในอาคาร จะต้องมีการตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง จัดทำบัตรจอดรถให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อป้องกันรถหาย และถนนที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เปิดให้ชาวบ้านใช้ร่วมกันในบริเวณด้านหลังของสถาบันฯ ควรมีการแลกเปลี่ยนกัน เพื่อรักษาความปลอดภัยทรัพย์สินของสถาบันฯ และควรมีประตูฉุกเฉินพร้อมทั้งไฟฉุกเฉินทุกอาคารที่จัดแสดงนิทรรศการที่พร้อมใช้งานในช่วงที่เกิดเหตุฉุกเฉิน

1.3 การนำ Social Network มาใช้กับการท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เช่น

1.3.1 การใช้ Face book, Twitter, My Space เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วม (Customer Engagement) เพื่อให้ทำนักท่องเที่ยวได้เกิดการตอบโต้กับทางสถาบันฯโดยผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่สถาบันฯจัดขึ้น เช่น การประกวดภาพถ่ายบรรยากาศ หรือ ภาพกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถาบันฯจัดขึ้น พร้อมทั้งมีการประกาศผลทุกเดือน เป็นต้น

1.3.2 ช่องทางการเข้าถึงสถาบันฯ (Channels) ในปัจจุบันมีกันแพร่หลายมากยิ่งขึ้น คือ สามารถบอกตำแหน่งของสถาบันฯ โดยผ่าน GPS ลงในแผนที่ของ Google Map ทันที

## 1.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ควรมีความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อร่วมมือในการจัดการส่งเสริมและกระตุ้นในเรื่องการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้มีทางเลือกในการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ดังนี้

1. พัฒนาสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความสนุกสนานให้ทั้งครอบครัว เพื่อเป็นการส่งเสริมสถาบันครอบครัวให้มีความสามัคคีกัน
2. จัดทำแพคเกจทัวร์หรือโปรแกรมการท่องเที่ยวในราคาไม่แพง เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นการสนับสนุนให้ประชาชนทุกระดับชั้นได้มีสิทธิในการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกันโดยอาจจะต้องมีความร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ชี้อัครเข้าชม 1 โบเที่ยวฟรี สวนสัตว์นครราชสีมาและอุทยานผีเสื้อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นต้น
3. การจัดกิจกรรมในตามเทศกาล เช่น
  - กิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ (เยาวชนรับบัตรเข้าชมฟรี)
  - กิจกรรมวันพ่อ (คุณพ่อรับบัตรเข้าชมฟรี)
  - กิจกรรมวันแม่ (คุณแม่รับบัตรเข้าชมฟรี)
  - กิจกรรมวันสงกรานต์(มีสมาชิก 3 คนขึ้นไปรับบัตรเข้าชมฟรี)
4. จัดให้มีบริการหุฟังเฉพาะจุดและควรมี 2 ภาษาคือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเอง เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว
5. จัดให้มีการปรับปรุงความหลากหลายและความแปลกใหม่ของซากดึกดำบรรพ์ พร้อมทั้งจัดลำดับเรื่องราวในการถ่ายทอดความรู้เรื่องซากดึกดำบรรพ์
6. จัดให้มีการจัดทำผังการเดินทางในสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เพื่อให้เกิดการให้บริการของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งจัดให้มีกล่องรับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นสำหรับนักท่องเที่ยวที่พร้อมเสนอแนะในเรื่องต่างๆ
7. ควรมีการจัดอบรมพัฒนาบุคลากรในด้านการให้บริการที่ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจและยังสามารถแนะนำหรือพานักท่องเที่ยวใหม่ๆ เข้ามาท่องเที่ยว

## 1.3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

สามารถนำรูปแบบการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ไปใช้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านอาคาร สถานที่ บุคลากร ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการและนักท่องเที่ยวต่อไป ดังนี้



รูปแบบการเดินทางมาและการเดินทางท่องเที่ยวก่อนมาที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหิน และภายหลังจากนี้จะไปเที่ยวที่ใด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไป-กลับ เนื่องจากสถาบันฯ มีที่พักที่ไม่เหมาะสมหรือสถาบันฯ ไม่มีกิจกรรมในภาคค่ำ ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว สถาบันควรมีกิจกรรมในภาคกลางคืนหรือกิจกรรมอื่นๆ พร้อมทั้งการจัดที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว

ก่อนการเดินทางนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินแต่ไม่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่อื่นต่อ อาจจะเนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียงรวมไปถึงในจังหวัดนครราชสีมา ทางสถาบันฯ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สามารถเชื่อมโยงกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกในการท่องเที่ยว เช่น เยี่ยมชมแหล่งโบราณคดี โบราณสถาน รวมทั้งพิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ สักการะอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ล่องแก่งลำตะคอง ชีม่า ปีนผาจำลอง ไรยตัว ซีรตเอทีวี ขับโกคาร์ท ยิงปืน และเล่นเครื่องเล่นแบบผจญภัย รวมถึงการมีช่องทางสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เช่น การออกนิทรรศการ/ออกงานแสดงสินค้า การนำแผ่นพับไปวางตามจุดต่างๆ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณาและจะต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ช่องทางการเดินทางมาท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทางมาท่องเที่ยว อาจจะเนื่องจากสถานที่ตั้งของสถาบันฯ ไม่ได้อยู่ในเส้นทางที่มีรถโดยสารประจำทางผ่านเป็นประจำ จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักสถาบันฯ

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมาท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาระบบการท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

2.2 ควรมีศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เพื่อเป็นแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้มาท่องเที่ยว

2.3 ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะแตกต่างกันรวมถึงการได้รับข่าวสารและบริการที่แตกต่างกัน

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมาท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาระบบการท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

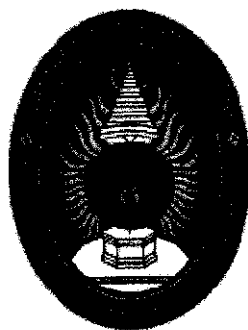
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2529). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ :  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- \_\_\_\_\_. (2543). **ความสำคัญของการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยว  
แห่งประเทศไทย.
- โคราชเดลินิวส์. (2554). **ท่องเที่ยวโคราช**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :  
<http://www.koratdailynews.com> [25 ธันวาคม 2552].
- จักรพันธ์ ปัญจะสุวรรณ. (2544). **การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม**.  
กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**.  
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐลสิทธิ์ ชูชาติ. (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. เชียงใหม่ : ลานนาการพิมพ์.
- ญาณิศา ดันศิรินาถกุล. (2551). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน  
สวนสัตว์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงกมล รัชชยัน. (2552). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาท่องเที่ยวที่มีต่อการ  
บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
พระนครศรีอยุธยา.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2545). **การจัดการ**. กรุงเทพฯ : ธนาเพลส แอนด์ กราฟฟิค.
- ธนกิจ ชารู. (2551). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยว  
เชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑสถานสิรินธร อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์**.  
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : เพลส  
แอนด์ ดีไซน์.
- ปวีริศา สิทธิสาร. (2551). **การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชม  
นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราช  
ภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- ปรารพ แปลงงาน. (2551). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ในอุทยานแห่งชาติเขาลำปี - หาดท้ายเหมือง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- มนัส สุวรรณ. (2549). **การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- มหาวิทยาลัยมหิดล คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์. (2548). **โครงการจัดทำแผนแม่บทการจัดการทรัพยากรธรณี (แผนแม่บทการบริหารจัดการแหล่งซากดึกดำบรรพ์)**. กรุงเทพฯ : กรมทรัพยากรธรณี กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- ราณี อธิชัยกุล (2546). **การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2545). **การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในศตวรรษที่ 21**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : กรมทรัพยากรธรณี
- รุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ. (2544). **เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรรณ วังษ์พานิช. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณ ศิลปะอาษา. (2545). **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 9. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2546). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโก ไชนา.
- ศศิริรัตน์ ลอยประเสริฐ. (2552). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุกสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). **สังคมวิทยาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- เศกสรรค์ ยงวณิชย์. (2541). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. ขอนแก่น : ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ. (2553). **ประวัติความเป็นมา**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : [www.khoratfossil.org](http://www.khoratfossil.org) [25 ธันวาคม 2552].

- สบธนา อ้นประเสริฐ. (2549). **ความหมายและความสำคัญและองค์ประกอบของ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.**
- สมบัติ กาญจนกิน. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :  
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- สมาภรณ์ คงเจริญกาย. (2548). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มี  
ผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราช  
ภัฏพระนครศรีอยุธยา.**
- องค์การสหประชาชาติ. (2541). **คู่มือบริหารการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ  
ของ อบต. และ สต. เชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**
- อภิชาติ สุรินทร์คำ. (2546). **แนวทางการจัดการทรัพยากร ถ้ำ Fossil และภูมิสถาน.  
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : กรมทรัพยากรธรณี**
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2549). **การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยทางธุรกิจ.  
พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.**

**ภาคผนวก**

**ภาคผนวก ก**  
**เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**



ID □□□

**แบบสอบถาม**

**เรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหิน  
และทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**

แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เป็นการศึกษาเชิงวิชาการ นำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต จึงขอความร่วมมือท่านกรุณาตอบคำถามตามความเห็นจากสภาพความเป็นจริง เพื่อผลการศึกษาจะได้ตรงกันความเป็นจริงมากที่สุด ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย และผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับตามจรรยาบรรณ ของนักวิจัยอย่างเคร่งครัด แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ  
**ตอนที่ 1** บั้จจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ  
**ตอนที่ 2** พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ทุกข้อ

นางสาวอรวรรณ วงษ์ด้วง

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



**ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  หน้าตัวเลือกที่ท่านเห็นว่าถูกต้องหรือสอดคล้องตามความคิดเห็นของท่าน โดยข้อมูลที่ท่านให้จะนำมาใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

1. เพศ  1) ชาย  2) หญิง
2. อายุ  1) ต่ำกว่า 20 ปี  2) ตั้งแต่ 20 – 39 ปี ขึ้นไป  
 3) ตั้งแต่ 40 – 59 ปี ขึ้นไป  4) ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด  1) ประถมศึกษา  2) มัธยมศึกษาตอนต้น  
 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  4) อนุปริญญา/ปวส.  
 5) ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
4. อาชีพ  1) นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต  2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 3) พนักงานบริษัทเอกชน  4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย  
 5) วิชาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป  6) เกษียณอายุ  
 7) ไม่ประกอบอาชีพ/อยู่ในระหว่างหางานอื่นๆ  8) (ระบุ) .....
5. รายได้ต่อเดือน  
 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท  2) 5,001 – 10,000 บาท  
 3) 10,001 – 20,000 บาท  4) มากกว่า 20,000 บาท
6. ภูมิลำเนาท่านอยู่จังหวัดใด  
(โปรดระบุ).....
7. ก่อนที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ท่านท่องเที่ยว มาจากแหล่งท่องเที่ยวใด  
 1) ไม่ได้ไป  2) ท่องเที่ยว(โปรดระบุ).....
8. ท่านวางแผนไปท่องเที่ยวสถานที่อื่นหรือไม่  
 1) ไม่ไป  2) ไป(โปรดระบุสถานที่).....

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว**

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความที่เป็นจริงหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- 1.วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ  
 1) เปิดโลกทัศน์ใหม่/ต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆด้วยตนเอง  
 2) ผ่อนคลายความเครียด/พักผ่อน/เพื่อพักผ่อนใจ  
 3) ศึกษา/ เรียนรู้/ เพื่อศึกษาดูงาน/ทัศนศึกษา  
 4) ต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว/อนุรักษ์

5) ประชุม/สัมมนา

6) ต้องการความรู้เพิ่มเติมกับซอกตึกตำบรพพ์

7) เพื่อประกอบธุรกิจ

**2. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ในช่วงวันใด**

1) วันธรรมดา (อังคาร – ศุกร์)       2) วันเสาร์ – วันอาทิตย์

3) วันหยุดนักขัตฤกษ์       4) เฉพาะวันจัดงานพิเศษ

**3. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวโดยวิธีการอย่างไร**

1) รถจักรยานยนต์       2) รถจักรยานยนต์       3) รถยนต์ส่วนบุคคล

4) รถโดยสารประจำทาง       5) รถสำนักงาน       6) รถเช่า/รถจ้างเหมา

7) รถมอเตอร์ไซด์

**4. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ครั้งนี้**

1) เดินทางมาคนเดียว       2) เดินทางมากับครอบครัวและญาติ

3) เดินทางมากับเพื่อน       4) เดินทางมากับโรงเรียน/สถานศึกษา

5) เดินทางมากับคณะทัวร์

**5. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ครั้งนี้ คือ**

1) เป็นการเดินทางมาครั้งแรก       2) เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำครั้งที่.....

**6. จำนวนผู้ร่วมเดินทางในกลุ่มของท่านที่มาท่องเที่ยวครั้งนี้**

1) 1 - 5 คน       2) 6 - 10 คน       3) 11 - 15 คน

4) 16 - 20 คน       5) 21 คนขึ้นไป

**7. ท่านรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการมาสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ โดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

1) เอกสารข่าวการท่องเที่ยว       2) แผ่นพับ       3) หนังสือพิมพ์       4) นิตยสาร

5) ทีวี       6) วิทยุ       7) อินเทอร์เน็ต       8) ป้ายโฆษณา

9) ไกด์นำ       10) สถานศึกษาพามา       11) การบอกต่อของบุคคลอื่น

12) ทางกรรออกงานแสดงสินค้า / นิทรรศการ       13) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**8. การเดินทางมาสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ครั้งนี้ ท่านมีค่าใช้จ่ายเท่าไร**

1) ต่ำกว่า 500 บาท       2) 501 - 1,000 บาท       3) 1,001- 1,500 บาท

4) 1,501 – 2,000 บาท       5) 2,001- 2,500 บาท       6) 2,501 บาทขึ้นไป

**9. ระหว่างท่องเที่ยวในสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ท่านใช้จ่ายในด้านใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)**

1) ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม       2) ค่าของที่ระลึก       3) ค่าพาหนะในการเดินทาง

4) ค่าที่พัก       5) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ.....



18.เหตุผลใดที่ท่านเลือกซื้อของที่ระลึกของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์       2) สี สันสวยงาม       3) ราคาถูก  
 4) สะดวกในการซื้อ       5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

19.ในการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ ท่านให้ความสำคัญในด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์       2) รูปแบบของผลิตภัณฑ์  
 3) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ       4) สี สันและลวดลาย  
 5) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์       6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

20.งบประมาณในการซื้อของที่ระลึกของสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯของท่านแต่ละครั้ง

- 1) ต่ำกว่า 500 บาท       2) 501 - 1,000 บาท  
 3) 1,001- 1,500 บาท       4) 1,501 – 2,000 บาท  
 5) 2,001- 2,500 บาท       6) 2,501 บาทขึ้นไป

21.สิ่งที่ท่านประทับใจมีอะไรบ้าง (เลือกเพียง 5 ข้อ และโปรดลำดับสิ่งที่ประทับใจ ตั้งแต่ 1 ถึง 5 โดย 1 คือประทับใจมากที่สุด เป็นต้นไป)

ลำดับ

- |   |       |
|---|-------|
| 1.นิทรรศการที่จัดแสดงข้อมูล<br>เหมาะสำหรับการศึกษาหาความรู้ | ..... |
| 2.ความหลากหลายและความแปลกใหม่<br>ของซากดึกดำบรรพ์           | ..... |
| 3.การจัดลำดับเรื่องราวถ่ายทอด<br>ความรู้ทางซากดึกดำบรรพ์    | ..... |
| 4.ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว                             | ..... |
| 5.สภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร                                    | ..... |
| 6.การต้อนรับของบุคลากร/<br>การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี          | ..... |
| 7.อุณหภูมิและระบบการถ่ายเทอากาศ<br>ภายในอาคารพิพิธภัณฑ์     | ..... |
| 8. ของที่ระลึก  | ..... |
| 9. ป้ายต่างๆ  | ..... |
| 10. มัคคุเทศก์  | ..... |
| 11. ที่นั่งพักตามจุดต่างๆ                                   | ..... |
| 12. ห้องน้ำ   | ..... |
| 13. ทัศนียภาพ   | ..... |

22.ท่านมีความคิดเห็นว่าคุณจะมีการปรับปรุงด้านใดบ้าง(เลือกเพียง5 ข้อ และโปรดลำดับสิ่งที่ต้องปรับปรุง ตั้งแต่ 1 ถึง 5 โดย 1 คือสิ่งที่ต้องปรับปรุง มากที่สุด)

ลำดับ

- |  |       |
|--|-------|
| 1.ความหลากหลายและ<br>ความแปลกใหม่ของซากดึกดำบรรพ์          | ..... |
| 2.การต้อนรับของบุคลากร/<br>การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี         | ..... |
| 3.สถานที่จอดรถ/การจัดการจราจรภายใน                         | ..... |
| 4.การรักษาความปลอดภัยชีวิตและ<br>ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว | ..... |
| 5.ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว                            | ..... |
| 6.ราคาบัตรเข้าชม   | ..... |
| 7.ราคาอาหาร  | ..... |
| 8.ราคาของที่ระลึก  | ..... |
| 9.การประชาสัมพันธ์   | ..... |
| 10.ป้ายต่างๆ   | ..... |
| 11.การคมนาคม   | ..... |
| 12.ห้องน้ำ   | ..... |
| 13.ที่นั่งพักตามจุดต่างๆ                                   | ..... |
| 14.จำนวนร้านอาหาร  | ..... |
| 15.เวลาเปิด – ปิด  | ..... |

23. ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวที่สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ อีกหรือไม่

- 1) มาเพราะ.....
- 2) ไม่มา เพราะ.....
- 3) ไม่แน่ใจ เพราะ.....

\* \* \*

**ขอขอบคุณท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือ**

**ตอบแบบสอบถาม**

\* \* \*

## ประวัติย่อผู้ทำภาคนิพนธ์

ชื่อ	นางอรวรรณ จรปรุ
วันเดือนปีเกิด	6 กุมภาพันธ์ 2526
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	213 หมู่ที่ 2 ตำบลปรุใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	นักวิชาการศึกษา
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2544	ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนสตรีชัยภูมิ อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
พ.ศ. 2548	วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม (การจัดการทรัพยากร) จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา