



อภิธาน์นทาการ

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติ **สำนักหอสมุด**
ในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์
และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย



อรทัย มูลคำ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
23 ก. ค. 2552
วันลงทะเบียน.....
เลขทะเบียน..... 1. A57A254
เลขเรียกหนังสือ..... 6

155
°T5
0324ก
2552

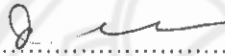
วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย" ของ อรทัย มูลคำ เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



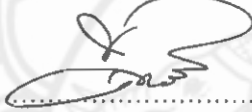
ประธาน

(ดร. ละเอียด ศิลาน้อย)



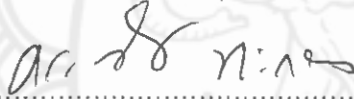
กรรมการ

(ดร. อารินทร์ สงวนเสริมศรี)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุทินันท์ พรหมสุวรรณ)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ครรชิต ทะกอง)

อนุมัติ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณิงนิจ กุพัฒน์วิบูลย์)

รักษาการในตำแหน่งคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

๗ พฤษภาคม 2552

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณประธานที่ปรึกษา ดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี และอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่ากรุณามาเป็นประธานที่ปรึกษาและที่ปรึกษา พร้อมกับได้ให้ความกรุณาช่วยเหลืออย่างดียิ่งตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณ นักท่องเที่ยวทุกคนที่เข้ามาท่องเที่ยวและให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวอันเป็นข้อมูลสำคัญยิ่ง สำหรับการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ขอแสดงความขอบคุณคณาจารย์ในโครงการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ข้าพเจ้า และขอแสดงความขอบคุณเจ้าหน้าที่ ประจำศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการ สนับสนุนการเรียนการสอน และการบริการให้ข้อมูลในการศึกษา จนประสบผลสำเร็จใน การศึกษาตามความมุ่งหมายทุกประการ

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่คอยให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจบ้างไม่มากก็น้อย

อรทัย มูลคำ

ชื่อเรื่อง	การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย
ผู้วิจัย	อรทัย มูลคำ
ประธานที่ปรึกษา	ดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยรัตนนคร, 2551
คำสำคัญ	การท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย ในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2551 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามโดยวิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการบรรยายข้อมูล สถิติเชิงอนุมานการทดสอบหาความสัมพันธ์โดยการทดสอบจะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-Square) และแบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 – 22 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 2) ผลการศึกษาสรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่เดินทางมากับครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน นิยมท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทตามธรรมชาติ ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาล และใช้บ้านพักเป็นที่พักแรม 3) ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัด

เชียงใหม่ ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป/บุคคลในครอบครัว / เพื่อน อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ อินเทอร์เน็ต (Internet) หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โทรทัศน์/วิทยุ อันดับสุดท้าย บริษัททัวร์/มัคคุเทศก์นำเที่ยว 4) ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) พบว่า ความสัมพันธ์ของกระบวนการให้บริการด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหารกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร /วารสาร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันมากที่สุด และความสัมพันธ์ระหว่างความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน น้อยที่สุด



Title PERCEPTION AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS
ON A NATIONAL PARKS IN CHIANGMAI PROVINCE:
A CASE STUDY OF DOI INTANON AND DOI SUTHEP- PUI
NATIONAL PARKS

Author Orathai Mooncome

Advisor Tharin Sanguansermisri, Ph.D.

Co - Advisor Associate Professor Suthinan Promsuwan, Ph.D.

Academic Paper Thesis M. A. in Hotel and Tourism Management,
Naresuan University, 2008

Keywords Tourism in The Northern National Park, Chiang Mai

ABSTRACT

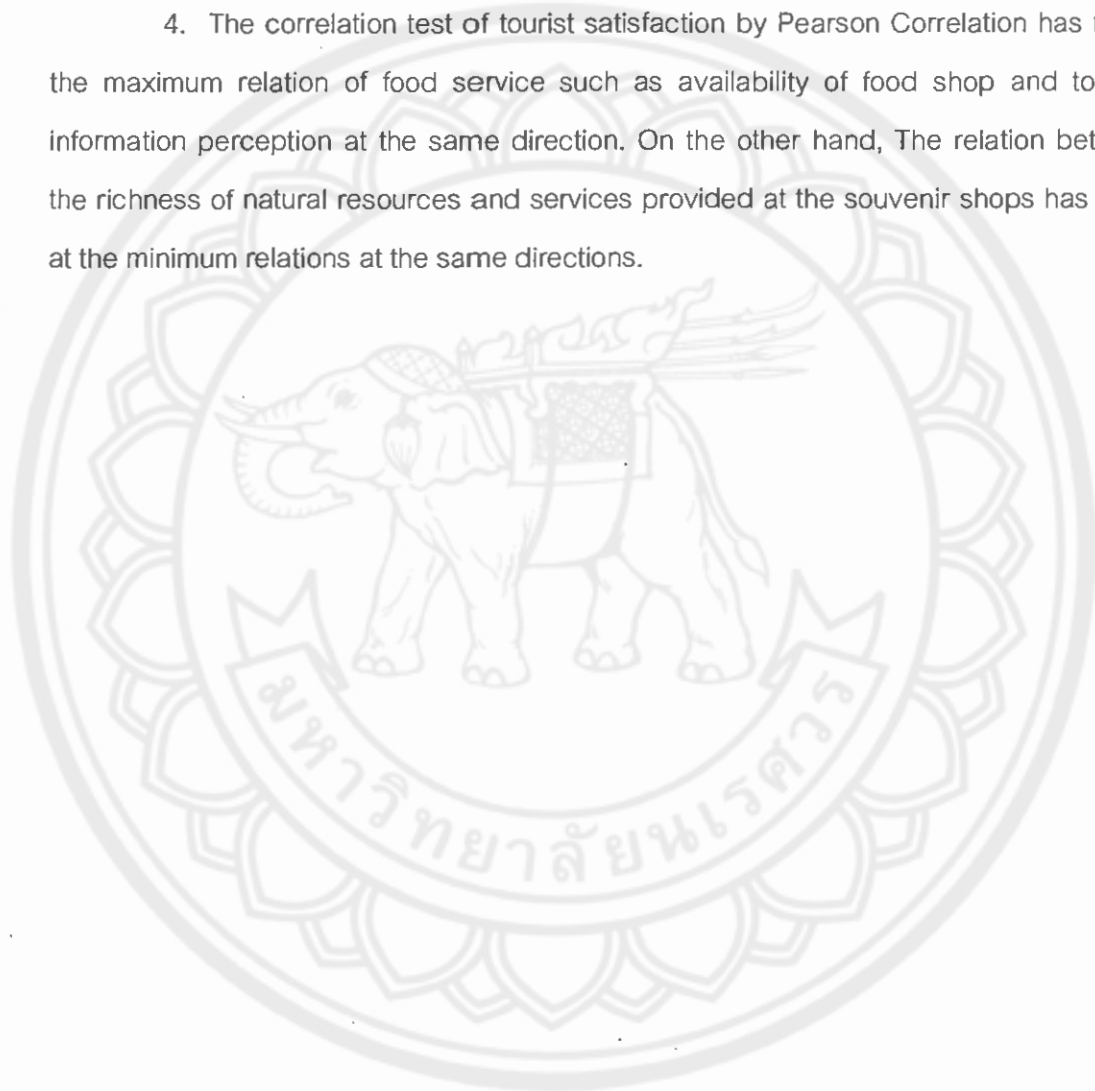
This research aims at studying the behavior and satisfaction of tourists who have been visited The National Park in Chiang Mai province such as Doi Intanon/ Doi Suthep - Pui National Park during November to December 2008. An instrument for data collection was questionnaire collected from an accidental Sampling/Data Analyzing has made from software application. The descriptive statistics have shown as Mean and Percentage. Standard Deviation has been used for data description and Inference Statistics. Chi-Square and Pearson Correlation has been used for correlation test.

1. The conclusion has found that most tourists were women aged between 15-22 years old /single and they has graduated with bachelor degree. Most of them were students or collegians. Their average incomes were under 10000 Baht per month and they stayed in Bangkok.

2. Most of them came with family by their own car and their objective was to relax by visiting natural zone. They always came on holiday by festival and stayed at resort.

3. The study found the high degree of their satisfaction. When considering on each topic, the study has found that they had received information about the tourist destinations from family and friend as first rank and second rank is from internet/ newspaper/magazine/ Thailand Authority of Tourism Journal/ TV/ Radio. The third rank is from tour agency / tourist guide.

4. The correlation test of tourist satisfaction by Pearson Correlation has found the maximum relation of food service such as availability of food shop and tourism information perception at the same direction. On the other hand, The relation between the richness of natural resources and services provided at the souvenir shops has show at the minimum relations at the same directions.



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	9
ความสำคัญของการวิจัย.....	10
ขอบเขตของการวิจัย.....	10
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	13
สมมุติฐานของการวิจัย.....	14
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
ประวัติความเป็นมาของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติ ดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติ.....	35
ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาท่องเที่ยว.....	38
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	44
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	47
แนวคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	53
ทฤษฎีการท่องเที่ยว.....	67
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	75
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	81
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	81
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	82
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	85
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	85

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	87
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา.....	87
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	88
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	92
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	96
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน.....	100
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi – square).....	100
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi – square).....	142
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Pearson correlation)..	256
5 บทสรุป.....	271
สรุปผลการวิจัย.....	272
อภิปรายผลการวิจัย.....	283
ข้อเสนอแนะ.....	289
บรรณานุกรม.....	290
ภาคผนวก.....	295
ประวัติผู้วิจัย.....	311

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	88
2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ.....	88
3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....	89
4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	89
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	90
6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้/เดือน.....	90
7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย.....	91
8	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่.....	92
9	แสดงจำนวนและร้อยละการใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยาน แห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่.....	93
10	จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติใน ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่.....	94
11	จำนวนและร้อยละของประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป.....	94
12	จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด.....	95
13	จำนวนและร้อยละของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก.....	95
14	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยาน แห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะทางกายภาพของ แหล่งท่องเที่ยว.....	96
15	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยาน แห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง.....	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการให้บริการ.....	98
17	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว.....	99
18	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับสถานภาพด้านเพศ.....	100
19	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสถานภาพด้านอายุ	101
20	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสถานภาพด้านสถานภาพ	102
21	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสถานภาพด้านระดับการศึกษา.....	103
22	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสถานภาพด้านอาชีพ.....	104
23	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	105
24	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย	106
25	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านเพศ.....	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านอายุ.....	108
27	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านสถานภาพ.....	109
28	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านระดับการศึกษา.....	110
29	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านอาชีพ.....	111
30	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน.....	112
31	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเดินทาง ท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย.....	113
32	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา ท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านเพศ.....	114
33	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านอายุ.....	115
34	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับด้าน สถานภาพ.....	116
35	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านระดับการศึกษา.....	117
36	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านอาชีพ.....	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
37	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	119
38	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย.....	120
39	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ จังหวัดเชียงใหม่.....	121
40	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสถานภาพด้านอายุ.....	122
41	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสถานภาพด้านสถานภาพ.....	123
42	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสถานภาพด้านระดับการศึกษา.....	124
43	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสถานภาพด้านอาชีพ.....	125
44	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	126
45	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย.....	127
46	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านเพศ.....	128
47	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับสถานภาพด้านอายุ.....	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
48	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับด้าน สถานภาพ.....	130
49	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านระดับการศึกษา.....	131
50	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านอาชีพ.....	132
51	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน.....	133
52	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเดินทาง ท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย.....	134
53	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ จังหวัดเชียงใหม่.....	135
54	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านอายุ.....	136
55	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับด้าน สถานภาพ.....	137
56	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านระดับการศึกษา.....	138
57	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับ สถานภาพด้านอาชีพ.....	139
58	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน.....	140

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
59	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเดินทาง ท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย.....	141
60	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว.....	142
61	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการ เดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้าน ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	143
62	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว.....	144
63	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว.....	145
64	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว.....	146

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
65	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว.....	147
66	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว.....	148
67	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว.....	149
68	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว.....	150
69	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว.....	151
70	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว.....	152

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

174

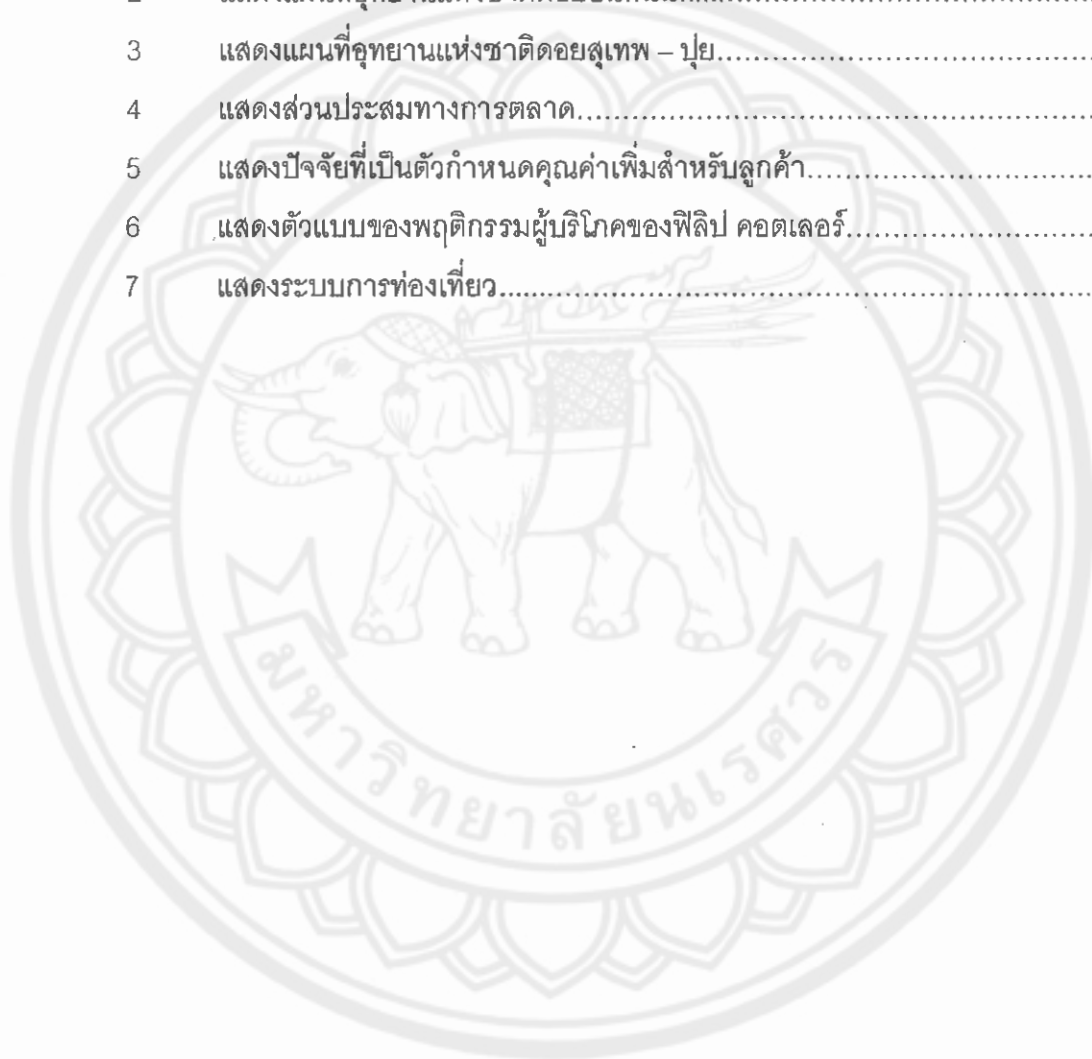
แสดงผลการสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

256



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	12
2	แสดงแผนที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์.....	23
3	แสดงแผนที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ – ปุย.....	31
4	แสดงส่วนประสมทางการตลาด.....	46
5	แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า.....	59
6	แสดงตัวแบบของพฤติกรรมผู้บริโภคของฟิลิป คอตเลอร์.....	64
7	แสดงระบบการท่องเที่ยว.....	68



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมใหญ่ และเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สามารถนำรายได้เข้ามาสู่ประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมหาศาล และเป็นรายได้หลักอย่างหนึ่งของประเทศ และประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลาย ๆ ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและสัมผัสกับบรรยากาศและความสวยงามของธรรมชาติ ผลจากการสำรวจความคิดเห็นจากผู้อ่านนิตยสารทั่วโลก เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2551 ว่ากรุงเทพมหานคร ได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองนำท่องเที่ยวที่สุดในโลก และเป็นเมืองเดียวของเอเชียที่ติดอยู่ในกลุ่ม 10 อันดับแรกด้วย โดยได้เลื่อนอันดับขึ้นมาจากอันดับที่ 3 ของเมื่อปีที่ผ่านม ส่วนจังหวัดเชียงใหม่ ติดอันดับเมืองนำเที่ยวอันดับ 3 ของทวีปเอเชียตามหลังกรุงเทพฯ และโตเกียว เท่านั้น (นิตยสาร ทราเวลเลอร์ของสหรัฐอเมริกา, 2551)

กรมอุทยานแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของอุทยานแห่งชาติว่าเป็นพื้นที่ประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญทางระบบนิเวศวิทยา ซึ่งมีความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่ว่าจะเป็นทัศนียภาพอันงดงาม น้ำตก ถ้ำ และภูเขา หรือดอกไม้ และสัตว์นานาชนิดที่มีความสำคัญยิ่ง อุทยานแห่งชาติของประเทศไทยถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากมาย สำหรับแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้ว ยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของพืชและสัตว์ที่มีคุณค่าในเชิงวิทยาศาสตร์ เศรษฐกิจ และเชิงนิเวศวิทยา อุทยานแห่งชาติของไทยส่วนใหญ่ถือเป็นแหล่งที่มีความสำคัญ ทั้งทางความสวยงามทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ความสวยงามทางธรรมชาติ ภูมิประเทศ หรือภูมิศาสตร์ของอุทยานแห่งชาตินี้ เป็นที่ประจักษ์ต่อทั้งผู้มาเยือนจากในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งหลายนี้ เป็นคำอธิบายในตัวเองได้เป็นอย่างดี หากพิจารณาอุทยานแห่งชาติในแง่ของการเป็นพื้นที่อนุรักษ์แล้ว ถือว่ามีบทบาทที่สำคัญยิ่งในการรักษาเสถียรภาพเชิงนิเวศวิทยา และการอนุรักษ์ในความหลากหลายด้านชีววิทยา พื้นที่อนุรักษ์เหล่านี้ ยังเป็นสถานที่ที่พิเศษสุดสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นแหล่งความรู้ทางการศึกษาอีกด้วย ถึงปัจจุบันนี้ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ได้จัดตั้งอุทยานแห่งชาติไปแล้วทั้งสิ้น 108 แห่ง พื้นที่ประมาณ 34.27 ล้านไร่ และเตรียมการประกาศจัดตั้งอุทยานแห่งชาติเพิ่มเติมอีก 40 แห่ง พื้นที่ประมาณ 10.78 ล้านไร่ รวมเป็น 148 แห่ง พื้นที่ประมาณ 45.05 ล้านไร่ (กรมอุทยานแห่งชาติ, 2550)

เนื่องจากความจำเป็นในการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรที่มีความหลากหลาย ทั้งในด้านชีวภาพและระบบนิเวศ ที่อยู่ภายในพื้นที่อุทยานแห่งชาติมีความสำคัญอย่างมากนี้เอง จึงทำให้พื้นที่อุทยานแห่งชาติของไทยถูกประกาศให้ครอบคลุมพื้นที่กระจายอยู่ทุกภาค ทั้งจากยอดเขาที่สูงที่สุดของประเทศอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ต่อกันไปถึงชายทะเลและจนถึงกลางทะเล เช่น อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ จากการอนุรักษ์แหล่งที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของชนิดพันธุ์และพันธุกรรมต่าง ๆ เหล่านั้นไว้ ในเขตอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืชจึงได้สร้างความมั่นใจให้แก่ลูกหลานของไทยว่า ชนิดพันธุ์ป่าต่าง ๆ ของไทย ได้รับความคุ้มครองไว้ระดับหนึ่งแล้วพร้อมกันนั้น ก็ได้ทำการส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัยค้นคว้าทางวิชาการควบคู่กันไป เพื่อให้มีความพร้อมและสามารถนำธรรมชาติและทรัพยากรชีวภาพที่มีอย่างหลากหลายมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป ธรรมชาติและทรัพยากรที่มีค่าในเขตอุทยานแห่งชาติของไทยอีกประเภทหนึ่ง คือ สิ่งที่เกิดขึ้นมาโดยธรรมชาติ มีความโดดเด่นเป็นหนึ่งเดียวของโลก หรือที่เรียกว่า ธรรมชาติและทรัพยากรที่มีเอกลักษณ์ทางธรณีสัณฐาน เช่น สุสานหอย 75 ล้านปี ที่อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตนธารา - หมู่เกาะพีพี เขาตะปู ณ อุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา ถ้ำหินงอกหินย้อย ที่วิจิตรตระการตา ณ อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ หาดหินงาม ณ อุทยานแห่งชาติตะรุเตา ลานหินปุ่ม ลานหินแตก ณ อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า หินผา ณ ผาหล่มสัก ความสวยงามของต้นสนสามใบ บนหน้าผา ที่อุทยานแห่งชาติภูกระดึง ความโดดเด่นของธรรมชาติและทรัพยากรเหล่านี้ คือ ความภาคภูมิใจของชาวไทย ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน เช่น ชาวเล ณ อุทยานแห่งชาติ หมู่เกาะสุรินทร์ อุทยานแห่งชาติตะรุเตา และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตาเกาะป่าซากู ณ อุทยานแห่งชาติทะเลบัน หรือชุมชนชาวเขา ซึ่งวัฒนธรรมการดำรงชีพอย่างดั้งเดิมของชุมชนนับวันจะลดน้อยถอยลงไปทุกที ในส่วนที่เหลืออยู่จึงมีคุณค่าในตัวเองอย่างหาที่เปรียบไม่ได้และท้ายสุด คือ ธรรมชาติและทรัพยากรทางประวัติศาสตร์นับแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เช่น ภาพเขียนสี ณ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม หรือร่องรอยและซากไดโนเสาร์ ณ อุทยานแห่งชาติภูเวียง มาจนถึงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญของชาติ ก็ปรากฏอยู่ในอุทยานแห่งชาติเป็นจำนวนมาก เช่น พระที่นั่งคูหาคฤหาสน์ ณ อุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอดเจดีย์พระนางเรือล่ม ณ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ทณฑสถานนักโทษการเมือง ณ อุทยานแห่งชาติตะรุเตา (กรมอุทยานแห่งชาติ, 2550)

ปัจจุบันไทยมีมรดกโลกที่น่าท่องเที่ยวหลายแห่ง ดังนั้นหนึ่งในโครงการรณรงค์ตามแผนตลาดท่องเที่ยวในปี 2552 ของ ททท. คือ โครงการ “รักษ่มรดกไทย ภูมิใจมรดกโลก” โดยมีแผนที่จะดึงนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก รวมถึงคนไทยให้มาเที่ยวชมแหล่งมรดกโลกของไทย

โดยมีแหล่งมรดกโลกที่ขึ้นทะเบียนแล้วถึง 5 แห่ง ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานสำคัญ 3 แห่งคือ แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอีก 2 แห่งคือ ผืนป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง และป่าเขาใหญ่-ดงพญาเย็น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความรุ่งเรืองของบรรพบุรุษไทย ที่สั่งสมอารยธรรมอันยิ่งใหญ่บนผืนแผ่นดินแห่งนี้มานาน และคนไทยยังคงรักษาความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติผืนป่า ให้คงอยู่มาจนปัจจุบัน โครงการนี้จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มคนสนใจเฉพาะให้เดินทางเข้ามาเที่ยวชมได้มากขึ้นและก่อให้เกิดความรักและความภูมิใจในมรดกของชาติร่วมกันในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551)

จากนิตยสารเส้นทางไทย ได้กล่าวไว้ว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวไทยในปี 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยจะมีประมาณ 14.74 ล้านคน หรือขยายตัวร้อยละ 8.4 จากปีที่แล้ว และจะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 5.47 แสนล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 12.78 อันเป็นการขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ซึ่งมีการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 18.8 และร้อยละ 21.25 ตามลำดับ โดยตลาดนักท่องเที่ยวในแถบภูมิภาคเอเชียตะวันออก เฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นจะยังคงเป็นตลาดหลัก ขณะที่จีนและเกาหลีใต้ เป็นตลาดที่มีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก แม้ว่าในช่วงไตรมาสแรกจะมีแนวโน้มชะลอลงบ้าง ทั้งนี้ เพราะในปี 2550 ยังมีปัจจัยเกื้อหนุนจากการจัดงานเฉลิมฉลองเนื่องในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 80 พรรษา และการจัดงานในโอกาสครบ 120 ปี ของการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-ญี่ปุ่น ซึ่งจะมีจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องของภาครัฐ โดยมุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้เข้าประเทศ นอกจากนั้น การเปิดใช้สนามบินสุวรรณภูมิ จะทำให้ประเทศไทยเป็นประตูภูมิภาคเอเชียแห่งใหม่ และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้เพิ่มมากขึ้นเหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่มีส่วนช่วยกระตุ้นให้การท่องเที่ยวไทยสามารถขยายตัวเพิ่มขึ้น แม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัจจัยหลายประการดังที่ได้กล่าวมาแล้ว (ธนาคารนครหลวงไทย, 2550)

อธิบดีกรมอุทยานแห่งชาติ ได้ประกาศเรื่อง การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของกรมอุทยาน โดยจะเริ่มใช้ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2551 ใน 10 อุทยานแห่งชาติสำคัญ (มติชน, 2551) ซึ่งประกอบด้วย

1. อุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง กำหนดให้นักท่องเที่ยวเข้าพักค้างคืนได้สูงสุด 1,134 คน
ไปกลับ 850 คน
2. อุทยานแห่งชาติดอยผ้าห่มปก พักค้างคืนได้ 1,000 คน ไปกลับ 1,100 คน
3. อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ พักค้างคืนได้ 800 คน ไปกลับ 2,500 คน
4. อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ค้างคืนได้ 850 คน ไปกลับ 2,900 คน
5. อุทยานแห่งชาติภูกระดึง ค้างคืน 5,300 คน ไปกลับ 300 คน
6. อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พักค้างคืนได้ 2,650 คน ไปกลับ 3,235 คน
7. อุทยานแห่งชาติเอราวัณ ค้างคืนได้ 742 คน ไปกลับได้ 2,000 คน
8. อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ค้างคืนได้ 1,500 คน ไปกลับ 1,500 คน
9. อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ ค้างคืนได้ 620 คน ไปกลับ 6,520 คน
10. อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน ค้างคืนได้ 180 คน ไปกลับ 1,410 คน

ในการจำกัดนักท่องเที่ยวเข้าอุทยานแห่งชาติในครั้งนี้ จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้าไปในอุทยานฯ ในช่วงเทศกาลลดลงถึงร้อยละ 50 ส่วนในช่วงวันธรรมดาจะทำให้ลดลง ร้อยละ 20-30 ซึ่งอาจจะกระทบต่อรายได้การเก็บค่าเข้าชมอุทยานแห่งชาติถึงครึ่งหนึ่งจากรายได้ที่เคยจัดเก็บได้ 400 ล้านบาทต่อปี เพราะจุดประสงค์สำคัญของกาจำกัดนักท่องเที่ยวก็เพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสวยงามของสภาพธรรมชาติ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติและพื้นที่พระบรมมณเฑาะภายในอุทยานแห่งชาติรวมทั้งเป็นการคัดกรองนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพด้วย

สำหรับอุทยานแห่งชาติที่ติดอันดับทั้งหมด มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าไปใช้บริการ โดยเฉพาะในช่วงเวลาเทศกาลหรือฤดูกาลท่องเที่ยวจำนวนนักท่องเที่ยวยิ่งเพิ่มสูงขึ้น ทำให้เกิดผลกระทบต่อตามมา คือ สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมและทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย และจากการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ของอุทยานแห่งชาติ 10 แห่ง ทั้งหมดอยู่ในภาวะเกินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้

ในประเทศไทยมีหลายจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์และความสวยงามที่แตกต่างกันไป ยกตัวอย่างในภาคเหนือ เช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ที่จังหวัดเชียงใหม่ อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ฯลฯ และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอีกมากมาย และแต่ละที่ก็จะมีจุดเด่นเฉพาะตัวในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะภูมิประเทศในแต่ละภูมิภาค

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย มีธรรมชาติที่สวยงามและตั้งอยู่สูงสุดและเป็นจังหวัดชายแดนที่มีเส้นทางไปสู่สหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศจีน การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว จึงทำให้เป็นที่นิยมมาท่องเที่ยวและเที่ยวชม ซึ่งในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เนื่องจากศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ประเพณีอันเก่าแก่และที่สำคัญที่สุดมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของเมืองเหนือ เช่น อุทยานแห่งชาติที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเข้าไปใช้บริการและเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงเวลาเทศกาลหรือฤดูกาลท่องเที่ยวและประกอบกับการมีสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบาย จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจสำหรับที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ ว่ามีลักษณะและปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาประเด็นของปัญหาที่ต้องมีการแก้ไขโดยมุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ โดยศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ในประเด็นการศึกษาดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสงี่ยมรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 125 - 130) คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Object, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets and Operations

1.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงส่วนประกอบของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ตลาดเป้าหมายประกอบด้วยนักธุรกิจ มีรายได้ปานกลางจนถึงระดับสูงขึ้นไป

1.2 ผู้บริโภคจะซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดซื้อ (Objects)

1.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ (Objectives) การใช้

1.4 ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพล

1.5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions)

1.6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Outlets) ที่ผู้บริโภคจะไปทำการซื้อซึ่งนักการตลาดจะต้องศึกษาเพื่อจัดช่องทางการจัดจำหน่าย

1.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

คำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1H)

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาด ที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in The Target Market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants)ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด(4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Competitive) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 4. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์บริการ พนักงานและภาพลักษณ์

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาด ที่เกี่ยวข้อง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) 2. กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวันโอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาด ที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์ สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่า จะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How dose the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การ ส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยการ โฆษณาการขายโดยใช้พนักงาน ขาย การส่งเสริมการขาย การให้ ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาด ทางตรง เช่น พนักงาน ขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการ ขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ในการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541, หน้า 125 – 130)

2. ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย แนวคิดการสร้างความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้า
ที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของ
ผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า (Kotler, 2000, p.98) ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดความ
แตกต่างระหว่างผลประโยชน์ จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล
(Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์
หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้าง
ความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจาก
การผลิต (Manufacturing) และการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ

(Differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2441, หน้า 45)

โพนบูลย์ เจริญพานิช (2539, หน้า 6 -7) ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการหรือความสามารถในการที่จะพิจารณาว่าบริการที่ให้นั้นเป็นความพึงพอใจหรือไม่ พิจารณาได้จากสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) หมายความว่า ความยุติธรรมในการบริหารงาน ที่มีฐานคิดที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน
2. การให้บริการอย่างรวดเร็ว (Timely Service) หมายความว่า การให้บริการลักษณะความจำเป็นเร่งด่วน และความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายความว่า การใช้บริการต้องมีลักษณะ มีจำนวน มีการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ขึ้นแก่ผู้รับบริการ ความเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนการพัฒนาระบบการบริการที่ให้มีคุณภาพเพียงพอตามความจำเป็นและความต้องการ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuouus Service) หมายความว่า การให้บริการตั้งแต่เริ่มต้นและต่อเนื่อง สม่่าเสมอ โดยยึดประโยชน์และความต้องการ
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายความว่า การพัฒนาการบริการด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการสร้างแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยนี้ทำให้เห็นถึงภาพรวมของการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจะนำไปแก้ไขและปรับปรุงการบริการอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ได้
3. ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นตัวอย่างในการพัฒนาในแง่มุมอื่น ๆ นอกเหนือจากการศึกษาด้านคุณสมบัติ พฤติกรรม และระดับพึงพอใจในการอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ และในการวิจัยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตของการวิจัย ไว้ดังนี้

1. ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open ended Question) และแบบปลายปิด (Closed - end Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ขอบเขตของประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 2 แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ซึ่งมีกลุ่มประชากร จำนวน 838,621 คน (รายงานสถิตินักท่องเที่ยว ปีงบประมาณ 2551 จากส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช)

3. ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

- 3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่อาศัย
- 3.2 ตัวแปรตามแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ชอบมาท่องเที่ยว สถานที่พักแรกที่นักท่องเที่ยวพัก

3.2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

4. การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 1 กลุ่มคือ ตัวแปรคุณสมบัติส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ และกลุ่มตัวแปรตาม จำนวน 2 กลุ่มโดยกลุ่มแรกคือ กลุ่มตัวแปรพฤติกรรม ได้แก่ ประเภทของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มที่สองคือ ตัวแปรระดับความพึงพอใจ ด้านความปลอดภัย ด้านที่พักและโรงแรม ด้านร้านอาหาร ด้านการคมนาคม

ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

กลุ่มตัวแปรอิสระ

กลุ่มตัวแปรตาม



ภาพ 1 แสดงกรอบความคิดการศึกษา

จากกรอบแนวคิดการวิจัยสามารถอธิบายในรายละเอียด ดังนี้

กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรคุณสมบัติส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่อาศัย และกลุ่มตัวแปรตาม จำนวน 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรก คือ กลุ่มตัวแปรพฤติกรรม ได้แก่ ประเภทของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มที่สองคือ ตัวแปรระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้นและเป็นการเยือนชั่วคราว โดยเป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเองไม่ใช่เป็นการถูกบังคับไม่ใช่เพื่อทำสงคราม และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือรายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเรีงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อดูธุรกิจ
2. แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ฯลฯ สถานที่ที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรม เป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นอยู่ วิถีชีวิตซึ่งเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น หมู่บ้านช้าง เป็นต้น
3. นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เดินทางเข้ามาเยือนท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะมาเพื่อพักผ่อนตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อทัศนศึกษาหาความรู้หรือความเพลิดเพลินในอุทยานอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่
4. พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมหรือการแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน 6 ด้าน คือ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ชอบมาท่องเที่ยว สถานที่พักแรกที่นักท่องเที่ยวพัก

5. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ใน 4 ด้าน คือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

6. อุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ หมายถึง อุทยานแห่งชาติทั้งหมด 2 แห่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ – ปุย

7. อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ หมายถึง อุทยานที่มีดอยที่สูงที่สุดในประเทศไทย (2,599 เมตร) มีสภาพอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี เป็นสถานที่ที่สวยงามและน่าท่องเที่ยว เช่น น้ำตกแม่ยะ น้ำตกแม่กลางน้ำตก วชิรธาร และเส้นทางศึกษาธรรมชาติหลายจุด

8. อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ – ปุย หมายถึง สถานที่ที่เป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อน สภาพอากาศโดยทั่วไปจะหนาวเย็นและชุ่มชื้น เนื่องจากได้รับไอน้ำจากเมฆหมอกที่ปกคลุมอยู่เกือบตลอดปี

สมมุติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน

การทดสอบสมมุติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (Chi-Square)

2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (Chi-Square)

2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย จังหวัดเชียงใหม่
2. แนวคิดเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติ
3. ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 5.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 5.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 5.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย จังหวัดเชียงใหม่

ภาคเหนือถือเป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่ที่ขึ้นชื่อว่า ประชาชนมีอัธยาศัยอ่อนโยนโดยโอบอ้อมอารี ชาวเมืองเหนือส่วนใหญ่ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมและจารีตประเพณี “ล้านนาไทย” ซึ่งสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ด้านสภาพภูมิประเทศที่เต็มไปด้วยความความงดงามตามธรรมชาติ ของขุนเขาใหญ่น้อย รวมไปถึงด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุเก่าแก่ อาทิ เช่น บริเวณเมืองเก่าสุโขทัย ซึ่งเคยเป็นราชธานีแห่งแรกของไทย มีอายุไม่ต่ำกว่า 700 ปีมาแล้ว

อุทยานแห่งชาติภาคเหนือ ครอบคลุมอาณาบริเวณตั้งแต่จังหวัดนครสวรรค์เป็นต้นไป ลักษณะประเทศส่วนใหญ่เป็นเทือกเขาสลับซับซ้อน เป็นบ่อเกิดของแม่น้ำลำธารหลายสายของประเทศ มีอุทยานแห่งชาติ 34 แห่ง และอุทยานแห่งชาติที่เตรียมการประกาศอีก 25 แห่ง

อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เป็นอุทยานที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 482 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่อำเภอแม่แจ่ม อำเภอจอมทอง และอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ สภาพภูมิประเทศเป็นเทือกเขาสลับซับซ้อนมีความสูงตั้งแต่ 400-2,565 เมตรจากระดับน้ำทะเล สภาพป่ามีหลายประเภททั้ง ป่าเต็งรัง ป่าเบญจพรรณ ป่าดิบแล้ง และป่าดิบเขา โดยเฉพาะป่าดิบเขาบนยอดดอยสูงสุด นับเป็นธรรมชาติที่โดดเด่นที่สุดนอกจากนี้บนยอดดอยยังพบพืชจากเขตอบอุ่น เช่น กุหลาบพันปี บัวทอง ต่างไก่ป่า ฯลฯ และตามหน้าผาพบป่ากึ่งอันไพน์ ซึ่งเป็นสังคมพืชที่หายากในเมืองไทย ดอยอินทนนท์เป็นศูนย์รวมของนกป่าเกือบ 400 ชนิด โดยเฉพาะนกหายากหลายชนิดที่อาศัยในที่สูง เช่น นกปีกแพร นกกระทาดง นกคิ้ว ฯลฯ ในจำนวนนี้มีมากกว่า 100 ชนิด ที่เป็นนกอพยพย้ายถิ่นเข้ามาอาศัยบนดอยอินทนนท์ในช่วงฤดูหนาว หลายชนิดพบได้ยากในพื้นที่อื่น เช่น นกเดินดง นกจับแมลง นกจาบปีกอ่อน นกเขน ฯลฯ

อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เดิมเป็นส่วนหนึ่งของป่าสงวนแห่งชาติดอยอินทนนท์และป่าเตรียมการสงวนป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง ป่าแม่แจ่ม และป่าแม่ขาน-แม่วาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้การสงวนและคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองและสงวนป่า พ.ศ. 2497 และตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2502 โดยออกเป็นกฎกระทรวงฉบับที่ 103 (พ.ศ. 2502) ป่าสงวนแห่งชาติดอยอินทนนท์ ต่อมาได้ถูกกำหนดให้เป็น 1 ใน 14 ป่า ที่ทางรัฐบาลให้ดำเนินการสำรวจและจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรก ตามนโยบายของรัฐบาลในด้านการอนุรักษ์ การป้องกัน และดูแลรักษาทรัพยากรป่าไม้ และเพื่อการนำเอาสภาพป่าและสภาพภูมิประเทศต่างๆ ของพื้นที่ป่าที่เหลืออยู่มาใช้เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัยทางด้านธรรมชาติวิทยา และชีววิทยา

กองบำรุง กรมป่าไม้ ได้มีคำสั่งที่ 119/2508 ลงวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2508 (ขณะนั้นเป็นหมวดอุทยานแห่งชาติ สังกัดกองบำรุง) ให้ นายนิพนธ์ บุญทารมณ นักวิชาการป่าไม้ตรีไปทำการสำรวจหาข้อมูลเบื้องต้น และเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2515 นายปรีดา กรรณสูต ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้มีบัญชาให้ นายอุดม ธัญญาชนน นักวิชาการป่าไม้โท ทำการสำรวจทางเฮลิคอปเตอร์เพื่อจัดตั้งพื้นที่ดังกล่าวเป็นอุทยานแห่งชาติตามมติคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ ครั้งที่ 1/2515 ปรากฏว่า ป่าดอยอินทนนท์ มีสภาพเป็นป่าสมบูรณ์ เป็นป่าต้นน้ำลำธาร มีสภาพทิวทัศน์และเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม และเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิด เหมาะสมจัดตั้ง

เป็นอุทยานแห่งชาติ ประกอบกับศูนย์อำนวยการร่วมฝ่ายรักษาความมั่นคงแห่งชาติได้มีหนังสือที่ กท 0312/4757 ลงวันที่ 12 เมษายน 2515 เสนอจอมพลถนอม กิตติขจร หัวหน้าคณะปฏิวัติ ให้กำหนดป่าดอยอินทนนท์เป็นเขตอุทยานแห่งชาติ และสภาพบริหารคณะปฏิวัติได้มีมติเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2515 อนุมัติหลักการให้ดำเนินการ กรมป่าไม้จึงดำเนินการจัดตั้งบริเวณที่ดินป่าดอยอินทนนท์ ในท้องที่ตำบลบ้านหลวง ตำบลสบเตี๊ยะ ตำบลสองแคว ตำบลยางคราม อำเภอจอมทอง ตำบลแม่วิน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ 168,750 ไร่ หรือ 270 ตารางกิโลเมตร เป็นอุทยานแห่งชาติ โดยได้มีประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 223 ลงวันที่ 2 ตุลาคม 2515 ลงในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 89 ตอนที่ 148 ลงวันที่ 2 ตุลาคม 2515 เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 6 ของประเทศ

เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2517 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ได้เสด็จที่บริเวณดอยขุนกลาง อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ได้ทรงมีพระราชกระแสรับสั่งให้พิจารณาดำเนินการขยายอาณาเขตของอุทยานแห่งชาติออกไปคลุมถึงบริเวณพื้นที่ที่เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำต้นน้ำลำธารเพิ่มขึ้นอีก กรมป่าไม้ได้ทำการตรวจสอบและสำรวจเพิ่มเติมปรากฏว่า ตามที่กำหนดแนวเขตอุทยานแห่งชาติระบุท้องที่ตำบลแม่อ้อ ซึ่งมีได้อยู่ในแนวเขตอุทยานแห่งชาติและมีได้ระบุท้องที่ตำบลช่างเคิ่งและตำบลท่าผา ซึ่งอยู่ในแนวเขตอุทยานแห่งชาติดังกล่าว ประกอบกับทางราชการกองทัพอากาศประสงค์ที่จะกันพื้นที่บางส่วนเพื่อก่อสร้างสถานีเรดาร์ เพื่อใช้ในราชการกองทัพอากาศ เนื้อที่ 33 ไร่ 2 งาน 37 ตารางวา และคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้ดำเนินการได้ เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2517 อีกทั้งกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประสงค์ที่จะปรับปรุงแนวขยายแนวเขตอุทยานแห่งชาติออกไป โดยกำหนดป่าสงวนแห่งชาติอินทนนท์ ป่าสงวนแห่งชาติจอมทอง และป่าสงวนแห่งชาติแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอุทยานแห่งชาติ ซึ่งที่ประชุมคณะกรรมการแห่งชาติ ครั้งที่ 1/2518 เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2518 ได้มีมติเห็นชอบ ก.องอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ จึงดำเนินการเพิกถอนป่าสงวนแห่งชาติทั้ง 3 ป่า จัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ โดยมีพระราชกฤษฎีกากำหนดบริเวณป่าดอยอินทนนท์ ในท้องที่ตำบลแม่นาจร ตำบลช่างเคิ่ง ตำบลท่าผา อำเภอแม่แจ่ม ตำบลแม่วิน ตำบลทุ่งปี้ อำเภอสันป่าตอง และตำบลสองแคว ตำบลยางคราม ตำบลบ้านหลวง ตำบลสบเตี๊ยะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอุทยานแห่งชาติ ซึ่งลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 95 ตอนที่ 62 ลงวันที่ 13 มิถุนายน 2521 รวมเนื้อที่ 301,500 ไร่ หรือ 482.40 ตารางกิโลเมตร โดยให้ยกเลิกประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 223 ลงวันที่ 2 ตุลาคม 2515 ปัจจุบันอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ มีพื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอจอมทอง อำเภอแม่แจ่ม อำเภอแม่วาง และกิ่งอำเภอดอยหล่อ จังหวัดเชียงใหม่

สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศประกอบด้วยภูเขาสูงสลับซับซ้อน เป็นส่วนหนึ่งของแนวเขตเทือกเขาถนนธงชัยที่ทอดตัวตามแนวเหนือ-ใต้ ทอดตัวมาจากเทือกเขาหิมาลัยในประเทศเนปาล มีระดับความสูงของพื้นที่อยู่ระหว่าง 400-2,565 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง โดยจุดสูงสุดอยู่ที่ยอดดอยอินทนนท์ ซึ่งเป็นจุดที่สูงที่สุดในประเทศไทย ยอดเขาที่มีระดับสูงรองลงมา คือ ยอดดอยหัวหมดหลวง สูง 2,330 เมตร ยอดดอยหัวหมดน้อย สูง 1,900 เมตร ยอดดอยหัวเสือ สูง 1,881 เมตรจากระดับน้ำทะเล ลักษณะโครงสร้างทางธรณีของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์โดยทั่วไป ประกอบด้วยหินที่มีอายุตั้งแต่ยุคแคมเบรียนขึ้นไป และหินส่วนใหญ่จะเป็นหินไนส์และหินแกรนิต ส่วนหินชนิดอื่นๆ ที่พบจะเป็นหินยุคออร์โดวิเซียนซึ่งได้แก่หินปูน จนถึงยุคเทอร์เชียรีได้แก่หินกรวดมน อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์เป็นพื้นที่ต้นน้ำลำธารที่สำคัญของแม่น้ำปิง ให้กำเนิดแม่น้ำลำธารหลายสาย ที่สำคัญได้แก่ ลำน้ำแม่วาง ลำน้ำแม่กลาง ลำน้ำแม่ยะ ลำน้ำแม่หอย ลำน้ำแม่แจ่ม และลำน้ำแม่เตี้ยะ ซึ่งลำน้ำเหล่านี้จะไหลผ่านและหล่อเลี้ยงชุมชนต่างๆ ในเขตอำเภอจอมทอง อำเภอแม่แจ่ม อำเภอฮอด อำเภอแม่วาง และอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ แล้วไหลลงสู่มแม่น้ำปิง

ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปของพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ที่พัดพาเอาความชุ่มชื้นและเมฆฝนเข้ามาทำให้ฝนตก และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือที่พัดมาจากประเทศจีนจะนำเอาความหนาวเย็นและความแห้งแล้งเข้ามา ทำให้เกิดฤดูกาลต่างๆ โดยจะมีฤดูร้อนในช่วงระหว่างเดือนมีนาคม - พฤษภาคม ฤดูฝนในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน - พฤศจิกายน และฤดูหนาวในช่วงระหว่างเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ สลับกันไป แต่เนื่องจากพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์มีความหลากหลายทางด้านระดับความสูง ทำให้ลักษณะอากาศในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันอย่างมาก โดยจะมีลักษณะของสภาพอากาศแบบเขตร้อนในตอนล่างของพื้นที่ที่ระดับความสูงจากน้ำทะเลต่ำกว่า 1,000 เมตรลงมา มีสภาพอากาศแบบกึ่งเขตร้อนในบริเวณตอนกลางของพื้นที่ที่มีระดับความสูงจากน้ำทะเลระหว่าง 1,000 - 2,000 เมตร และมีสภาพอากาศแบบเขตหนาวในพื้นที่ที่มีระดับความสูงจากน้ำทะเลสูงกว่า 2,000 เมตรขึ้นไป

ในพื้นที่สูงตอนบนของอุทยานแห่งชาติ โดยทั่วไปแล้วจะมีสภาพที่ชุ่มชื้นและหนาวเย็นตลอดปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณยอดดอยอินทนนท์ซึ่งมีลักษณะเป็นสันเขาและยอดเขา จะมีกระแสลมที่พัดแรงและมีสภาพอากาศที่หนาวเย็นมาก และในช่วงวันที่หนาวจัดในช่วงเดือนธันวาคม-มกราคม อุณหภูมิจะลดต่ำลงถึง 0-4 องศาเซลเซียส และจะมีน้ำค้างแข็งเกิดขึ้น

ที่ระดับกลางของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ สภาพอากาศโดยทั่วไปจะมีลักษณะค่อนข้างเย็น และชื้น อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 20 องศาเซลเซียส ในช่วงฤดูหนาวในเดือนธันวาคมถึง มกราคม อุณหภูมิเฉลี่ยจะอยู่ระหว่าง 15-17 องศาเซลเซียส ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 2,000 - 2,100 มิลลิเมตร/ต่อปี สำหรับในพื้นที่ที่มีระดับความสูงตั้งแต่ 1,800 เมตรขึ้นไป จะมีสภาพอากาศที่เย็น และชุ่มฉ่ำอยู่ ทั้งนี้เพราะจะเป็นระดับความสูงของเมฆหมอก ทำให้สภาพป่ามีเมฆและหมอกปกคลุม เกือบตลอดปี

พืชพรรณและสัตว์ป่า สังคมพืชในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ สามารถจำแนก ออกเป็น

ป่าเต็งรัง พบกระจายทั่วไปในพื้นที่รอบๆ อุทยานแห่งชาติในระดับความสูงจากน้ำทะเล 400-750 เมตร ตามเนินเขาหรือสันเขาที่แห้งแล้ง หรือตามด้านลาดทิศตะวันตกและทิศใต้ของอุทยานแห่งชาติ ชนิดไม้ส่วนใหญ่ประกอบด้วย เต็ง รัง เหียง พลวง ก่อแพะ รกฟ้า รักใหญ่ ยอป่า มะขามป้อม ฯลฯ พืชอิงอาศัยพวกเหียงแฉะ เหียงมะขาม เหียงแปรงสีฟัน ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีพวกมอส ไลเคน นมตำเลีย เกล็ดนาคราช ฯลฯ ส่วนพืชพื้นล่างจะเป็นไม้พุ่ม หญ้าชนิดต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหญ้าคา ไม้เถา และพืชล้มลุกชนิดต่างๆ ป่าเบญจพรรณ พบกระจายอยู่ทั่วพื้นที่รอบๆ อุทยานแห่งชาติในชั้นระดับความสูง 400-800 เมตรจากระดับน้ำทะเล ตามที่ลุ่มหรือตามแนวสองฝั่งของลำห้วย พันธุ์ไม้ที่พบได้แก่ สัก ตะแบก ประดู่ แดง มะกั้ม สมอไทย กาสามปึก นอกจากนี้ยังมีไม้ชนิดต่างๆ พืชอิงอาศัย เช่น เหียงข้างกระ เหียงขี้หมา ส่วนพืชพื้นล่างส่วนใหญ่จะเป็นพวกไม้พุ่ม หญ้าคา หญ้าแฝก หญ้าชนิดอื่นๆ ไม้เถา และพืชล้มลุกชนิดต่างๆ

ป่าดิบแล้ง พบกระจายเป็นหย่อมเล็กหย่อมน้อยในระดับความสูง 400-1,000 เมตร ตามบริเวณหุบเขา ริมลำห้วย และสลับห้วยต่างๆ พันธุ์ไม้ที่พบ ได้แก่ ยางปาย ยางแดง ยางนา ตะเคียนทอง ก่อเดือย ก่อหยม ก่อลุ่ม ประดู่ส้ม มะไฟป่า ชมพู่ป่า ไทรย้อย เตื่อหูกวาง พืชพื้นล่างเป็นพืชที่ชอบขึ้นในที่ที่มีความชื้นสูง เช่น กัลยป่า หญ้าสองปล้อง เหมือดปลาชิว ตองสาต กระชายป่า ช่าลิง ผักเป็ดไทย ออสมันดำ กูด เฟิน ปาล์ม หวายไล่ไก่ หมากป่า และเหียง เป็นต้น

ป่าดิบเขาตอนล่าง เป็นป่าที่พบในพื้นที่ที่มีระดับความสูงจากน้ำทะเล 1,000-1,800 เมตร หรือในบริเวณตอนกลางของอุทยานแห่งชาติ ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกทำลายจากชาวเขาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ทำให้มีป่าที่มีอยู่เป็นป่าที่กำลังฟื้นสภาพ หรือป่ารุ่นใหม่ จะมีป่าดิบเขาดั้งเดิมเหลืออยู่บ้างเพียงเล็กน้อย สภาพโดยทั่วไปของป่าดิบเขาในพื้นที่ดอยอินทนนท์ จึงมีความหลากหลายชั้นอยู่กับระบบและวิธีการฟื้นฟูของสังคมพืช ชนิดป่าที่พบที่สำคัญได้แก่ ป่าสนล้วน ป่าก่อผสมสน ป่าก่อ

และป่าดิบเขาดังเดิม พันธุ์ไม้เด่นที่พบได้แก่ สนสามใบ สารภีดอย หม้อดคนตัวผู้ ก่อแป้น ก่อใบเลื่อม กอเตี้ย ก่อแดง ก่อดาหมูลวง ก่อนก ทะโล้ จำปีป่า กำลิ่งเสือโคร่ง กล้วยฤๅษี นมวัวดอย ฯลฯ

ป่าดิบเขาตอนบน ขึ้นอยู่ในพื้นที่ที่มีระดับความสูงจากน้ำทะเล 1,800 เมตรขึ้นไป สามารถแบ่งออกได้เป็น ป่าดงดิบ-ป่าก่อขึ้น ป่าดงดิบ เขตตอนบน และป่าพรุเขตตอนบน สภาพโดยทั่วไปเป็นป่าที่มีต้นไม้สูงใหญ่ และหลายแห่งจะมีลักษณะของป่าดึกดำบรรพ์ พืชพื้นล่างจะไม่แน่นทึบ ทำให้ตามกิ่งยอด และลำต้นของไม้ในป่าจะมี มอส กล้วยไม้ เฟิน กุหลาบพันปี ลำเภาแดง ขึ้นปกคลุม พันธุ์ไม้ในป่าดิบเขาหรือป่าก่อขึ้นได้แก่ ก่อदान ก่อแอบ จำปีหลวง แกง นางพญาเสือโคร่ง กะทัง นอกจากนี้ยังมีไม้พุ่มและไม้เกาะเกี่ยวเช่น คำขาว กุหลาบขาว คำแดง และยังมีต้นโพลสามหาง กระโดนฤๅษี เป็นต้น ในบริเวณแอ่งน้ำและรอบๆ ป่าพรุจะมีหญ้าชนิดต่างๆ ขึ้นอยู่ เช่น บัวทอง พญาแดง เทียน ผักหนอกดอย มะ แหลบ วาสูกรี บันดงเหลือง ต่างไก่ป่า กุง กูดขน ฯลฯ และบริเวณชายขอบป่าพรุจะมีกุหลาบพันปีสีแดง ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่พบเฉพาะบนยอดดอยอินทนนท์เท่านั้น

สัตว์ป่าในบริเวณอุทยานแห่งชาติจำนวนลดลงมาก เนื่องจากถูกชาวเขาเผ่าต่างๆ ล่าเป็นอาหาร และป่าซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยถูกถางลงมาก ทำให้สัตว์ใหญ่บางชนิดหมดไปจากป่านี้ สัตว์ที่เหลืออยู่ส่วนมากเป็นสัตว์ขนาดเล็ก เช่น กระรอก กระแตธรรมดา กระเล็นขนปลายหูสั้น อ้นเล็ก เม่นหางพวง อีเห็นข้างลาย ชะมดแผงสันหางดำ นกแซงแซวเล็กเหลือง นกปรอดหัวสีเขม่า นกเด้าดินทุ่ง เหยี่ยว เพเรกริน ไก่ฟ้าหลังขาว นกเงือกคอแดง นกพญาไฟสีกุหลาบ กิ้งก่าหัวสีฟ้า จิ้งเหลนเรียวจุดดำ ตุ๊กแกบ้าน งูลายสอคอแดง กบห้วยสีข้างดำ เขียดหนอง อึ่งกราย คางคกเล็ก ปาดแคะ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม พื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ยังคงมีความสำคัญในด้านของการเป็นแหล่งของนกป่าที่สำคัญของประเทศไทย และเป็นแหล่งของสัตว์ป่าที่หายาก และมีอยู่เฉพาะถิ่นอยู่หลายชนิด ที่สำคัญได้แก่ หนูหญ้าดอย กระต่าง เต่าปูลู นกคิ่วหางสีน้ำตาล นกปีกสั้นสีน้ำตาล นกกระจัดคอสีเทา และนกกินปลีหางยาว

แหล่งท่องเที่ยว

ด้านธรรมชาติที่สวยงาม

1. กลุ่มน้ำตกแม่ปาน
2. จุดชมทิวทัศน์ กม. 41
3. ถ้ำบริจินดา
4. น้ำตกแม่กลาง

5. น้ำตกแม่ยะ
6. น้ำตกวชิรธาร
7. น้ำตกวังควาย
8. น้ำตกสิริธาร
9. น้ำตกสิริภูมิ
10. ผาเงมน้อย
11. ยอดดอยอินทนนท์
12. เส้นทางดุนก กม.38

ด้านประวัติศาสตร์

1. พระมหาธาตุเจดีย์

ด้านวัฒนธรรมและประเพณี

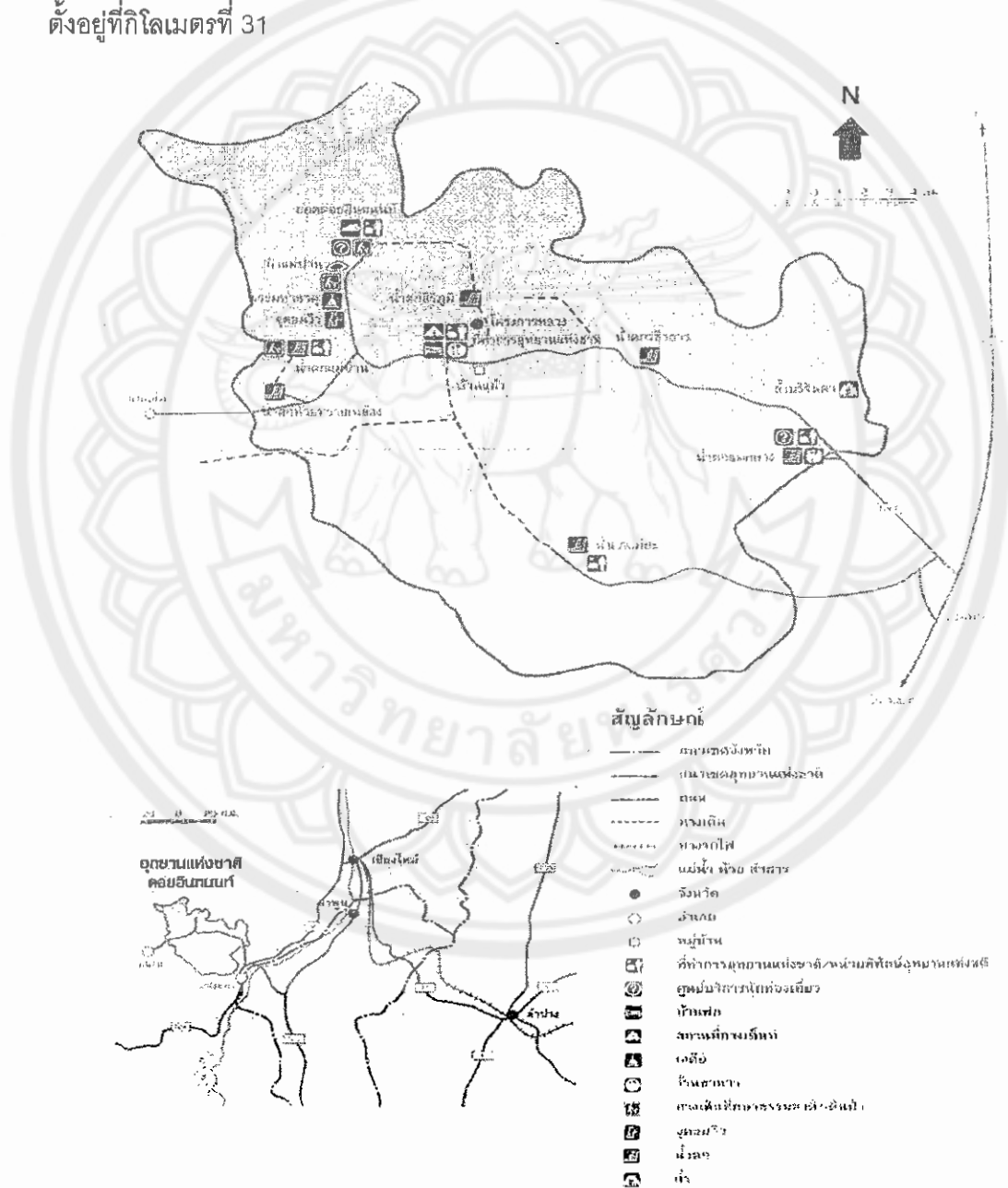
1. หมู่บ้านกะเหรี่ยงแม่แอบใน
2. หมู่บ้านมังซุนยะน้อย

ด้านศึกษารวมชาติ

1. โครงการเพาะพันธุ์กล้วยไม้รองเท้านารีอินทนนท์
2. โครงการหลวงอินทนนท์
3. เส้นทางเดินศึกษารวมชาติ กิวแม่ปาน
4. เส้นทางเดินศึกษารวมชาติ ถ้ำบริจินดา
5. เส้นทางศึกษารวมชาติ กม.38-น้ำตกสิริภูมิ
6. เส้นทางศึกษารวมชาติ บ้านสบหาด-บ้านแม่กลางหลวง
7. เส้นทางศึกษารวมชาติ ปางสมเด็จ-ผาหมอน
8. เส้นทางศึกษารวมชาติ ผาแว่นแก้ว-น้ำตกวชิรธาร-บ้านสบหาด
9. เส้นทางศึกษารวมชาติ ยอดดอย-น้ำตกสิริภูมิ
10. เส้นทางศึกษารวมชาติอ่างกา

การเดินทาง

รถยนต์ จากตัวเมืองเชียงใหม่ เดินทางโดยรถยนต์ไปตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 108 (เชียงใหม่-ฮอด) ผ่านอำเภอหางดงและอำเภอสันป่าตอง ไปยังอำเภอจอมทอง ก่อนถึงอำเภอจอมทองประมาณ 2 กิโลเมตร เลี้ยวขวาตามทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1009 (จอมทอง-ดอยอินทนนท์) จะเริ่มเข้าเขตอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ที่กิโลเมตรที่ 8 (น้ำตกแม่กลาง) และตัดขึ้นสู่อยอดดอยอินทนนท์เป็นระยะทางทั้งหมด 49.8 กิโลเมตร ที่ทำการอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ตั้งอยู่ที่กิโลเมตรที่ 31



ภาพ 2 แสดงแผนที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์

อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย

ข้อมูลทั่วไป

ดอยสุเทพไม่เพียงแต่เป็นที่ตั้งของวัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ ปุชณียสถานคู่บ้านคู่เมือง เชียงใหม่ และพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ที่ประทับช่วงฤดูหนาวของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทว่าดอยสูงแห่งนี้ยังสมบูรณ์ด้วยสภาพธรรมชาติทั้งพืชพรรณและสัตว์ป่า โดยเฉพาะนก ประกอบกับการเดินทางเข้าถึงสะดวก เพราะเชิงดอยอยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่เพียง 6 กิโลเมตร และบนเส้นทางขึ้นสู่ยอดดอยประมาณ 16 กิโลเมตร ก็มีสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้เที่ยวชมได้ตลอด

ดอยสุเทพ เดิมชื่อว่า “ดอยฮ้อยช้าง” สำหรับดอยสุเทพที่เรียกกันในปัจจุบันนี้เป็นชื่อที่ได้มาจาก “พระฤาษีวาสุเทพ” ซึ่งเคยบำเพ็ญตบะอยู่ที่เขาลูกนี้เมื่อพันกว่าปีมาแล้ว แต่เดิมก่อนที่ป่าดอยสุเทพจะได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ ได้มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้เป็นป่าหวงห้าม ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 66 ตอนที่ 28 ลงวันที่ 17 พฤษภาคม 2492 ต่อมาได้รับการประกาศให้เป็นป่าสงวนแห่งชาติ ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 81 ตอนที่ 124 ลงวันที่ 31 ธันวาคม 2507 และได้มีมติคณะรัฐมนตรีประกาศให้เป็นป่าสงวนแห่งชาติพิเศษเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2510 ในขณะที่เดียวกันกองบำรุง-กรมป่าไม้ ได้จัดตั้งสถานีวนกรรมภาคเหนือขึ้นในพื้นที่บริเวณดอยสุเทพเพื่อใช้เป็นสถานที่ทำการศึกษาค้นคว้าและวิจัยเกี่ยวกับการปลูกป่าในที่สูง การปลูกป่าทดแทนพื้นที่ที่ถูกบุกรุก และการทดลองปลูกพืชพรรณไม้ต่างถิ่น เช่น สน ยูคาลิปตัส และไม้เมืองหนาวอีกหลายชนิด ซึ่งยังคงสภาพอยู่หลายแปลงในพื้นที่อุทยานแห่งชาติในปัจจุบัน

ในปี พ.ศ. 2516 ทางราชการได้กำหนดป่าดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ และป่าอื่นๆ ในท้องที่จังหวัดต่างๆ รวม 14 ป่า ให้เป็นอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้จึงส่ง นายปัญญา บุญสมบูรณ์ ออกไปดำเนินการสำรวจป่าดอยสุเทพ-ปุย หลังจากนั้นคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติจึงได้มีมติให้กำหนดพื้นที่ที่เป็นป่าธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ โดยกันพื้นที่ของราษฎรออกไป และมีพระราชกฤษฎีกากำหนดบริเวณที่ดินป่า ดอยสุเทพ ในท้องที่ตำบลโป่งแยง ตำบลแม่แรม ตำบลแม่สา ตำบลดอนแก้ว อำเภอแม่ริม ตำบลบ้านปาง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง และตำบลช้างเผือก ตำบลสุเทพ ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นอุทยานแห่งชาติ โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 98 ตอนที่ 57 วันที่ 14 เมษายน 2524 ครอบคลุมพื้นที่ 100,662.50 ไร่ หรือ 161.06 ตารางกิโลเมตร เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 24 ของประเทศ



ป
G
155
-T5
0324ก

2552 1. 4574254

สำนักหอสมุด
ก. ค. 2552

ต่อมาในเดือนกันยายน พ.ศ. 2525 ได้มีพระราชกฤษฎีกาขยายขอบเขตอุทยานแห่งชาติ ดอยสุเทพ-ปุย ครอบคลุมบริเวณน้ำตกแม่สา น้ำตกตาดหมอก-วังสาบ น้ำตกตาดหมอกฟ้า และพื้นที่ป่าต้นน้ำลำธาร โดยรอบของน้ำตกทั้งสามแห่งในพื้นที่ตำบลสบเปิง อำเภอแม่แตง และตำบลแม่แรม ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ 62,500 ไร่ รวมเนื้อที่ทั้งสิ้น 163,162.50 ไร่ หรือประมาณ 261.06 ตารางกิโลเมตร โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 99 ตอนที่ 137 วันที่ 26 กันยายน 2525

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะของพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย เป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อนอยู่ในแนวเทือกเขาถนนธงชัยที่สืบเนื่องต่อจากเทือกเขาหิมาลัย ความสูงของพื้นที่อยู่ระหว่าง 330-1,685 เมตรจากระดับน้ำทะเล โดยมียอดดอยปุยเป็นจุดที่สูงที่สุด นอกจากนี้มียอดเขาต่างที่สูงลดหลั่นกันมา ได้แก่ ยอดดอยสุเทพที่บริเวณสันกู่ สูง 1,601 เมตร ยอดดอยแม่ส้าน้อย สูง 1,549 เมตร ยอดดอยค่อมร่อง สูง 1,459 เมตร ยอดดอยบวกห้าบริเวณพระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์ สูง 1,400 เมตร ที่ทำการอุทยานแห่งชาติ สูง 1,130 เมตรจากระดับน้ำทะเล สำหรับพื้นที่อุทยานแห่งชาติที่อยู่ในเขตอำเภอแม่แตงมีความสูงอยู่ในระหว่าง 400-980 เมตรจากระดับน้ำทะเล ลักษณะโครงสร้างทางธรณีของอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย โดยทั่วไปประกอบด้วย หินอัคนี ชนิดที่สำคัญได้แก่ หินแกรนิต นอกจากนี้ยังมีหินชั้นและหินแปร เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญของตัวเมืองเชียงใหม่ และพื้นที่บางส่วนของอำเภอรอบๆ ได้แก่ อำเภอแมริม อำเภอหางดง อำเภอสะเมิง และอำเภอแม่แตง มีลำห้วยที่สำคัญได้แก่ ห้วยตึงเฒ่า ห้วยแม่หยวก ห้วยแก้ว ห้วยช่างเคี่ยน ห้วยปงน้อย ห้วยแม่เหียะ ห้วยแม่नाโทร และห้วยแม่ปอน เป็นต้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งต้นน้ำลำธารที่ไหลลงสู่แม่น้ำปิง

ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปของพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ที่พัดพาเอาความชุ่มชื้นและเมฆฝนเข้ามาทำให้ฝนตก และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือที่พัดมาจากประเทศจีนจะนำเอาความหนาวเย็นและความแห้งแล้งเข้ามาทำให้เกิดฤดูกาลต่างๆ โดยจะมีฤดูร้อนในช่วงระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ฤดูฝนในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน-พฤศจิกายน และฤดูหนาวในช่วงระหว่างเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ สลับกันไปแต่เนื่องจากพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุยมีความหลากหลายทางด้านระดับความสูงและมี

เทือกเขาสลับซับซ้อนสูง ทำให้ลักษณะอากาศในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันอย่างมาก โดยทั่วไปแล้วสภาพภูมิอากาศในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติมีค่าอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีอยู่ระหว่าง 2-23 องศาเซลเซียส มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยตลอดปีระหว่าง 1,350-2,500 มิลลิเมตร โดยมีจำนวนวันที่ฝนตกเฉลี่ย 139 วัน และมีค่าเฉลี่ยความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยตลอดปีระหว่าง 70-80 เปอร์เซ็นต์ สำหรับบริเวณที่สูงของอุทยานแห่งชาติ เช่น บริเวณยอดดอยปุย สภาพอากาศโดยทั่วไปจะหนาวเย็นและชุ่มชื้น เนื่องจากได้รับไอน้ำจากเมฆหมอกที่ปกคลุมอยู่เกือบตลอดปี อุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุดในพื้นที่อยู่ระหว่าง 10-12 องศาเซลเซียส ในช่วงเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ในวันที่อากาศหนาวจัด ค่าอุณหภูมิอาจลดลงถึง 4-5 องศาเซลเซียส

พืชพรรณและสัตว์ป่า สัตว์ป่าในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุยสามารถจำแนกออกเป็น

ป่าเต็งรัง พบกระจายอยู่บริเวณรอบๆ ชายขอบของอุทยานแห่งชาติที่ระดับความสูงระหว่าง 330-850 เมตรจากระดับน้ำทะเล ตามเนินเขาหรือสันเขาที่แห้งแล้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านลาดทิศตะวันออกและทิศใต้ของอุทยานแห่งชาติ พืชพรรณส่วนใหญ่ประกอบด้วย เต็ง รัง เหียง พลวง พะยอม ก่อแพะ ก่อตาหมู รักใหญ่ แข็งกวาง หว่า ฯลฯ พืชอิงอาศัย ได้แก่ เอื้องชะเอื้องดอกมะขาม เอื้องแปรงสีพื้น ฯลฯ นอกจากนี้ยังมี มอส ไลเคน นมตำเลีย เกล็ดนาคราช และหญ้าชนิดต่างๆ เป็นต้น

ป่าเบญจพรรณ พบกระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่ในชั้นระดับความสูง 330 - 950 เมตรจากระดับน้ำทะเล มีไม้ชนิดต่างๆ ขึ้นปะปนอยู่หลายชนิด พืชพรรณประกอบด้วย สัก ตะแบก ประดู่ มะกัม สมอไทย กาสามปึก สลีนก กระบก ช้อ ฯลฯ พืชอิงอาศัยได้แก่ เอื้องช้างกระ เอื้องชู้หมา เป็นต้น

ป่าดิบแล้ง พบกระจายเป็นหย่อมเล็กหย่อมน้อยในชั้นระดับความสูงระหว่าง 400-1,000 เมตรจากระดับน้ำทะเล ตามบริเวณหุบเขา บริเวณต้นน้ำลำธาร เช่น บริเวณน้ำตกมณฑาธาร น้ำตกสันป่ายาง และห้วยแม่ลวด ฯลฯ ชนิดไม้ที่สำคัญได้แก่ ยางแดง ยางนา ตะเคียนทอง ก่อเดือย ก่อแดง มะไฟป่า เสี้ยวป่าดอกขาว มะเกลือเลือด ฯลฯ พืชพื้นล่างจะเป็นพันธุ์ไม้ที่ชอบความชื้นสูง ขึ้นอยู่อย่างแน่นทึบ เช่น กล้วยป่า หมากป่า เชียง หล้าสองปล้อง เหมือดปลาชิว ตองสาด กระชายป่า ข่าลิง ผักเป็ดไทย ออส มันดำ กูด เฟิน หวายไล่ไก่ เป็นต้น

ป่าดิบเขา พบในระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลตั้งแต่ 1,000 เมตร ขึ้นไปจนถึงบริเวณยอดดอยปุย ต้นไม้ในป่าจะมีพืชเกี่ยวเกาะขึ้นปกคลุมตามลำต้นและเรือนยอดอย่างหนาแน่น ที่สำคัญได้แก่ กล้วยไม้ชนิดต่างๆ ฝอยลม มอส คำขาวหรือกุหลาบพันปีสีขาว ฯลฯ พรรณไม้เด่น

ที่สำคัญได้แก่ ก่อแป้น ก่อเลือด ก่ออก มณฑาทลวง จำปีป่า สารภืดอย กำลั้งเสือโคร่ง อบเชย ทะไล้ กายาน ฯลฯ ในบางแห่งจะมีสนสามใบขึ้นปะปนอยู่ พืชพื้นล่างประกอบด้วยหญ้าคา หญ้าใบไผ่ ม้าสามตอน กูดตัน ชิงป่า ซ่าป่า และกระชายป่า เป็นต้น

สัตว์ป่าในเขตอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จัดได้ว่าเป็นทรัพยากรที่อยู่ในสภาพวิกฤติ ทั้งนี้โดยเฉพาะอย่างยิ่งสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมขนาดเล็กและขนาดกลางมีจำนวนลดลงมาก เช่น กิ้งกวางป่า ลิง ชะนี ฯลฯ และสัตว์ขนาดใหญ่บางชนิดได้สูญพันธุ์ไปจากพื้นที่ เช่น ช้างป่า กระทิง วัวแดง และเสือ เป็นต้น

ปัจจุบันสัตว์ป่าที่ยังคงพบเห็นในพื้นที่ได้แก่ หมูป่า อีเห็นเครือ อีเห็นข้างลาย เม่นหางพวง อ้นเล็ก กระจ๊อน กระเรียนขนปลายหูลิ้น ค้างคาวมงกุฎเล็ก หนูขนเสี้ยนดอย หนูท้องขาว เต่าปูลู จิ้งจกบ้านหางแบนเล็ก กิ้งก่าหัวแดง งูสายม่านพระอินทร์ งูแล้งหางม้าเทา อึ่งกรายหัวเล็ก กบหนอง อึ่งซาคำ และนกนานาชนิดกว่า 300 ชนิด เช่น นกกระจิบหญ้าสีข้างแดง นกกระทาทู่ง นกกะเต็นน้อย นกกางเขนบ้าน นกกาแว่น นกขมิ้นท้ายทอยดำ นกขุนแผน นกเขาใหญ่ นกจับแมลงคอแดง นกจาบคาหัวสีส้ม นกแซงแซวสีเทา นกเด้าดินทุ่ง นกตบยุงหางยาว นกปรอดทอง นกพญาปากกว้าง ออกสีเงิน นกหกเล็กปากแดง นกหัวขวานสามนิ้วหลังทอง นกอีวาบตักแตน นกอีเสือหัวดำ เหยี่ยว นกเขาชิวร่า เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยว

ด้านธรรมชาติที่สวยงาม

1. น้ำตกตาดหมอก
2. น้ำตกมณฑาธาร
3. น้ำตกแม่สา
4. น้ำตกศรีสังวาลย์
5. น้ำตกหมอกฟ้า
6. น้ำตกห้วยแก้ว
7. ยอดดอยปุย

ด้านประวัติศาสตร์

1. พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์
2. สันกู่

ด้านวัฒนธรรมและประเพณี

1. วัดพระธาตุดอยสุเทพ
2. บ้านม้งดอยปุย
3. อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย

ด้านศึกษารรรมชาติ เส้นทางเดินศึกษารรรมชาติ

1. เส้นทางเดินป่าสายศูนย์เกษตรภาคเหนือ-ผาเสวย-วัดพระธาตุดอยสุเทพ
2. เส้นทางเดินป่าสายน้ำตกมณฑาธาร-ถนนศรีวิชัยตอนบน-ที่ทำการอุทยานแห่งชาติ
3. เส้นทางเดินป่าบริเวณที่ทำการอุทยานแห่งชาติ-น้ำตกไทร้อย
4. เส้นทางผาดำ-ห้วยคอกม้า
5. เส้นทางเครือข่ายคมนาคมเชื่อมระหว่างหมู่บ้านชาวเขาต่างๆ

การเดินทาง

รถยนต์

จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่าน อยุรยา อ่างทอง นครสวรรค์ แล้วใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ผ่าน จังหวัด ลำปาง แยกซ้ายผ่านจังหวัดลำพูน ถึงตัวเมืองเชียงใหม่ รวมระยะทาง 696 กิโลเมตร

สำหรับการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของอุทยานฯ สามารถเดินทางได้หลายวิธี ดังนี้

1. น้ำตกมณฑาธาร ท่านสามารถนำรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ส่วนตัว หรือรถมินิบัส เข้าไปบริเวณน้ำตกมณฑาธารได้ ซึ่งน้ำตกมณฑาธาร จะอยู่ห่างจากอนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย ประมาณ 3 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวขวา แวะชำระค่าธรรมเนียมเข้าชมน้ำตก ก่อนเดินทางอีกประมาณ 3 กิโลเมตร ก็จะถึงน้ำตกมณฑาธาร

2. วัดพระธาตุดอยสุเทพ ท่านสามารถนำรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ส่วนตัว หรือรถบัส ไปจอดบริเวณลานจอดรถของวัดพระธาตุดอยสุเทพ หรือจะเช่า - เหม่า รถยนต์โดยสาร บริเวณหน้าอนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย / สวนสัตว์เชียงใหม่ หรือ อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย ระยะทางจากอนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย ถึงวัดพระธาตุดอยสุเทพ ประมาณ 10 กิโลเมตร

3. บ้านพักอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จะอยู่ห่างจากวัดพระธาตุดอยสุเทพ ประมาณ 300 เมตร ทางขวามือ รถบัส สามารถเข้าถึงบ้านพักอุทยานแห่งชาติได้

4. พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ อยู่ห่างจากวัดพระธาตุดอยสุเทพ ประมาณ 4 กิโลเมตร รถบัสไม่สามารถเข้าถึงได้ หากท่านไม่ได้นำรถมาเอง ต้องเช่า-เหมารถจากบริเวณหน้าวัดพระธาตุ ดอยสุเทพ ซึ่งรถจะบริการนำเที่ยวพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ ยอดดอยปุย และบ้านม้งดอยปุย

5. บ้านม้งดอยปุย อยู่ห่างจากพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ ประมาณ 4 กิโลเมตร เส้นทางจะคดเคี้ยว และลาดชัน ควรขับรถด้วยความระมัดระวัง

6. ยอดดอยปุย อยู่ห่างจากพระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ ประมาณ 7 กิโลเมตร เส้นทาง ค่อนข้างแคบ และลาดชัน ควรขับรถด้วยความระมัดระวัง

7. น้ำตกตาดหมอก ท่านสามารถนำรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ หรือรถยนต์ส่วนตัว เข้า เยี่ยมชมน้ำตกตาดหมอกได้ แต่รถบัส ไม่สามารถเข้าถึงน้ำตกได้ เนื่องจากทางแคบ และคดเคี้ยว และไม่มีรถโดยสารประจำทางวิ่งผ่าน

8. น้ำตกแม่สา ท่านสามารถนำรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ส่วนตัว หรือรถบัส ไปเยี่ยมชมน้ำตกแม่สาได้ หรือจะนั่งรถโดยสารประจำทาง สายเชียงใหม่ - สะเมิง บริเวณข้างวัดแม่ ริม ซึ่งท่านจะต้องขึ้นรถสายเชียงใหม่ - แมริม บริเวณตลาดวโรรส หรือขนส่งข้างฝือก แล้วลงรถ ที่สี่แยกวัดแมริม เพื่อต่อรถสายเชียงใหม่ - สะเมิง เพื่อไปเที่ยวน้ำตกแม่สา

9. น้ำตกหมอกฟ้า ท่านสามารถนำรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ หรือรถยนต์ส่วนตัว ไป ได้ แต่รถบัสไม่สามารถเข้าถึงน้ำตกได้ เนื่องจากทางแคบ และลาดชัน หากต้องการขึ้นรถโดยสาร ประจำทาง สามารถขึ้นได้ที่สถานีขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ (อาเขต) เพื่อขึ้นรถสายเชียงใหม่ - ปาย แล้วลงรถตรงปากทางเข้าน้ำตกหมอกฟ้า แล้วต้องเดินเข้าไปอีกประมาณ 2 กิโลเมตร

เครื่องบิน

สายการบินที่เปิดให้บริการจากกรุงเทพฯ มาเชียงใหม่ ได้แก่ Bangkok Airways การบินไทย จากสนามบินเชียงใหม่ สามารถจ้างเหมารถยนต์โดยสารรับจ้างมาเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติดอย สุเทพ - ปุย ได้ ในอัตราที่แล้วแต่จะได้ตกลงกันได้

รถไฟ

รถไฟจากหัวลำโพงมาเชียงใหม่ มี วันละ 7 เที่ยว ตั้งแต่เวลา 06:20 - 22:00 น. โดยรถ สปินเตอร์ รถเร็ว และรถด่วนพิเศษ เมื่อเดินทางมาถึงสถานีรถไฟ เชียงใหม่ สามารถเรียกบริการ รถยนต์โดยสารที่จอดอยู่ประจำสถานีรถไฟเชียงใหม่ มาส่งที่ทำการอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ- ปุย ได้ติดต่อสอบถามข้อมูลได้ที่

1. สถานีรถไฟหัวลำโพง โทร. 0-2223-7010 หรือ 0-2220-4334
2. สถานีรถไฟเชียงใหม่ โทร. 0-5324-4795, 0-5324-2094, 0-5324-7462 หรือ 0-5324-5363-4

รถโดยสารประจำทาง

มีรถประจำทางของบริษัทขนส่งจำกัดทั้งรถธรรมดาและปรับอากาศและปรับอากาศ
ชั้นหนึ่งบริการระหว่างกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ทุกวัน รายละเอียดสอบถามได้ที่ โทร. 0 2537 8055 - 6
(รถธรรมดา) และที่เชียงใหม่ โทร. 0 5324 1449, 0 5330 4748 นอกจากนี้ยังมีรถปรับอากาศชั้น 1
ของบริษัทรถร่วมเอกชนระหว่าง กรุงเทพฯ-เชียงใหม่วันละหลายเที่ยว



แผนที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย DIO SUTHEP-PUI NATIONAL PARK



ภาพ 3 แผนที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย

จากอุทยานแห่งชาติทั้ง 2 แห่ง ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถาม เพื่อทำการเก็บข้อมูล จากสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ได้ทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้
น้ำตกแม่กลาง เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ซึ่งมีน้ำไหลตลอดปี และมีแอ่งน้ำขนาดใหญ่ ให้เล่นน้ำหลายแห่ง แต่ในช่วงฤดูฝนกระแสน้ำไหลแรงจนอาจเป็นอันตรายต่อการเล่นน้ำ น้ำตกแม่กลางอยู่ทางทิศตะวันออกของอุทยานแห่งชาติ จากถนนสายจอมทอง-ดอยอินทนนท์ ประมาณ กม.ที่ 8 ก่อนถึงด่านตรวจของอุทยานแห่งชาติ แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 1 กิโลเมตร ก็จะถึง น้ำตกแม่กลาง สามารถเดินลัดเลาะตามเส้นทางเดินไปยังศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งตั้งอยู่ห่าง จากน้ำตกแม่กลางประมาณ 400 เมตร ผ่านเหมืองฝายและภาพเขียนสีผาคว้านา กิจกรรม เช่น เที่ยว น้ำตก ชมทิวทัศน์ ชมประวัติศาสตร์

น้ำตกแม่ยะ อยู่ทางทิศใต้ของอุทยานแห่งชาติเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ เกิดจากลำ ห้วยแม่ยะ ไหลลดหลั่นลงมาถึง 30 ชั้น รวมความสูงประมาณ 260 เมตร จนกล่าวกันว่าเป็นน้ำตก ที่สวยที่สุดของประเทศ ในช่วงฤดูฝนสายน้ำตกจะแผ่กว้างถึง 100 เมตร ฤดูแล้งปริมาณน้ำอาจลด น้อยลง แต่สายน้ำตกจะใสสะอาดกว่า น้ำตกแม่ยะตั้งอยู่ทางตอนใต้ของพื้นที่อุทยานแห่งชาติ เมื่อ เข้าสู่ถนนสายจอมทอง-ยอดดอยอินทนนท์ ได้ประมาณ 1 กิโลเมตร จะมีทางแยกซ้ายไปอีก ประมาณ 14 กิโลเมตร กิจกรรม เช่น เที่ยว น้ำตก ชมพรรณไม้ ดูผีเสื้อ

ยอดดอยอินทนนท์ เป็นยอดเขาสูงสุดของประเทศ อากาศบนยอดดอยหนาวเย็น ประดุจดังอยู่ในเมืองหนาว ยามฤดูหนาวหนาวจัด มีเมฆหมอกครึ้ม บรรยากาศดังกล่าวไม่อาจหา ได้ในส่วนอื่นของประเทศ โดยเฉพาะบริเวณ อ่างกาหลวง ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นจุดที่สามารถสัมผัสกับธรรมชาติอันชวนหลงใหลของป่าดิบเขาได้ง่ายที่สุด ภายในจัดทำเป็น เส้นทางศึกษาธรรมชาติระยะทางประมาณ 300 เมตร โดยใช้สะพานไม้ทั้งหมด เพื่อป้องกันมิให้ เหยียบย่ำธรรมชาติอันเปราะบางเสียหาย เส้นทางจะวนกลับมา ณ จุดเริ่มต้น มีป้ายให้ความรู้เรื่อง ธรรมชาติตลอดเส้นทาง บรรยากาศในอ่างกาหลวงปกคลุมด้วยเมฆที่ลอยพัดผ่านเข้ามา ตลอดเวลา อากาศจึงชื้นและเต็มไปด้วยละอองน้ำ ทำให้ต้นไม้ใหญ่ในป่าดิบเขามีสอสและเฟินขึ้น หุ้มเต็มต้นจนแลดูราวกับป่าในยุคดึกดำบรรพ์ จุดเด่นของเส้นทางนี้ ได้แก่ ต้นกุหลาบพันปีขนาดใหญ่ โดยเฉพาะในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ กุหลาบพันปีจะบานอวดดอกสีแดงสดดึงดูดให้ นกมากินน้ำหวานและช่วยผสมเกสร เช่น นกกินปลีหางยาวเขียว นกกินปลีหางยาวคอสีฟ้า ฯลฯ ส่วนตามโคนต้นกุหลาบพันปีมีข้าวตอกฤๅษีขึ้นปกคลุมราวกับพรมธรรมชาติ ข้าวตอกฤๅษีเป็นมอส

ชนิดหนึ่งขึ้นอยู่หนาแน่นมีสีเขียวสลบส้กับสีน้ำตาลอ่อนๆ มอสชนิดนี้จะขึ้นได้เฉพาะที่สูง ความชื้นมาก และอากาศหนาวเย็นเท่านั้น

นอกจากนี้ในอ่างกาสวยยังมีพุ่มน้ำจืดที่อยู่สูงที่สุดของประเทศ ซึ่งเป็นถิ่นอาศัยของ สัตว์เฉพาะถิ่นหายากบางชนิด และเป็นถิ่นอาศัยของนกบนที่สูงจำนวนมากซึ่งสามารถพบเห็นได้ ค่อนข้างง่าย เช่น นกคิ้วหางสีตาล นกอีแพรดท้องเหลือง นกกระจ่างหัวแดง นกจับแมลงหน้าผากขาว ฯลฯ ในช่วงฤดูหนาวยังมีนกอพยพย้ายถิ่นนานาชนิดบินมาอาศัย ทำให้ดอยอินทนนท์เป็น แหล่งดูนกที่มีชื่อเสียงมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ บริเวณจุดสูงสุดบนยอดดอยอินทนนท์นี้ยังเป็น ที่ประดิษฐานพระสถูปของพระเจ้าอินทวิชยานนท์ ผู้เป็นที่มาของชื่อดอยอินทนนท์แห่งนี้อีกด้วย กิจกรรม เช่น ชมพรรณไม้ ชมทิวทัศน์ ชมประวัติศาสตร์ ดูนก เดินป่าศึกษาธรรมชาติ

พระมหาธาตุเจดีย์ พระมหาธาตุเจดีย์มีด้วยกัน 2 องค์ ได้แก่ พระมหาธาตุคุณภาพลภูมิสิริและพระมหาธาตุคุณเมทนีดล ซึ่งสร้างขึ้นโดยทหารอากาศเพื่อเฉลิมฉลองพระเจ้าอยู่หัวทรงครองราชครบรอบ 60 ปี บริเวณโดยรอบประดับด้วยดอกไม้เมืองเหนือสวยงาม มีร้านอาหารและห้องน้ำสะอาดสวยงาม ซึ่งทางทหารอากาศจะเก็บค่าผ่านเข้าชมเพื่อนำเงินไปบำรุงรักษาสถานที่และพรรณไม้ต่าง ๆ ภายในพระมหาธาตุเจดีย์ กิจกรรม เช่น ชมทิวทัศน์ ชมพรรณไม้ ชมวัฒนธรรมและประเพณี

2. อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ได้ทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้

พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในด้านความสวยงาม และมีความสำคัญยิ่ง คือ เป็นที่ประทับแปรพระราชฐานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ฯ พระบรมราชินีนาถ และพระบรมวงศานุวงศ์ พระตำหนักแห่งนี้ สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2503 บริเวณใกล้ดอยบวกห้า ลักษณะเป็นแบบสถาปัตยกรรมไทย ภายในบริเวณพระตำหนักได้รักษา สภาพธรรมชาติไว้ รวมทั้งมีการปลูกพันธุ์ไม้ดอกชนิดต่างๆ ไว้อย่างสวยงาม พระตำหนักนี้อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติ ประมาณ 4 กิโลเมตร และเปิดให้ประชาชนเข้าชมได้ทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ ทั้งนี้จะต้องเป็นช่วงเวลาที่มีได้เสด็จแปรพระราชฐานไปประทับซึ่งปกติจะปิดในช่วงเวลาตั้งแต่ประมาณกลางเดือนธันวาคม-ต้นเดือนมีนาคม

พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ เปิดจำหน่ายบัตรเข้าชม 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงเช้า (08.30 - 11.30 น.) และช่วงบ่าย (13.00 - 15.30 น.) และปิดพระตำหนักฯ เวลา 16.30 น. อัตราค่าธรรมเนียมเข้าชม สำหรับชาวไทย 20 บาท ชาวต่างชาติ 50 บาท กิจกรรม เช่น ชมทิวทัศน์ ชมประวัติศาสตร์ ชมพรรณไม้ ดูนก ดูผีเสื้อ

วัดพระธาตุดอยสุเทพ เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ที่มีความสำคัญทางศาสนาและประวัติศาสตร์ของนครเชียงใหม่ ตั้งอยู่บนดอยสุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.1927 มีบันไดนาคทอดยาวขึ้นไปสู่วัด 306 ขั้น ภายในวัดเป็นที่ประดิษฐานขององค์เจดีย์ทรงมอญ ที่ได้ฐานพระเจดีย์มีพระบรมสารีริกธาตุของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าบรรจุอยู่ วัดพระธาตุดอยสุเทพ มีชื่อเต็มว่า “วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพวรวิหาร” ซึ่งจัดได้ว่าเป็นปูชนียสถานที่แสดงออกถึงศิลปกรรมล้านนาไทยที่สำคัญคู่เมืองเชียงใหม่

วัดพระธาตุดอยสุเทพ อยู่ห่างจากอนุสาวรีย์ศรีวิชัย ประมาณ 10 กิโลเมตร สามารถเดินทางขึ้น - ลง ได้ตลอดทั้งวัน แต่จะมีการตั้งด่านตรวจของอุทยานฯ ตั้งแต่เวลา 20.00 - 06.00 น.

รถรางขึ้นวัดพระธาตุดอยสุเทพ เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 06.00 - 18.00 น. ในราคา ขึ้น-ลง คนละ 20 บาท (สำหรับคนไทย) และ 50 บาท (สำหรับชาวต่างชาติ) หากเดินทางไปหลังเวลา 18.00 น. ต้องขึ้นทางบันไดเท่านั้น กิจกรรม เช่น ชมวัฒนธรรมและประเพณี ชมทิวทัศน์ ชมประวัติศาสตร์

อนุสาวรีย์ศรีวิชัย นักบุญแห่งล้านนา ซึ่งเป็นบุคคลแรกที่บุกเบิกสร้างถนนขึ้นไปบนดอยสุเทพ เมื่อปี พ.ศ.2477 พระครูบาศรีวิชัย ขณะที่ยำพรรษาอยู่ที่วัดศรีโสดา เริ่มชักชวนประชาชนสร้างทางจากเชิงดอยถึง วัดพระธาตุดอยสุเทพ รวมระยะทางประมาณ 11 กิโลเมตร โดยใช้เวลาสร้างประมาณ 6 เดือน ต่อมา ชาวเชียงใหม่จึงได้สร้างอนุสาวรีย์พระครูบาศรีวิชัยไว้เป็นอนุสรณ์สถานที่ระลึกการบุกเบิกไป

ใกล้กับอนุสาวรีย์ศรีวิชัย สามารถเดินไปเยี่ยมชมน้ำตกห้วยแก้ว ระยะทางประมาณ 300 เมตร และฝั่งตรงข้ามอนุสาวรีย์ศรีวิชัย เป็นที่ตั้งที่ทำการอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุยสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้นำรถมาเอง สามารถโดยสารรถโดยสารขึ้นดอยสุเทพได้ บริเวณหน้าอนุสาวรีย์ศรีวิชัย กิจกรรม เช่น ชมวัฒนธรรมและประเพณี ชมประวัติศาสตร์

แนวคิดเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติ

อุทยานแห่งชาติ หมายถึง ที่ดินซึ่งรวมทั้งพื้นที่ดินทั่วไป ภูเขา ห้วย หนอง คลอง บึง บาง ลำน้ำ ทะเลสาบ เกาะ และชายฝั่งที่ได้รับการกำหนดให้เป็นอุทยานแห่งชาติ ลักษณะที่ดินดังกล่าวเป็นที่ที่มีสภาพธรรมชาติที่น่าสนใจ และมีได้อยู่ในกรรมสิทธิ์หรือครอบครองโดยชอบด้วยกฎหมายของบุคคลใด ซึ่งมีสิทธิหวงการเมือง ทั้งนี้ การกำหนดดังกล่าวก็เพื่อให้คงอยู่ในสภาพเดิม เพื่อสงวนไว้ให้เป็นประโยชน์แก่การศึกษา และความรื่นรมย์ของประชาชนสืบไป (พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504)

หลักเกณฑ์การกำหนดพื้นที่อุทยานแห่งชาติ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้ คือ

1. พื้นที่นั้นจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีขนาดกว้างใหญ่เพียงพอที่จะรักษาสถานะทางนิเวศวิทยาของพื้นที่ไว้ได้ ซึ่งตามหลักสากลได้กำหนดมาตรฐานไว้ไม่น้อยกว่า 10 ตารางกิโลเมตร แต่ทั้งนี้ก็ไม่เป็นเกณฑ์ตายตัวขึ้นอยู่กับคุณค่าของพื้นที่เป็นสำคัญ
2. พื้นที่นั้นจะต้องประกอบไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า หรือมีพืชสัตว์ที่น่าสนใจและหายาก มีทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม หรือมีปรากฏการณ์ธรรมชาติที่น่าสนใจหรือมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์หาได้ยาก มีประวัติความเป็นมาที่มีคุณค่าในด้านทางประวัติศาสตร์หรือมีมนุษยศาสตร์
3. พื้นที่นั้นจะต้องเหมาะต่อการท่องเที่ยว พักผ่อน พักแรม หรือการศึกษาหาความรู้ ซึ่งจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับขนาดของพื้นที่ และวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง
4. พื้นที่ที่จัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ จะต้องมียุทธศาสตร์เพื่อ
5. เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไว้ให้คงอยู่ตลอดไป
6. เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้า วิจัย ทางวิชาการในเรื่องของธรรมชาติวิทยาและนิเวศวิทยา
7. เพื่อเป็นแหล่งพักผ่อนของประชาชนทั่วไป ทั้งในปัจจุบันและอนาคตอย่างต่อเนื่องและถาวรตลอดไป

อุทยานแห่งชาติทางทะเล ในระบบอุทยานแห่งชาติของประเทศไทย ได้กำหนดให้อุทยานแห่งชาติที่มีอาณาเขตครอบคลุมพื้นที่ชายฝั่งทะเลเกาะแก่ง พื้นที่น้ำชายฝั่งทะเล และทะเลให้เป็นอุทยานแห่งชาติทางทะเล ซึ่งได้รวบรวมระบบนิเวศของสิ่งมีชีวิตทั้งบนบก ใกล้ชายฝั่งและในท้องทะเลไว้เป็นจำนวนมาก และมีแหล่งธรรมชาติที่สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อนศึกษาหาความรู้

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติของประเทศไทย มีดังนี้

1. เพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ คือ ต้องการอนุรักษ์สภาพธรรมชาติของพื้นที่ให้คงอยู่ตามธรรมชาติ ป้องกันการรบกวนโดยมนุษย์ โดยเฉพาะทรัพยากรที่สำคัญ เช่น สัตว์ป่า พืชพรรณ และลักษณะธรรมชาติที่สวยงามเป็นพิเศษ รวมทั้งแหล่งอนุรักษ์พันธุกรรมที่สำคัญ
2. เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากในเขตอุทยานแห่งชาติมีทิวทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงามเหมาะกับการใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสุขภาพดี และช่วยผ่อนคลายความเครียดจากการปฏิบัติงานประจำ
3. เพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัย พื้นที่อุทยานแห่งชาติสามารถจัดเป็นห้องทดลองทางธรรมชาติกลางแจ้งที่สามารถค้นคว้าวิจัยไม่มีที่สิ้นสุดของนักศึกษา นักวิทยาศาสตร์และประชาชนทั่วไป

อุทยานแห่งชาติของไทยทุกแห่งมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ตารางกิโลเมตร ซึ่งจัดตามหลักสากลของการจัดการอุทยานแห่งชาติ มีการบริหารโดยอำนาจรัฐที่เป็นส่วนกลาง โดยผ่านคณะกรรมการในระดับชาติเรียกว่า คณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ อันประกอบไปด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสาขาอาชีพและหลายหน่วยงาน

ในการจัดการอุทยานแห่งชาติ เจ้าหน้าที่จะไม่ตกแต่งพื้นที่ด้วยพันธุ์ไม้ต่างถิ่น แต่จะจัดบริเวณให้มีความร่มรื่นด้วยไม้ท้องถิ่น และดูแลให้บริเวณท่องเที่ยวมีความสะอาดและปลอดภัย สำหรับนักท่องเที่ยวแต่การดำเนินการดังกล่าวจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรต่าง ๆ ในอุทยานแห่งชาติ เช่น การทำทางเดินเท้า ทางลำเลียง ทำหอดูสัตว์ บันไดเดินขึ้น – ลงน้ำตก สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เจ้าหน้าที่ได้จัดทำไว้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าขณะที่ท่องเที่ยวได้รับความปลอดภัยจากการเข้าใช้พื้นที่เช่นกัน และเนื่องจากอุทยานแห่งชาติส่วนใหญ่ตั้งอยู่ไกลจากตัวเมือง การเดินทางเข้าถึงไม่สะดวกและใช้เวลานาน จึงเป็นหน้าที่ของกรมป่าไม้ที่จะต้องเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องของการเดินทางเข้าถึง ที่ทางเดินเท้า ที่พักและระบบสาธารณูปโภคไว้ด้วย นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แล้ว กรมป่าไม้ยังมีหน้าที่ในการให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องรวมทางธรรมชาติวิทยาและการอนุรักษ์ทรัพยากรด้วย อย่างไรก็ตาม ด้วยความจำกัดของจำนวนเจ้าหน้าที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติบางแห่งจึงอาจมีข้อบกพร่องอยู่บ้าง ซึ่งกรมป่าไม้จะได้ปรับปรุงพัฒนาต่อไป

คุณค่าของอุทยานแห่งชาติ แบ่งออกเป็นดังนี้

ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ปัจจุบันสถานการณ์ป่าไม้ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาถูกทำลายอย่างมาก เนื่องจากความต้องการที่ดินเพื่อการเกษตร การประกาศจัดตั้งพื้นที่เป็นอุทยานแห่งชาติก็เพื่อช่วยคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญไว้เป็นมาตรการหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากกฎหมายที่เข้มงวด มีบทลงโทษที่รุนแรง มีการบริหาร มีอัตราค่าจ้าง และงบประมาณที่จะดูแลได้อย่างใกล้ชิด

ด้านเศรษฐกิจ อุทยานแห่งชาติมีวัตถุประสงค์หลักอย่างหนึ่ง คือ เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน หย่อนใจ ทำให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งเป็นที่มาของรายได้ของราษฎรในท้องถิ่น และเกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการใช้แรงงานในท้องถิ่นเป็นหลักทำให้มีการกระจายรายได้ นอกจากนี้พื้นที่อุทยานแห่งชาติยังเป็นแหล่งอนุรักษ์พันธุกรรมดั้งเดิมที่สามารถนำไปใช้ในการผสมพันธุ์พืชและสัตว์ เพื่อให้ได้พันธุ์แท้ที่ทนทานต่อโรค และแมลงและให้ผลผลิตสูง ทั้งช่วยรักษาสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมต่อการเกษตรบางแห่งเป็นต้นน้ำที่สำคัญที่ระบายน้ำลงสู่ลำธารตอนล่าง

ด้านการศึกษา ค้นคว้า วิจัย อุทยานแห่งชาติเป็นพื้นที่ที่ไม่ถูกรบกวน จึงเป็นที่ที่นักวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านนิเวศวิทยาต้องการเพื่อการศึกษาวิจัยทางธรรมชาติ และเลือกพื้นที่อุทยานแห่งชาติเป็นสถานีวิจัยในโครงการวิจัยที่สำคัญ ๆ ระดับชาติ และระดับโลก

ด้านสังคมและวัฒนธรรม อุทยานแห่งชาติเป็นแหล่งที่มีคุณค่าทางด้านนันทนาการที่ประชาชนสามารถใช้เวลาว่างเที่ยวพักผ่อน ทำให้ร่างกายและจิตใจดีขึ้น เป็นที่มาของสติปัญญา ทำให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาสังคมไปในทางที่ดี อุทยานแห่งชาติได้นำความเจริญรุ่งเรืองสู่พื้นที่ใกล้เคียง มีถนน ไฟฟ้า ประปา อุทยานแห่งชาติเป็นแหล่งอนุรักษ์โบราณวัตถุ และโบราณสถานให้คงอยู่เพื่อเตือนใจประชาชนให้เห็นความสำคัญและบทเรียนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอดีต นอกจากนี้ กิจกรรมการท่องเที่ยวยังช่วยเผยแพร่วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของท้องถิ่นให้แพร่หลาย ทำให้ประชาชนสำนึกถึงความสำคัญของขนบธรรมเนียม ประเพณีดั้งเดิม บางครั้งการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเปลี่ยนวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่จากการเกษตรมาเป็นการค้าขาย และนำเที่ยวมากขึ้น

ด้านสิ่งแวดล้อม อุทยานแห่งชาติถูกจัดขึ้นเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมให้อยู่ในสภาพธรรมชาติเดิมมากที่สุด อุทยานแห่งชาติจึงเป็นพื้นที่ที่ช่วยรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อม จึงเกิดความมั่นคงแก่กระบวนการทางอุทกวิทยา ช่วยป้องกันการพังทลายของดิน ช่วยควบคุมสภาพภูมิอากาศ

ช่วยรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมต่อสิ่งมีชีวิต ช่วยคุ้มครองรักษาประสิทธิภาพของระบบนิเวศให้ได้ผลผลิตยั่งยืนตลอดไป และเป็นแหล่งช่วยพัฒนาจิตของมนุษย์ส่งผลให้ลดปัญหาสิ่งแวดล้อมทางด้านสังคมตามมา

ด้านความมั่นคงของประเทศ พื้นที่อุทยานแห่งชาติเหมือนคลังมหาสมบัติของประชาชน บางแห่งประกอบด้วยป่าไม้ และแร่ธาตุอย่างสมบูรณ์ ในยามวิกฤติเมื่อชาติต้องการใช้ทรัพยากรดังกล่าวเพื่อความอยู่รอดของประเทศก็สามารถนำมาใช้ได้

ทรัพยากรในอุทยานแห่งชาติ

ทรัพยากรที่อยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาตินั้น สิ่งแรกที่ต้องกล่าวถึง คือ ทรัพยากรหลากหลายทางชีวภาพ ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายในด้านระบบนิเวศนั้น พื้นที่อุทยานแห่งชาติของไทยได้ประกาศครอบคลุมพื้นที่กระจายอยู่ทุกภาค ทั้งจากยอดเขาที่สูงที่สุดของประเทศอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ไล่ระดับความสูงมาถึงที่ต่ำลงไปถึงปากแม่น้ำ เช่นอุทยานแห่งชาติกระบี่ต่อเนื่องไปถึงชายทะเลและจนถึงกลางทะเล เช่น อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์

ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาท่องเที่ยว

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลาเกือบครึ่งศตวรรษ นับตั้งแต่มีการก่อตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ในปี 2530 จนกระทั่งปัจจุบันถือได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศอยู่ในอันดับสูงมาโดยตลอด และประเทศไทยได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียที่ประสบความสำเร็จกลายเป็นแบบอย่างของหลายประเทศ

แต่หากพิจารณาถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมทั้งระบบแล้ว จะพบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ยังมีการเติบโตบนพื้นฐานที่เปราะบาง ยังขาดความเป็นเอกภาพในความร่วมมือขององค์ประกอบที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่องค์กรท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งมีความละเอียดซับซ้อน จำต้องอาศัยความชัดเจนของนโยบายในเชิงรุกเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการทั้งด้านส่งเสริมและการพัฒนากการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวของไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกในสหัสวรรษใหม่ ที่มีความเสรีในการแข่งขัน

แผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2544-2553 ได้นำเสนอแนวนโยบายเชิงรุก ในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในภาพรวม และเสนอแนวทางในการสร้างเอกภาพในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว โดยระดมความร่วมมือจาก กระทรวง ทบวง กรม ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในภาครัฐรวมไปถึงการกำหนดบทบาทความรับผิดชอบของภาคเอกชน

นโยบาย

ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในช่วงทศวรรษหน้าให้มีความเข้มแข็ง และมั่นคง และเติบโตอย่างยั่งยืน นโยบายด้านการท่องเที่ยวในเชิงรุกของไทย ได้ กำหนดไว้ดังนี้

1. พัฒนาให้ประเทศไทยคงความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียอย่างต่อเนื่องเพื่อก้าวสู่ความเป็น World Class Destination
2. พัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นสาขาหลักทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญควบคู่ไปกับสาขาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม
3. เร่งรัดให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวออกสู่ภูมิภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลักในปัจจุบัน
4. ปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทันสมัยเพื่อให้ผู้ประกอบการไทยมีความพร้อมในการแข่งขันที่จะตามมาจากการเปิดเสรีการค้า
5. สนับสนุนให้องค์ก้าปกครองท้องถิ่นมีความพร้อมและเข้มแข็งในการบริหารจัดการในบริการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่นโดยตรง
6. อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยให้คงความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ และสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทยที่ชัดเจน

การพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดำเนินการในปัจจุบัน

1. ปรับยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ได้มีการเสนอให้พิจารณาปรับปรุงโครงสร้างของ ททท. และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม และการเสนอขอแก้ไข พ.ร.บ. ททท. พ.ศ. 2522
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลาดต่างประเทศ ได้กำหนดตลาดเป้าหมายไว้ 43 ตลาด โดยดำเนินการในเชิงรุก 11 ตลาด และรักษาตลาดการเติบโต 23 ตลาด และตลาดภายในประเทศ (คนไทยเที่ยวในประเทศไทย) เน้นกลุ่มเป้าหมาย 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้มีรายได้สูง กลุ่มครอบครัว

กลุ่มข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มเยาวชน/นักศึกษา กลุ่ม MICE (ประชุมสัมมนา นิทรรศการ และส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเป็นรางวัล) กลุ่มผู้สูงอายุ

3. ชะลอการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย
4. การพัฒนาการท่องเที่ยว พื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคมขนส่ง ทางอากาศ ทางน้ำ ทางบก
5. การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น พนักงานโรงแรม พนักงานบริการด้านต่าง ๆ พนักงานขับรถ ขับเรือ พนักงานสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง พนักงานขายสินค้าที่ระลึก มีคฤศกภาษาต่างๆ เช่น อังกฤษ จีน ฝรั่งเศส เยอรมัน รัสเซีย เกาหลี ญี่ปุ่น ฯลฯ
6. การพัฒนาบริการด้านที่พัก เสนอขอให้กระทรวงมหาดไทยยกเว้นภาษี พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2487 และจัดทำกำหนดมาตรฐานโรงแรม
7. การพัฒนาการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง
8. การพัฒนาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
 - 8.1 จัดทำโครงการเบอร์เดียวเที่ยวทั่วไปไทย 1155
 - 8.2 เฝ้าระวังความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
 - 8.3 ขอแก้ไขกฎกระทรวง (พ.ศ.2536) ออกตามความใน พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
9. การพัฒนาระบบสารสนเทศและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จัดทำ Website ให้เชื่อมโยงอย่างกว้างขวาง และพัฒนาระบบการขายให้เกิดประโยชน์ธุรกิจอย่างเหมาะสม
10. ความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน
 - 10.1 ผลักให้เกิดเครือข่ายคมนาคม เชื่อมโยงทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
 - 10.2 วางแผนจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว
 - 10.3 ส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยว
 - 10.4 ร่วมมือในด้านการพัฒนาบุคลากร
 - 10.5 ส่งเสริมทางด้านการตลาดการท่องเที่ยว
 - 10.6 ส่งเสริมกำกับในการทำงานให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ
11. การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร
 - 11.1 องค์กร ททท. ปรับโครงสร้าง ททท. เพื่อลดความซ้ำซ้อน
 - 11.2 องค์กรภาคเอกชน เสนอร่าง พ.ร.บ. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

11.3 องค์กรท่องเที่ยว การฝึกอบรมและให้คำแนะนำแนวทางการส่งเสริมและ
พัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น

**แผนการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จะดำเนินการเพิ่มเติมหรือ
เน้นเป็นพิเศษ**

1. การบริหารจัดการ ให้คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติให้การส่งเสริมและพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ
 2. ด้านกฎหมาย
 - 2.1 ออกพระราชบัญญัติการท่องเที่ยว (Tourism Laws)
 - 2.2 เสร็จรัดการแก้ไข พ.ร.บ. ททท. พ.ศ. 2522
 - 2.3 ผลักดัน พ.ร.บ. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีผลบังคับใช้โดยเร็ว
 3. แผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว
 - 3.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ
 - 3.1.1 ทบทวนจุดยืน (Repositioning) สำหรับประเทศไทยโดยรวมและแห่ง
ท่องเที่ยวหลัก บางแห่ง
 - 3.1.2 โฆษณาเพื่อสร้างความตระหนักรู้ (Awareness)
 - 3.1.3 เสนอขายเชิงรุกแบบครบวงจร จัดทำ Package ใหม่ ๆ
 - 3.1.4 อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว Transfer ให้มาเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
 - 3.1.5 ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศในทางบวก
 - 3.1.6 เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ เช่น กลุ่มสัมมนา นิทรรศการและการ
ท่องเที่ยวแบบ เป็นรางวัล (MICE) กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวเยาวชน ฯลฯ
 4. แผนส่งเสริมไทยเที่ยวไทย
 - 4.1 สนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง
 - 4.2 ส่งเสริมการใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว
5. แผนการชะลอการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย รมรณรงค์สร้างจิตสำนึก
ในการท่องเที่ยวในประเทศ และใช้จ่ายประหยัดเมื่อเดินทางไปต่างประเทศโดยร่วมมือกับสื่อต่างๆ
เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

แผนงานพัฒนาการท่องเที่ยว

1. การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

- 1.1 ผลักดันให้มีการใช้ พ.ร.บ. สิ่งแวดล้อมให้มีผลในทางปฏิบัติ
- 1.2 ประกาศเขตควบคุมมลพิษและประกาศเขตท่องเที่ยว
- 1.3 สนับสนุนการลงทุนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมทางการ

ท่องเที่ยว

- 1.4 ออกมาตรการสนับสนุนด้านภาษีแก่ผู้ประกอบการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

2. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ผลักดันให้ท้องถิ่นจัดให้มีกิจกรรมประเพณี
ที่หลากหลายในทุกภูมิภาค

3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านคมนาคมขนส่ง

ทางอากาศ

- 3.1 เร่งรัดการก่อสร้างสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ
- 3.2 เพิ่มจำนวนที่นั่งในเส้นทางที่ขาดแคลน
- 3.3 สนับสนุนให้สนามบินนานาชาติในต่างจังหวัดเป็นศูนย์การบินย่อยของภูมิภาค
 - 3.3.1 สนับสนุนธุรกิจการบินของสายการบินที่สอง ทางน้ำ
 - 3.3.2 ลงทุนก่อสร้างท่าเทียบเรือเดินสมุทร ภูเก็ต สงขลา สมุย
 - 3.3.3 ลงทุนสร้างท่าเทียบเรือยอร์ช ภูเก็ต สงขลา สมุย
 - 3.3.4 ลงทุนสร้างท่าเทียบเรือท่องเที่ยวในแม่น้ำลำคลอง ทางบก
 - 3.3.5 สนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองทางรถยนต์ โดยการจัดทำ

ป้ายชี้ทาง มาตรฐานสากลและสนับสนุนให้เอกชนลงทุนพัฒนาที่พักริมทางหลวง

- 3.3.6 ปรับปรุงและพัฒนาระบบบริการรถโดยสารสาธารณะ การจองบัตร

โดยสารความ ปลอดภัยในการใช้บริการ และมารยาทการขับรถ

การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว

1. พัฒนาศูนย์ข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยว

- 1.1 กำหนดมาตรฐานและพัฒนาฝีมือแรงงานด้านการท่องเที่ยว
- 1.2 ระดับมาตรฐานมัคคุเทศก์

2. พัฒนาบริการด้านที่พัก

2.1 ผลักดันร่าง พ.ร.บ. โรงแรม ให้มีผลบังคับใช้โดยเร็ว

2.2 ส่งเสริมการลงทุนที่พักนักท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีมาตรฐานแต่ยังคง ความเป็นเอกลักษณ์และวิถีชีวิตไทย

แผนงานพัฒนาการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง

1. อำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองทางภาคใต้ ใช้ระบบด่านเดียว
2. อำนวยความสะดวกในการนำวัสดุอุปกรณ์มาจัดประชุมและจัดนิทรรศการในประเทศไทย

แผนงานเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

1. ก่อตั้งอาสาสมัครพิทักษ์ถิ่น
2. กำหนดให้มีสารวัตรท่องเที่ยว
3. เข้มงวดและบังคับใช้มาตรการกฎหมายในการควบคุมการขับซึ่รถยนต์ การขนส่งทางบก ทางน้ำ เพื่อความปลอดภัย

แผนงานพัฒนาระบบสารสนเทศและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เร่งรัดให้มีร่าง พ.ร.บ. กฎหมายที่มีผลบังคับใช้เกี่ยวกับระบบข้อมูลสารสนเทศและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

แผนงานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน

1. การสร้างพันธมิตรระหว่างสายบินในภูมิภาค
2. การอำนวยความสะดวกในเรื่องของระเบียบพิธีการเข้าเมือง โดยให้มีการตรวจลงตราเพียงครั้งเดียวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่าหนึ่งประเทศ
3. ขยายบทบาทของศูนย์ประสานงานด้านท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Agency for Coordinating Mekong Tourism Activities – AMTA)

แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร

1. องค์กร ททท.
 - 1.1 เพิ่มอัตรากำลังปีละประมาณ 50 คน
 - 1.2 เพิ่มงบประมาณเพื่อดำเนินการทางการตลาดปีละประมาณ 500 ล้านบาท

1.3 จัดหาอาคารที่ทำการถาวรให้ ททท.

1.4 เปิดสำนักงาน ททท. ในต่างประเทศเพิ่มอีก 2 แห่ง คือ สโตกโฮล์มและอินเดีย

1.5 ว่าจ้างผู้แทนการตลาดเพิ่ม

1.6 จัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. องค์การภาคเอกชน

2.1 ผลักดัน พ.ร.บ. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.2 จัดตั้ง Convention Bureau

2.3 สนับสนุนสถาบันการศึกษา จัดตั้งศูนย์ศึกษาและวิจัยการท่องเที่ยว (Tourism Research & Study Center)

2.4 ผลักดันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสาขาหลักทางเศรษฐกิจ ที่อยู่ในข่ายรับการพิจารณาสนับสนุนจาก SME Fund

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548, หน้า 6-8 อ้างอิงใน Kotler, 1994) กล่าวถึง ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทร่วมกัน เพื่อนสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

โดยมีส่วนประสมทางด้านการตลาดเป็นตัวสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่มีศักยภาพเพื่อชักจูงทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้าผู้บริโภคที่จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า ผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง 1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น 2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง 3) การแข่งขันและปัจจัยอื่น ๆ

3. การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องให้หลักการเลือกใช้เครื่องมือที่สื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือที่ส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้

3.1 การโฆษณา เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างสรรคงานด้านโฆษณาและยุทธวิธีการโฆษณา และกลยุทธ์

3.2 การขายโดยใช้พนักงาน หมายถึง เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาด โดยให้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงาน และการจัดหน่วยงานขาย

3.3 การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 4 รูปแบบ คือ

3.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภคที่เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

3.3.2 การกระตุ้นคนกลางเรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้ค้าคนกลาง

3.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย

3.3.4 การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.3.5 การตลาดทางตรง และการเชื่อมตรงเป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือ หมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ได้แก่ การขายตรงทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อกการขายทางโทรทัศน์ วิทยุหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใ้คู่มือแลกซื้อ



ภาพ 4 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix หรือ 4Ps)

4. การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

สรุป ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด ซึ่งได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขายและการตลาดทางตรง และการจัดจำหน่าย ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยสามารถจำแนกเป็น (วิภา วัฒนพงศ์ชาติ, 2542, หน้า 8)

1. อายุ เมื่อมีอายุมากขึ้นเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนจะน้อยลง เนื่องจากภาระหน้าที่การงานและครอบครัว ต่อเมื่อลูก ๆ ได้เติบโตขึ้นและแยกครอบครัวออกไป จนกระทั่งเมื่อเกษียณอายุ จึงจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนมากขึ้น สรุปได้ว่ากลุ่มของผู้มีอายุน้อยและกลุ่มของผู้สูงอายุจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุเป็นจำนวนน้อยกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมักจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งที่ผจญภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่อายุมากจะเลือกท่องเที่ยวในที่ไกล ๆ

2. รายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจจะสรุปได้ว่าเมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้น

3. เพศ ไม่มีความแตกต่างกันมากนักระหว่างเพศชาย และเพศหญิงในด้านการท่องเที่ยว
4. การศึกษา เมื่อบุคคลที่ระดับการศึกษาสูงขึ้น ก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยทางด้านรายได้ เพราะวาระดับการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้มีโอกาสประกอบอาชีพที่ทำให้รายได้มากขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2531,หน้า 88-90) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. เงินหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกๆที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นต้น
2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อการท่องเที่ยวแต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตการทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น
3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงินและมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคน มีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่าง ๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

จากการศึกษาของแมคอินทอช และเกลด์เนอร์ พบว่า ตัวกระตุ้น (Motivator) ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นมี 4 ประการ คือ

1. ตัวกระตุ้นทางกายภาพ (Physical Motivators) เป็นตัวกระตุ้น เพื่อผ่อนคลายทางกายภาพ หรือเพื่อร่างกาย เช่น การไปพักผ่อนร่างกาย กิจกรรมทางกีฬา การไปตากอากาศชายทะเล การบำบัดรักษาตามคำแนะนำของแพทย์เพื่อการรักษาสุขภาพ เป็นต้น

2. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของดุริยางคศิลป์ นาฏศิลป์ เป็นต้น

3. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อพบปะคนแปลกหน้าใหม่ๆ หรือคนที่มีความคิดใหม่ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำที่จำเจ เป็นต้น

4. ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะ และชื่อเสียง (Status and Prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของตนให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศ และชื่อเสียง เป็นการเดินทางประกอบธุรกิจในต่างประเทศ การไปประชุม การศึกษา ฯลฯ เพื่อให้เป็นคนที่มีเกียรติและความสำเร็จในการทำงานของตน

ความหมายของพฤติกรรม

โดยความหมายของคำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค มีผู้ที่ให้คำจำกัดความและความหมายไว้หลายประการ ดังนี้

ฉัตรยาพร เสมอใจ, และมัทนียา สมมิ(2546, หน้า 20) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้และการประเมินผล การใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ธงชัย สันติวงษ์, (2546, หน้า 27) พฤติกรรมผู้บริโภค กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว (Precede) เป็นลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ว่า ในขณะที่ใดขณะหนึ่งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าเขาจะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาต่าง ๆ ที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติและค่านิยมของเขาอยู่ก่อนแล้วซึ่งสิ่งที่มาก่อนเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ชูดา จิตพิทักษ์ (2525, หน้า 2) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้น ไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคล ซึ่งคนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น ค่านิยม (Value) ที่ยึดถือเป็นหลักการในการประเมิน

สิ่งต่าง ๆ ทศนคติหรือเจตคติ (Attitude) ที่เขามีต่อสิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็น (Opinion) ความเชื่อ (Belief) รสนิยม (Taste) และสภาพจิตใจซึ่งถือว่าเป็นลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลเป็นเหตุผล ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรม

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, หน้า 15) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การกิน การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความสนใจ เป็นต้น

กันยา สุวรรณแสง (2538, หน้า 88) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมว่าเป็นการแสดงออก แห่งการตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ หรือปฏิกิริยาตอบสนองที่เลือกแล้วว่าเหมาะสมที่สุดในสถานการณ์ นั้น ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 3) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็น กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมิน การจัดหา การใช้ และการใช้จ่าย เกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

ประเภทของพฤติกรรม

ในการศึกษาพฤติกรรมได้มีผู้แบ่งพฤติกรรมไว้ต่าง ๆ คือ สุชา และสุรางค์ จันทร์เอม (2520, หน้า 1) ได้แบ่งพฤติกรรมออกเป็น 2 ชนิด ดังนี้

1. พฤติกรรมที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด (Unlearned Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ อินทรีย์ทำเองโดยไม่มีการเรียนรู้มาก่อนเลย บางครั้งอาจเกิดขึ้นนานหลังจากกำเนิดอินทรีย์
2. พฤติกรรมที่เป็นผลมาจากการเรียนรู้ (Learned Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ อินทรีย์ทำขึ้นหลังจากได้มีการเรียน หรือเลียนแบบจากบุคคลอื่นในสังคม พฤติกรรมประเภทนี้อาจ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าพฤติกรรมทางสังคม

การกระทำหรือการแสดงออกของทั้งความรู้สึกนึกคิด คำพูด การกระทำต่าง ๆ มีความสำคัญเนื่องจากเป็นปัจจัยสิ่งสำคัญที่สุดในการอยู่ร่วมกันในสังคมของมนุษย์ การจำแนก พฤติกรรมของบุคคลอาจจำแนกออกได้หลายลักษณะ ถ้าจำแนกโดยอาศัยการสังเกตเป็นสำคัญ มีผู้จำแนกไว้ ดังนี้

สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ (2526, หน้า 98) กล่าวว่า พฤติกรรมตามการสังเกตแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้คือ

1. พฤติกรรมภายใน หรือพฤติกรรมปกปิด (Covert Behavior) คือ การกระทำหรือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล ซึ่งสมองจะทำหน้าที่รวบรวมและสั่งการ มีทั้งที่เป็นรูปธรรม ได้แก่

การเดินของหัวใจ การบีบตัวของลำไส้ และที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ความคิด ความรู้สึก ทศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ซึ่งอยู่ในสมองของคนไม่สามารถสังเกตเห็นได้

2. พฤติกรรมภายนอก หรือพฤติกรรมเปิดเผย (Overt Behavior) คือ ปฏิบัติการของบุคคลหรือกิจกรรมของบุคคลที่ปรากฏออกมาให้บุคคลอื่นเห็นได้ทั้งทางวาจา การกระทำ ทำทาง เช่น การพูด การหัวเราะ การกินอาหาร การรักษาความสะอาด การปลูกต้นไม้ เป็นต้น พฤติกรรมภายนอกเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ในการที่จะอยู่ร่วมกันกับบุคคลอื่น และเป็นสาเหตุที่สำคัญในการอนุเคราะห์โลกหรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ ได้มีนักจิตวิทยา นักสังคมวิทยา นักมานุษยวิทยา และนักพฤติกรรมศาสตร์ ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมไว้หลายทฤษฎี สำหรับด้านสังคมวิทยาเป็นศาสตร์ทางพฤติกรรมหรือพฤติกรรมศาสตร์ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์และพฤติกรรมของมนุษย์ (บรรพต วีระสัย, 2524, หน้า 15) ส่วนจิตวิทยาสังคมเป็นสาขาวิชาหนึ่งในกระบวนวิชาต่าง ๆ ทางสังคม ที่มุ่งศึกษาพฤติกรรมของบุคคลอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากตัวกระตุ้นทางสังคม ด้วยเหตุที่มีศาสตร์หลายแขนงและทฤษฎีหลายทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ดังนั้นจึงควรทราบความหมายของพฤติกรรมจากนันทชนะของนักวิชาการศาสตร์ก่อนที่จะกล่าวถึงทฤษฎี และแขนงคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรม ความหมายต่าง ๆ ของพฤติกรรมมีดังนี้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, หน้า 15) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การเดิน การพูด การคิด การกิน ความรู้สึก ความสนใจ เป็นต้น

ชูด้า จิตพิทักษ์ (2525, หน้า 2) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคล ซึ่งคนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น ค่านิยม (Value) ที่ยึดถือเป็นหลักการในการประเมินสิ่งต่าง ๆ

ทัศนคติหรือเจตนาคติ (Attitude) ที่เขามีต่อสิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็น (Opinion) ความเชื่อ (Belief) รสนิยม (Taste) และสภาพจิตใจซึ่งถือว่าเป็นลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลเป็นเหตุปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรม

กันยา สุวรรณแสง (2538, หน้า 88) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมว่าเป็นการแสดงออกแห่งการตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ หรือปฏิกิริยาตอบสนองที่เลือกแล้วว่าเหมาะสมที่สุดในสถานการณ์นั้น ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546, หน้า 192) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผลในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา หรือหมายถึงการศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้าเดียวกัน

ชิฟฟ์แมนและคานุก (Schiffman and Kanuk, 1994, p. 7) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ว่าหมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหาความต้องการเกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้ การประเมิน การใช้จ่าย ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ (2544, หน้า 6) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกระทำเมื่อได้รับบริโภคหรือสินค้าบริการ รวมไปถึงการจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภคด้วย

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (American marketing association = AMA) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการกระทำซึ่งผลต่อกันและกันตลอดเวลาของความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรมและเหตุการณ์ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้กระทำขึ้น ในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงสำหรับการดำเนินชีวิตมนุษย์ (Peter and Olsen, 1990, p. 5)

แองเกิล, แบลคเวล และพอล (Engle, Blackwell and Paul, 1990, p. 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการใช้จ่ายให้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย

พีเตอร์ และอลเซม (Peter and Olsem, 1990, p. 5) แห่งสมาคมการตลาดของสหรัฐอเมริกา (American = AMA) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำซึ่งส่งผลต่อกันตลอดเวลาของความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรมและเหตุการณ์ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้กระทำขึ้นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงสำหรับการดำเนินชีวิต

เลาดอน และ บิลต้า (Loudon and Bilta, 1998, p.4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคอาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เมื่อมีประเมินการได้มา การใช้หรือการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk, 1991, p. 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ

เนลเตอร์ (Nalters, 1987, p. 8) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจทั้งหลายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องเฉพาะกับการซื้อและการใช้สินค้าเศรษฐกิจและบริการ (ผลิตภัณฑ์) เท่านั้น ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะการมองพฤติกรรมมนุษย์ที่แคบกว่าคือ จะพิจารณาเฉพาะพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตลาด เท่านั้น

ดังนั้น จากความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือการแสดงออกของผู้บริโภคในเรื่องต่าง ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการให้เกิดความพึงพอใจในการใช้สินค้านั้น

แนวคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ ในการศึกษาโดยทั่วไปนิยมทำการศึกษาใน 2 มิติ คือ ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน และมีติความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายทัศนะ ดังนี้

โวลแมน (Volman, 1973, p. 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายของความต้องการ หรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

กู๊ด (Good, 1973, p. 320) อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพหรือระดับของความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อกิจกรรมนั้น ๆ

วูม (Vroom, 1964, p. 99) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง ที่สามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วม ในสิ่งนั้น ทัศนคติในด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

วอลเลสไตน์ (Wallestein, 1971, pp. 25 - 26) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจ ไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อได้รับผลความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End - state in felling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

เครช และ ครัทฟิลด์ (Krech and Crutfield, 1962, p.77) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองพร้อมบรรลุจุดมุ่งหมาย (Goals) ที่ตั้งไว้ระดับหนึ่ง

ทิฟฟิน และแมคคอร์มิค (Tiffin and McCormic, 1965, p.349) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

กฤษณ์กมล กมลลาศน์ (2546, หน้า 17) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ คือ การที่มีความรู้สึกดี เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล โดยอาจแบ่งตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ 2 แบบ คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธเกลียด เป็นต้น

เกศินี ศรีคงอยู่ (2543, หน้า 27) ได้ให้ความเห็นความความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลซึ่งแสดงออกในด้านบวก ที่มีความสัมพันธ์กับการได้รับการตอบสนองและได้รับความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

โกศล น้อยอ่าง (2543, หน้า 12) ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นไปในทางที่ดีและไม่ดี หรือในด้านบวกและในด้านลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉย ๆ ก็ได้ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น ถ้าตอบสนองได้ก็เป็นในแง่บวก และถ้าตอบสนองไม่ได้ก็เป็นในแง่ลบ ความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อเวลาหรือ สถานการณ์แวดล้อมอื่น ๆ เปลี่ยนแปลงไป

อรรวรรณ เมณฑรัตน์ (2543, หน้า 6) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเป็นผลมาจากการได้รับการตอบสนองตามความต้องการของแต่ละบุคคล ทำให้เกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ ความพึงพอใจยังเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยต่างๆ เพราะแต่ละบุคคลมีความพึงพอใจในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกันและไม่เท่ากัน ดังนั้นความแตกต่างของแต่ละบุคคลก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ความพึงพอใจในสิ่งต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน

ทัศนีย์ สิงห์เจริญ (2543, หน้า 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาทางด้านความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มีมากระตุ้นเป็นระดับความพอใจที่เป็นจริงอยู่ในขณะนั้น ซึ่งจะบอกให้ทราบถึงทิศทางว่าเป็นทัศนคติไปในทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาคือเฉย ๆ ต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มีมากระตุ้นนั้น และความพึงพอใจในการเรียนการสอนหมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติในทางด้านดีของนักเรียนที่มีต่อการเรียนการสอน ความรู้สึกที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากปัจจัยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ในการเรียน ซึ่งทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการเรียนการสอนจนประสบความสำเร็จในการเรียนได้

เบญจมาภรณ์ สมุดอินแก้ว (2543, หน้า 23) ได้ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้น ถ้าผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองจากผู้ให้บริการอย่างเสมอภาค รวดเร็ว ทันต่อความต้องการและให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีวัสดุอุปกรณ์อย่างเพียงพอต่อการใช้งาน ผู้ใช้บริการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการให้บริการ

กาญจนา ศุภรพันธ์ (2543, หน้า 34) ได้ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับจากการตอบสนองในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งซึ่งเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือมากกว่า และความพึงพอใจในการฝึกอบรม หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อการฝึกอบรม ซึ่งจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับองค์การหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ฝึกอบรมนั้น ๆ จะตอบสนองความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจได้มากน้อยเพียงใด

นชพรรณ จันทอง (2544, หน้า 34) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจและความรู้สึกเป็นสุขที่เกิดจากการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี และเกิดความสมดุลระหว่างความต้องการของบุคคล และการได้รับการตอบสนอง

ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง (2544, หน้า 7) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นความสุขความสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขสบายที่เกิดขึ้นจากเข้าร่วม ได้รู้ได้เห็น ในกิจกรรมนั้น ๆ

มอร์ส (Morse, 1955, p.27) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การที่มนุษย์สามารถสนองความต้องการได้โดยการลดความตึงเครียดลง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้น

วอลแมน (Wolman, 1973, p.384) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ตามความต้องการ

จากแนวคิดของนักวิชาการตามที่ได้กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นไปในทางที่ดีและไม่ดี หรือในด้านบวก และในด้านลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือเฉยก็ได้ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น โดยอาจแบ่งตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ 2 แบบ คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองของความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองของความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธ เกลียด เป็นต้น

คอตเลอร์ (Kotler, 1998, p.40) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลที่ได้รับ หรือประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล ที่กล่าวคือ ระดับของความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล ความคาดหวัง (Expectation) เกิดจากประสบการณ์ ความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งจากการผลิตหรือบริการจากการตลาด

แอนทอน (Anton, 1996, pp. 23-25 อ้างอิงใน โสภณ ทองปาน, 2541, หน้า 4-5) กล่าวว่า ความพึงพอใจคือภาวะความรู้สึกต่อสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังตลอดอายุ การใช้งานของสินค้าหรือตลอดระยะเวลาที่ให้บริการ ถ้าเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่าจะมีผล ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและทำให้ซื้อสินค้าและใช้บริการอีกความจงรักภักดี ต่อสินค้าและลูกค้า ที่ไม่พึงพอใจก็ยินดีที่จะกลับไปใช้สินค้าหรือบริการอีก ถ้าผู้ผลิตหรือผู้ขายมีความพยายามปรับปรุงแก้ไข

ซูซีพ อ่อนโคกสูง (2522, หน้า 108) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึก น้ำใจที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นเหตุการณ์ บุคคล วัสดุ สิ่งของ หรือสถานที่ โดยตอบสนองในรูปที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจก็ได้ การที่บุคคลจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งต้องมีประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมต่อสิ่งนั้นมาก่อน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2547, หน้า 792) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หรือความพึงพอใจของผู้บริโภค คือ ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย

กิตติมา ปรีดีดิถ (2534, หน้า 321) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงานและเขาได้รับการตอบสนองตามความต้องการของเขาได้

มณีวรรณ ตันไทย (2533, หน้า 66) ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

จากความหมายของความพึงพอใจ ดังที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในใจของผู้บริโภคที่ได้รับการตอบสนองสูงกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้จากประสบการณ์ในอดีตที่เคยใช้สินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

ความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตนาคติ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึก น้ำใจที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นเหตุการณ์ บุคคล วัสดุ สิ่งของหรือสถานที่ โดยตอบสนองในรูปที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ การที่บุคคลจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต้องมีประสบการณ์ ทางตรงหรือทางอ้อมต่อสิ่งนั้นมาก่อน (ซูชีพ อ่อนโคกสูง, 2522, หน้า 108-109)

วาเลสเทีย (Wallestein, 1971, อ้างอิงใน วราภรณ์ รุ่งรัมย์, 2538, หน้า 4) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือ ความรู้สึกขั้นสุดท้าย (Endstate in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

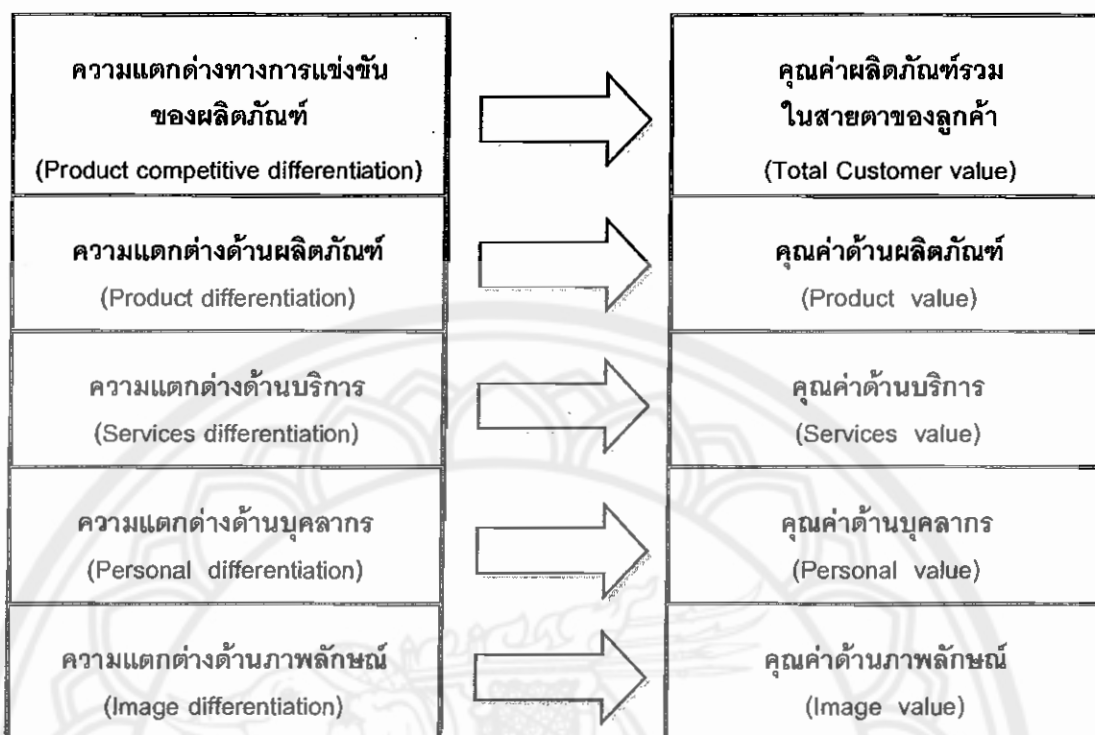
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, หน้า 90-93) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler, 2003, p.61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก สรุปจากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากความคาดหวังที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงาน ของผลิตภัณฑ์นั้นนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับ

ลูกค้า โดยพยายาม สร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจาก การตลาด (Marketing) ตลอดจนยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าที่

ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product competitive differentiation) เป็นการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความแตกต่างนั้นจะต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ความแตกต่างทางการแข่งขันประกอบด้วย

1. ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product differentiation)
2. ความแตกต่างด้านบริการ (Services differentiation)
3. ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal differentiation)
4. ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image differentiation)

ความแตกต่างเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer added value) คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า (Total customer value) เป็นการรับรู้ในรูป ของตัวเงิน ทางด้านเศรษฐกิจ หน้าที่และผลประโยชน์ทางด้านจิตวิทยาที่ลูกค้าคาดหวังที่จะ ได้รับจากตลาด (Kotler, 2003, p.60) หรือเป็นผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์ หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่าง ทางการแข่งขันของ ผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่าง ด้านบริการ ความแตกต่าง ด้านบุคลากร และความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้ง สี่ด้านนี้ก่อให้เกิดคุณค่า ผลิตภัณฑ์ 4 ด้านเช่นกัน คือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product value) คุณค่าด้านบริการ(Service value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image value) คุณค่าทั้ง 4 ประการรวมเรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า



ภาพ 5 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2541)

เกณฑ์การวัดความพึงพอใจ

งานวิจัยต้องอาศัยการเชื่อมโยงข้อมูลกับแนวความคิด ขั้นตอนนี้คือการสร้างมาตรวัด สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2534, หน้า 87) การสร้างมาตรวัด หมายถึง กระบวนการที่เปลี่ยนตัวแปรและข้อมูลทางสถิติกระบวนการสร้างมาตรวัดนี้มีความสำคัญมากต่อการกำหนดคุณภาพของการ วิจัย หากสร้างมาตรวัดไม่ดี ผลที่ได้จากการวิจัยก็ย่อมบกพร่อง

บุญเรือง ขจรศิลป์ (2528, หน้า 137) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติอย่างหนึ่ง ซึ่งทัศนคติหรือเจตคติเป็นนามธรรม เป็นการแสดงออกค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติโดยตรง แต่เราสามารถที่จะวัดทัศนคติได้โดยการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดี ที่มีความสุขของบุคคลต่องานที่เกี่ยวข้อง เป็นความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ ของงานและรับการตอบสนอง ความต้องการของเขาได้ อันจะมีผลให้เกิดความผูกพันกับหน่วยงาน ได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาสร้าง เครื่องมือแบบสอบถามเพื่อใช้วัด

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับTrekkingthai.com ตลอดจนนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์และอภิปราย ผลการวิจัยรวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

โทมัสและเอิร์ล (Thomas and Earl, 1995, p. 88) ได้ให้แนวคิดความพึงพอใจไว้ว่า การวัดความพึงพอใจเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่ เพื่อทราบผลของการให้บริการที่ดีเลิศที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เป็นสิ่งที่บริษัทเชื่อว่ามีคุณค่าและควรให้ความสนใจในความต้องการและปัญหาของ ลูกค้าในการให้บริการ ผู้บริการขององค์กรต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงคุณภาพให้เกิด ประสิทธิภาพและได้ผลดีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสำรวจความพึงพอใจจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญใน การบริหารจัดการ ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน มีเกณฑ์ในการวัดที่ ลูกค้ามักอ้างอิงถึงดังต่อไปนี้ (วีรพงษ์ เอลิมจิระรัตน์, 2538 ,หน้า 17)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวก ทางกายภาพ อุปกรณ์ บุคลากร และวัสดุการติดต่อสื่อสาร
2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตาม สัญญาที่ให้ไว้และมีความน่าเชื่อถือ
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะ ช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการในทันที
4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงาน
5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติมีน้ำใจ และเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ
6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจของผู้ให้บริการ
7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยใน ชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการ รักษาความลับของผู้รับบริการ
8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกในการติดต่อ
9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจและรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์

10. การเข้าใจและรู้สึกผู้รับบริการ (Customer understanding) หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน

เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Tools for tracking and measuring customer satisfaction) เป็นวิธีการที่จะติดตาม วัดและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าบริษัทที่ยึดปรัชญาหรือแนวความคิดทางการตลาด (Marketing concept) ที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้าจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงคือ (1) การสร้างความพึงพอใจ โดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและ จุดเด่นของสินค้า ซึ่งจะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง (2) บริษัทจะต้องสามารถสร้างกำไร โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง เช่น ลงทุนในการผลิตมากขึ้น หรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) เหล่านี้ถือว่ามีผลกระทบทั้งรายได้ของบริษัท และต้นทุนของสินค้า (3) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับ บริษัทประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้ขายปัจจัยการผลิต และคนกลาง การเพิ่มความพึง พพอใจให้กับลูกค้าจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของคนเหล่านี้ด้วยวิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถทำได้ 4 วิธี ดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and suggestion systems) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของ บริษัท ปัญหาเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ธุรกิจนิยมใช้ ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ธุรกิจเหล่านี้ จะจัดเตรียมกล่องรับความ คิดเห็นจากลูกค้า

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction surveys) ในกรณีนี้ จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งดีกว่าวิธีแรกที่มักพบปัญหาว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ ค่อยให้ความร่วมมือและมักเปลี่ยนไป ซื้อสินค้าจากผู้ขายรายอื่นแทนเป็นผลให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้าไป เครื่องมือที่นิยมใช้มากคือ การวิจัยตลาด วิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียม

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย (Ghost shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่ คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่งกัน พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost customer analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์ หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น เช่น บริษัท IBM ได้ใช้กลยุทธ์นี้ เพื่อทราบ ถึงสาเหตุต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ เช่น ราคาสูงเกินไป บริการไม่ดีพอ ผลิตภัณฑ์ไม่ น่าเชื่อถือ รวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ฮาร์โรลด์ เจ เลวิตท์ (Harrold J. Leavitt) (ทิวา พงษ์ธนไพบูลย์ และคณะ, 2544 หน้า 16) ได้กล่าวว่า “ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา จะต้องมีส่วนทำให้เกิดพฤติกรรมนั้น ๆ เสมอ ซึ่งสาเหตุดังกล่าวจะเป็นสิ่งกระตุ้นทำให้มนุษย์เกิดความต้องการ และจากความต้องการดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจ เพื่อแสดงพฤติกรรมออกมา” จากทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีลักษณะดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีส่วนทำให้เกิดความต้องการขึ้น
2. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีสิ่งจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ
3. พฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้น ย่อมมีเป้าหมายในเรื่องของการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ฟิลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler) บิดาแห่งวงการด้านการตลาด (ทิวา พงษ์ธนไพบูลย์ และคณะ, 2544 หน้า 17) ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้น มาสร้างเป็นตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคขึ้น โดยกล่าวว่า ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมเพราะมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดความต้องการ โดยจะถูกป้อนเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ โดยผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนได้ว่า ความรู้สึกนึกคิดได้เกิดขึ้น เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากปัจจัยใดบ้าง ซึ่งผู้บริโภคก็จะเกิดการตอบสนอง เรียกตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคว่าสิ่งกระตุ้น – การตอบสนอง (Stimulus - responses model, S- model) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น หมายถึง สิ่งเร้าที่จะทำให้เกิดความต้องการหรือเกิดความรู้สึกนึกคิดอย่างใดอย่างหนึ่ง (ทิวา พงษ์ธนไพบูลย์และคณะ, 2544 หน้า 17) สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นภายใน หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการภายในร่างกายของผู้บริโภค หรือเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นตามสัญชาตญาณ เช่น ความหิว ความเจ็บป่วย ความกลัว เป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอก หมายถึง กระตุ้นที่มีได้เกิดขึ้นเองจากความต้องการภายในร่างกาย แต่เป็นสิ่งที่นักการตลาดสร้างให้เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ โดยใช้สิ่งจูงใจทางด้านเหตุผลและอารมณ์ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เกิดจากการที่นักการตลาดนำส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการ (วารุณี ตันติวงศ์วานิชและคณะ, 2535 หน้า 91) ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนารูปแบบต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นคุณภาพ ปริมาณ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น 2) ราคา โดยการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับคุณภาพ

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึง สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกในการเดินทางหรือจัดตกแต่งร้านค้าให้สวยงามเป็นระเบียบ และ 4) การส่งเสริมการตลาด โดยมีการโฆษณาสม่ำเสมอ มีการส่งพนักงานขายไปสาธิตสินค้า การแจกสินค้าตัวอย่างเพื่อทดลองให้มีการลดราคาสินค้า เป็นต้น อย่างไรก็ตามการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้สิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้นควรนำส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มาใช้ควบคู่กัน ผู้บริโภคคิดอย่างไร ซื้ออย่างไร เป็นต้น

1.2.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นภายนอกที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ แต่สามารถสร้างโอกาสให้เกิดขึ้นได้ ได้แก่ 1) ภาวะทางเศรษฐกิจ 2) เทคโนโลยี 3) กฎหมายและการเมือง และ 4) วัฒนธรรม

2. ความรู้สึกนึกคิดหรือกลองดำ เป็นความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้รับสิ่งกระตุ้น ซึ่งผู้ผลิตหรือจำหน่ายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดดังกล่าว เพื่อจะได้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (ทิวา พงษ์ธนไพบูลย์ และคณะ. 2544 หน้า 16) ประกอบด้วย

2.1 ลักษณะของผู้บริโภค ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล วัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือ การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ

3. การตอบสนองคือ การแสดงออกของผู้บริโภค โดยผ่านการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ การเลือกปริมาณการซื้อ

Stimulus		Buyer's black box		Response
สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ		กลองดำ หรือ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ		การตอบสนองของผู้ซื้อ
สิ่งกระตุ้นทางการตลาด	สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ	1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม	กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ	การตอบสนอง
1. ผลิตภัณฑ์	1. เศรษฐกิจ	2. ปัจจัยทางสังคม		
2. ราคา	2. เทคโนโลยี	3. ปัจจัยส่วนบุคคล	การตอบสนอง	
3. การจัดจำหน่าย	3. การเมือง	4. ปัจจัยทางจิตวิทยา		
4. การส่งเสริมการตลาด	4. วัฒนธรรม		1. การเลือกซื้อ	
			2. การเลือกราคา	
			3. การเลือกผู้ขาย	
			4. เวลาการซื้อ	
			5. ประมาณการซื้อ	

ภาพ 6 ตัวแบบของพฤติกรรมผู้บริโภคของฟิลิป คอตเลอร์

วิลเลียม เจ สแตนต์ัน ได้คิดค้นตัวแบบเพื่ออธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเนื่องจากมีพลังกระตุ้น 4 ประการ (ทิวา พงษ์ธนไพบุลย์ และคณะ, 2544 หน้า 16) คือ

1. สังคมและกลุ่มต่าง ๆ สังคม ประกอบด้วย วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว เป็นต้น
2. สภาพทางจิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทักษะคติ ความเชื่อที่ยึดมั่น เป็นต้น
3. ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลทางด้านราคา ข้อมูลทางด้านการจัดจำหน่าย ข้อมูลของบริษัทผู้ผลิต เช่น ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงฐานะการเงิน เป็นต้น
4. สภาพการณ์ต่าง ๆ ย่อมมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคเสมอ เช่น เวลาสถานที่ โอกาส เงื่อนไขในการซื้อ เป็นต้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นเรื่องที่มีการศึกษากันมาก ซึ่งทฤษฎีของความพึงพอใจสามารถวิเคราะห์และทำความเข้าใจได้หลายแง่มุม

1. ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ทเบอร์ก (Herzberg's Theory of Motivation) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในงานที่ทำมาจากปัจจัยที่แตกต่างกัน คือ มีปัจจัยประเภทหนึ่งทำให้เกิดความพอใจในงานที่ทำเรียกว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivator) และมีปัจจัยอีกประเภทหนึ่งที่ทำให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ทำเรียกว่า ปัจจัยอนามัย (Hygiene) และทฤษฎีดังกล่าวนี้นำไปใช้ 2 กรณี คือ

1.1 ผู้ผลิตหรือผู้ขายจะต้องหลีกเลี่ยงความไม่พึงพอใจของลูกค้า เช่น บริการไม่ดีซึ่งก็ไม่ทำให้ขายสินค้าได้

1.2 ผู้ผลิตผู้ขายจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างที่สำคัญ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวทำให้เกิดความแตกต่างที่สำคัญกับของคู่แข่ง ในเวลาที่ลูกค้าทำการซื้อ

2. ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) แม็ก คอรัมิก และอิลเจียน (McCormick and Ilgen) (พีรพงษ์ เจียรตระกูล, 2538 หน้า 11) ได้นำแนวคิดทฤษฎีนี้มาจากหลายบุคคล ซึ่งนำโดย Vroom Lawler and Porter ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจในแง่ที่ว่า บุคคลจะเกิดความพึงพอใจได้ก็ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่างานนั้น ๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ซึ่งบุคคลได้มีการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าแล้วว่า คุณค่าของสิ่งที่ได้รับ (รายได้การส่งเสริมให้ก้าวหน้าสภาพการทำงานที่ดีขึ้น) บุคคลจึงเลือกเอางานที่นำผลลัพธ์เหล่านั้นมาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินเปรียบเทียบผลลัพธ์ต่าง ๆ บุคคลจะรู้สึกถึงความพึงพอใจที่เกิดขึ้น

ทฤษฎีความคาดหวังจะอยู่บนพื้นฐานของสมมติฐาน 4 ข้อ เกี่ยวกับสาเหตุของพฤติกรรมในองค์กร คือ

1. พฤติกรรมจะถูกกำหนดโดยแรงกดดันภายในบุคคลและสภาพแวดล้อม คนจะมีความต้องการและความคาดหวังไม่เหมือนกัน จะมีอิทธิพลต่อการตอบสนองของพวกเขาต่อสภาพแวดล้อมของงาน สภาพแวดล้อมของงานที่ไม่เหมือนกันจะทำให้คนมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

2. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของพวกเขาภายในองค์กร การตัดสินใจเหล่านั้นอาจเป็นเรื่องของพฤติกรรมในฐานะที่เป็นสมาชิกการทำงาน การอยู่ภายในสถานที่ทำงานหรือพฤติกรรมของการใช้กำลังพยายามจะทำงานหนักมากน้อยแค่ไหน

3. บุคคลจะมีความต้องการและเป้าหมายไม่เหมือนกัน บุคคลต่าง ๆ จะมีความพอใจ ผลลัพธ์ไม่เหมือนกัน การทำความเข้าใจ ความต้องการของพวกเขาจะนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับการจูงใจและให้ผลตอบแทนพวกเขาอย่างไรถึงจะดีที่สุด

4. บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เป็นทางเลือกโดยอยู่บนพื้นฐานของความคาดหมายของพวกเขาว่า พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการมากน้อยแค่ไหน คนมีแนวโน้มจะมีพฤติกรรมในแนวทางที่พวกเขาเชื่อว่าจะได้รับผลตอบแทน และหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่พวกเขามองเห็นว่าจะก่อให้เกิดผลที่ติดลบที่ไม่ต้องการ

แนวคิดทฤษฎีนี้อยู่ที่ผลได้ ความปรารถนาที่รุนแรงและความคาดหมาย ทฤษฎีความคาดหวังจะคาดคะเนว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมก็ต่อเมื่อเขามองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ค่อนข้างเด่นชัดว่าหากมีความพยายามก็จะนำไปสู่ผลงานที่สูงขึ้น และยังคงมองเห็นโอกาสความน่าจะเป็นไปได้ค่อนข้างสูงอีกว่า ผลงานที่สูงขึ้นจะนำไปสู่ผลได้ ที่เขาปรารถนา ซึ่งหมายถึงว่า ความคาดหวังนี้เกิดก่อนการกระทำจึงสามารถเป็นเหตุของการกระทำ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดัน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการ และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความคาดหวังที่ได้รับสิ่งจูงใจ ผลตอบแทนหรือผลลัพธ์จะมีความสำคัญ และจะเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมได้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจต่อผลตอบแทน ซึ่งผลตอบแทนนั้นบุคคลจะต้องรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่เกิดจากพฤติกรรม และถ้าหากจะให้ผลตอบแทนมีผลกระทบต่อความพยายามของบุคคลหนึ่ง ๆ แล้ว เขาจะต้องรับรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงในระดับของกำลังความพยายาม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลของการปฏิบัติงานของเขา

เมตตา เศวตเลข (2539, หน้า11) ได้กล่าวว่า หากบุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์ หรือความลำบาก แบ่งประเภทความพอใจ ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา เป็นทรศนะของความพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติแล้วต้องแสวงหาความสุขส่วนตัว หรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง เป็นทรศนะความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขจะต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป
3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม ทรศนะนี้ถือว่ามีมนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ และจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์นี้ผู้หนึ่งด้วย

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนทฤษฎีนี้กล่าวว่า คนถูกจูงใจให้กระทำเนื่องมาจากการกระทำนั้นๆ จะทำให้คนได้รับความพอใจ อารมณ์จึงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม

เครช และ ครัทซ์ฟิลด์ (Krech and Crutfield, 1962, p. 77) กล่าวว่า เมื่อเกิดความต้องการคนเราก็จะกำหนดเป้าหมาย (Goals) หลายอย่างเพื่อสร้างความพึงพอใจ กำลังความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้ 1) วัฒนธรรมและค่านิยม (Cultural norms and values) 2) ศักยภาพทางร่างกาย (Biological capacity) 3) ประสบการณ์ (Personal experience) และ 4) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและทางสังคม (Physical and social environment)

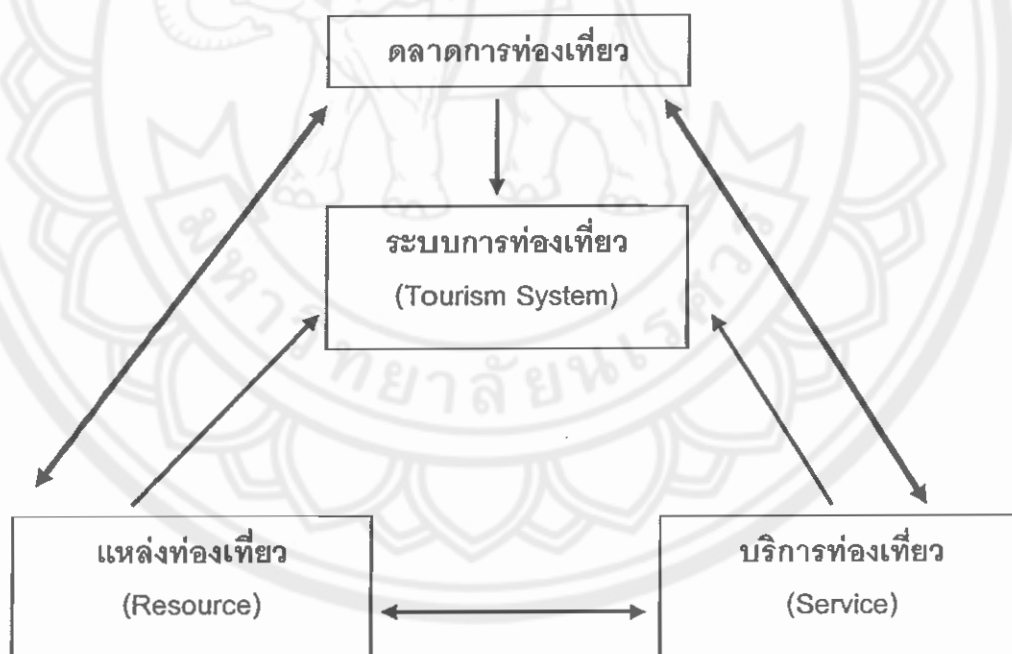
ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)

พรณี ชูทัย เจนจิต (2538, หน้า 461) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี ลำดับความต้องการของมนุษย์โดยมองเห็นว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการเหล่านั้นมาจัดเรียงลำดับขั้นต่ำสุดไปสู่ขั้นสูงสุดเป็น 7 ขั้น ด้วยกัน โดยที่มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นสูง ๆ ถ้าความต้องการในขั้นต้น ๆ ได้รับการตอบสนองเสียก่อน นอกจากนี้มาสโลว์เป็นผู้ที่มองเห็นว่า โดยธรรมชาติแล้วมนุษย์เกิดมาดี และพร้อมจะทำสิ่งดีถ้าความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ และมองว่าความดีที่อยู่ในตัวมนุษย์เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด การเรียนรู้หรือการแสดงพฤติกรรมเกิดจากแรงผลักดันภายในตัวบุคคล เด็กมีธรรมชาติพร้อมที่จะศึกษาสำรวจสิ่งต่าง ๆ มนุษย์ทุกคนมีแรงภายในที่จะไปถึงสภาพการณ์ที่เรียกว่า การรู้จักตนเองตรงตามสภาพ ที่เป็นจริง (Self-actualization) หรือความต้องการที่จะตระหนักในความสามารถของตนเองซึ่งหมายถึง ความสามารถที่จะเข้าใจตนเองยอมรับตนเองทั้งในส่วนบกพร่องและส่วนดี รู้ทั้งจุดอ่อนและตระหนักในความสามารถของตนเอง พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นที่มีต่อตนเอง เป็นภาพที่บุคคลพยายามใช้ความสามารถที่ตนเองมีอยู่ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งมนุษย์จะพัฒนาขึ้นมาขั้นนี้ได้ถ้าความต้องการในขั้นต้น ๆ ก่อนที่จะถึงขั้นนี้ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอเสียก่อน

ทฤษฎีการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544, หน้า 87 – 88) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว แต่ละองค์ประกอบย่อย ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใด ๆ หรืออาจมีการขุดเขยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้นการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากรและอาจไม่คำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่าง ๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น ๆ เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้องจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากนี้องค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจ และการลงทุน สังคมและวัฒนธรรมองค์กรและกฎหมาย เป็นต้น



ภาพ 7 ระบบการท่องเที่ยว

ที่มา: สมบัติ กาญจนกิจ, 2544 หน้า 87

1. แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism supply) ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Traditional attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิภาค แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว

สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่างๆ แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยวเป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่งซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวในบางโอกาสเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรม และบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ

3. ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

สุดาพร ชุติตรานนท์ (2542 หน้า 39 อ้างอิงใน อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า 10) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีหลายประการ ได้แก่

1. เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ
2. เดินทางเพื่อร่วมการประชุมสัมมนา
3. เดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้
4. เดินทางเพื่อการศึกษา
5. เดินทางเพื่อการติดต่อธุรกิจ
6. เดินทางเพื่อการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง
7. เดินทางเพื่อการประกอบศาสนากิจ
8. เดินทางเพื่อทัศนศึกษา
9. เดินทางเพื่อสุขภาพ หรือพักผ่อน

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546, หน้า32) กล่าวว่า ความสำคัญของการท่องเที่ยววันนี้ สามารถสรุปจำแนกไว้ได้ ดังนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศ จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีส่วนช่วยให้ดุลการชำระเงินของประเทศเกินดุลอีกด้วย

1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบต่อวิวัฒนาการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 3 เท่าตัว

1.3 การท่องเที่ยวเป็นช่องทางยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้น เพราะใช้แต่ในด้านการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเท่านั้น ยังทำให้บทบาทของเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยของการมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วยและทำให้อาชีพใหม่ ๆ เกิดขึ้นซึ่งการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออก เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุนซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ และช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน คลายความตึงเครียด พร้อม ๆ กับการได้รับรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไป

1.4 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่นโรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีผู้ลงทุนในหลาย ๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างกว้างขวางเป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

1.5 การท่องเที่ยว มีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูงในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าที่ระลึกตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น

1.6 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

1.7 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิต เป็นวงจรมนเวียนภายในประเทศทำให้เกิดการสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดว่าเป็นแหล่งจ้างงานที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันหลาย ๆ อาชีพ เป็นต้นว่า อาชีพเกี่ยวกับการขนส่ง อาชีพให้บริการด้านที่พัก อาชีพจัดบริการสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยว อาชีพผลิตของที่ระลึกและอาชีพเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยว เป็นต้น เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2.2 การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอุปกรณ์ทางการศึกษาและเป็นการส่งเสริมสุขภาพจิต

2.3 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำจึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

2.4 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

2.5 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาที่หลังไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

2.6 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือนเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

3.1 การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคง ปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะ รู้จัก ทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้รู้จัก ค้นเคย รัฐบาล ปัญหา พึ่งพาอาศัยกันเป็นการสร้างความรักความสามัคคี สมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วม

โลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธไมตรีและความสงบสันติสุขในโลก การท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อประเทศในทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นต่อบุคคล เศรษฐกิจ การเมือง และประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเทศพัฒนาก้าวหน้าต่อไป

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2531, หน้า 88 – 90 อ้างอิงใน อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า 33) กล่าวว่า เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประการ สรุปได้ดังนี้

1. เงินหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อให้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกและการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อการท่องเที่ยวแต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไปปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริงการมีเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไปนักท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นจากสิ่งต่าง ๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูล การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

วรรณภา วงษ์วานิช (2539, หน้า 17 อ้างอิงใน อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า 14) กล่าวว่า ได้มีนักวิชาการทางการท่องเที่ยวแบ่งประเภทการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย การโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจ โดยเฉพาะของสถานที่นั้น เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านขบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศ และอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ

อารณีย์ วิวัฒนาการณ์ (2546, หน้า15) กล่าวถึงประเภทของการท่องเที่ยว ดังนี้ การท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การไปท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดอาจจะเป็นการไปตากอากาศ ชมสภาพบ้านเมืองหรือไปดูชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท รวมถึงการไปเยี่ยมเยือนเพื่อนฝูง เป็นต้น จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว อาจแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยว ออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อชมทิวทัศน์ วันธรรม ประเพณี ชีวิต ความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินใจ เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย เป็นต้น การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจจะรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้

3. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ส่วนมากจะมีสองประการ คือ การไปชมการแข่งขันและการไปท่องเที่ยวและแข่งขันกีฬา เช่น การไปแข่งขันเทนนิส อีทีพี ทัวร์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ ทั้งในแง่ มานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดงต่าง ๆ

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ซึ่งผู้ที่ไม่เพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งให้กับการท่องเที่ยว เช่น การสัมมนาเชิงปฏิบัติการนอกสถานที่ เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการไปศึกษาดูงาน หรือวิจัย หรือว่าการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้น เป็นเวลานานนับเดือน

อารณีย์ วิวัฒนาการณ์ (2546, หน้า 15 – 16) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยังเป็นผลดีของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง คือ

1. นักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ลักษณะของนักท่องเที่ยว การกระจายของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2. สินค้าท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ คือ สินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการ หลายประการทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อภินิหารไมตรี และสาธารณูปโภค สินค้าเหล่านี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวจะต้องเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวซื้อ (ไปเที่ยว) และเกิดความประทับใจ เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่าง ๆ หลายอย่าง เช่น คุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้น ๆ ทิวทัศน์ หรือทัศนียภาพ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เป็นต้น

3. การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ เช่น รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก รูปแบบ หรือปัญหาการจราจร เป็นต้น

4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ เป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

5. ความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด เพราะจะทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่ได้เดินทางเข้าสู่ประเทศโดยให้ความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

5.1 ระเบียบพิธีการเข้าออกเมือง เช่น การทำวีซ่า และศุลกากร

5.2 การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร

5.3 บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานีขนส่งที่พัก

5.4 การอำนวยความสะดวก แก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่งและท่าอากาศยาน

6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการ
ท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

6.1 การไฟฟ้า

6.2 การประปา

6.3 การสื่อสารโทรคมนาคม

6.4 ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล

6.5 สถานพยาบาล

7. การสนับสนุนอื่น ๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกรสบายให้นักท่องเที่ยว เช่น การเงิน
และการธนาคารระเบียบต่าง ๆ สถานที่ศึกษา แหล่งค้นคว้าด้านต่าง ๆ ความร่วมมือระหว่าง
ประเทศตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีจิตต่อกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เบญจพร ทองไชย (2548) ได้ศึกษาวิจัย พฤติกรรม และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ
ในสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก
ครั้ง เนื่องจากมีพฤติกรรมในการบอกต่อบุคคลอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจใน
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เทศกาลประเพณีและ
กิจกรรมต่าง ๆ อยู่ในระดับพอใจมาก

ประภัสสร ศรีภักดี (2548) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
การบริการและกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี
พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ และกิจกรรมนันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษา
วิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีการพิจารณาทั้งด้านบุคลากร ด้านกิจกรรม ด้านสถานที่
อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการ โดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก
นอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการและกิจกรรม
นันทนาการแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกิจกรรมที่แตกต่างกัน

เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรีโดยใช้ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 300 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรม การท่องเที่ยว ถูกต้องในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และการให้คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ

ปณูชา อัฒชลินกุล (2548) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งมีการพัฒนาจากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(อ.ส.ท.)มาเป็นองค์กร รัฐวิสาหกิจพบว่าองค์กรการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(อ.ส.ท.)ยังขาดอำนาจทาง กฎหมาย และงบประมาณ ประกอบกับไม่ได้มีการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวไว้ใน นโยบายระดับชาติ จึงทำให้ประสบปัญหาทางการดำเนินงาน ส่งผลให้ไม่สามารถควบคุม บังคับธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ ตลอดจนขาดความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง จึงนำไปสู่การปรับเปลี่ยนองค์กรเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) ในปี พ.ศ. 2522 มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติในการส่งเสริม และการพัฒนาท่องเที่ยว แต่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังคงไม่มีอำนาจควบคุมหรือบังคับหน่วยงานทั้งภาครัฐราชการ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อีกทั้งภาครัฐบาลยังขาดความเป็นเอกภาพในการ ดำเนินงาน ทำให้นโยบายบางเรื่องไม่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติจริงได้ ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิด การปรับปรุง หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานของกระทรวง ท่องเที่ยวและกีฬา ในปี พ.ศ. 2545 โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวง เป็นผู้กำกับดูแล และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังคงสภาพเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ มีหน้าที่เฉพาะด้านการส่งเสริม การท่องเที่ยวและกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานการพัฒนา การควบคุม และการวางแผน

วาสนา จัตุพร (2547) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง และการรับรู้ของ นักท่องเที่ยว ที่มีต่องานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับ ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในงานสัปดาห์ สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ไม่พอใจในการมาท่องเที่ยวสัปดาห์ข้ามแม่น้ำแควครั้งนี้ในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นในด้านของร้านจำหน่ายอาหาร เจ้าหน้าที่ในบริเวณงาน ร้านจำหน่ายสินค้า ภาพลักษณ์ องค์กรประกอบต่าง ๆ ของสถานที่ การแสดงแสงสีเสียง การละเล่น และมหรสพ ซึ่งสิ่ง เหล่านี้จัดอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมาก ดังนั้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความ คาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในทุกๆด้าน จึงส่งผลให้ภาพโดยรวมแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเกิดความ ไม่พึงพอใจ ต่อการท่องเที่ยวในงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี นอกจากนี้ยังพบว่า

นักท่องเที่ยวยุคที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันนั้น มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ในด้านภาพลักษณ์และองค์ประกอบสถานที่ที่ต่างกัน และนักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุที่แตกต่างกันนั้น มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี ในด้านภาพลักษณ์และองค์ประกอบของสถานที่ ด้านมหรสพ ที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวยุคที่มีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในทุกๆ ด้านดังนั้นจึง ส่งผลทำให้ นักท่องเที่ยวยุคไม่เกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัด กาญจนบุรี

อร่าม สุวิติกกุล (2548) ได้ทำการวิจัย เรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวยุคที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 25 ปี เป็นนักเรียน /นักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เดินทาง มากับเพื่อนเป็นกลุ่ม นิยมตั้งแคมป์ ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวยุคเชิงนิเวศจากนิตยสาร และมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับ ดี ส่วนด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อยู่ในระดับสูง พบว่านักท่องเที่ยวยุค ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการมาเยือนระยะเวลาในการมาเยือน ลักษณะกลุ่มของนักท่องเที่ยวยุคได้รับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวยุคเชิงนิเวศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อรณี บุญมีนิมิต (2540) ได้ศึกษา พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่ระลึกร้อยละ 75.75 ประเภทของสินค้าที่ระลึกที่ซื้อ ได้แก่ สินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์จากไม้ และเครื่องเงิน เครื่องประดับ ตามลำดับ และวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อเป็นของขวัญ โดยทำการซื้อจากร้านค้าศูนย์รวมของฝากของจังหวัด และใช้เงินเพื่อซื้อสินค้าที่ระลึกระหว่าง 500 -1,000 บาท และชำระเป็นเงินสด และจากการศึกษาพบว่าอายุเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่ เป็นส่วนใหญ่ โดยอาชีพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อวัตถุประสงค์ในการซื้อและสิ่งจูงใจในการซื้อ รายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อประเภทของสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อเท่านั้น ปัญหาและอุปสรรคที่นักท่องเที่ยวชาวไทยพบในการซื้อสินค้าที่ระลึก ได้แก่ ราคาของสินค้าที่มีราคาแพงกว่าที่คาดการณ์ไว้ ขนาดของสินค้าที่ขนาดใหญ่ทำให้ไม่สะดวกต่อการขนส่งและจำนวนสินค้าที่มีจำหน่ายให้เลือกน้อย

ผกาพรรณ นุชพันธุ์ (2548) ได้ศึกษาถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ซึ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 คน ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงร้อยละ 62.15 อายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปี ร้อยละ 35.59 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 43.69 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 31.98 รายได้ต่อเดือน 5,000 ถึง 10,000 บาท ร้อยละ 28.38 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ด้านการบริหารของบุคลากรที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย

สมภารณี คงเจริญกาย (2548) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้นมาจากการบอกของญาติและเพื่อนแนะนำที่เข้ามาท่องเที่ยวก่อนแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้ามาไหว้พระตามวัดต่าง ๆ ซึ่งจะเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่จำนวน 2- 4 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ด้วยการใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว และเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะทำให้จ่ายซื้อของเบ็ดเตล็ด จำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวตามสถานที่เป็นการเดินทางทำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ มีอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน มุ่งเน้นความสนใจด้านโบราณสถาน ส่วนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้เข้ามาท่องเที่ยว คือ การจัดงานมรดกโลก โดยรับทราบข้อมูลการจัดงานทางวารสารการท่องเที่ยวและผู้เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกครั้ง การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวพบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมพบว่า พฤติกรรมความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว การเดินทาง ลักษณะค่าใช้จ่ายในการเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ และการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ยศวีร์ ยุกตะนันท์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเที่ยวเกษตรเลียนคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษเป็นหญิง มีอายุเฉลี่ย 36.39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการ ที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพมหานคร ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเกษตร และเพื่อนเป็นแหล่งข่าวการท่องเที่ยวเกษตร สำหรับความพึงพอใจ ปรากฏว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในแหล่งเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง ตามลำดับ คือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ และนาบัว และมีความคิดเห็นว่าแหล่งเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง มีประโยชน์มาก นอกจากนั้นยังพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในการบริการที่เกี่ยวข้อง คือ บุคลากรของศูนย์บริการการท่องเที่ยวเกษตร เรือและค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเกษตร ส่วนปัญหาของนักท่องเที่ยวพบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับความสะดวกสะอาด และเอกสารเผยแพร่แจก รวมทั้งปรับปรุงความสะดวก และความสะอาดของแหล่งเที่ยวเกษตร จากการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพที่อยู่ปัจจุบันและประสบการณ์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง บางประการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งเที่ยวเกษตร

ปฐมพงษ์ ก้อนดาร์ (2548) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการ ความพึงพอใจ และปัญหาของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย บริเวณเกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นนักเรียน / นักศึกษามีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท
2. นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ต้องการสถานที่มีความสวยงาม ส่วนด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรมนักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมากในทุกๆประเด็น และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าร่วมอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ เจ็ทสกี การดำน้ำดูปะการังน้ำตื้น พายเรือแคนู ขี่จักรยานเสือภูเขา และกิจกรรมเดินชมธรรมชาติ ส่วนกิจกรรมอยู่ในระดับน้อยคือวินเซิร์ฟ
3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรม ในทุกๆประเด็น ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับน้อยได้แก่ จำนวนและความสะอาดของห้องน้ำ จำนวนที่รองรับขยะ ราคาค่าบริการและส่วนลด

4. ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบว่ามีปัญหาระดับมากได้แก่ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการจัดการทุกๆ ประเด็น ด้านสถานที่ได้แก่ ความสกปรกและขาดความปลอดภัย ส่วนด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวพบว่าเป็นปัญหาน้อย

5. นักท่องเที่ยวที่เพศ และอาชีพต่างกันมีความต้องการความพึงพอใจ และปัญหาไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความพึงพอใจและปัญหา ด้านกิจกรรม เพศต่างกัน มีความแตกต่างกัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย มีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษาในครั้งนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากอุทยานทั้งหมด 2 แห่ง ซึ่งได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ซึ่งมีกลุ่มประชากร จำนวน 838,621 คน (รายงานสถิตินักท่องเที่ยว ปีงบประมาณ 2551 จากส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช)

ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรทั้งหมด จำนวน 838,621 คน โดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ (ภาคผนวก ง. ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551) ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และผู้วิจัยจะกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแห่งละ 100 คน จากอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จำนวน 2 แห่ง และจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเดือนพฤศจิกายน - เดือนธันวาคม 2551 โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้ คือจะทำการเก็บข้อมูลในเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม 2551 จำนวนทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open ended Question) และแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภาคเหนือ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภาคเหนือ ตามรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

1.1 หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล

หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลที่ออกโดยมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยในแบบสอบถามจะมีการชี้แจงวัตถุประสงค์ในการแจกแบบสอบถามและรายละเอียดต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความน่าเชื่อถือ และรู้สึกว่าคุณเองได้รับเกียรติในการให้ข้อมูล และทำการตอบแบบสอบถามดังกล่าว

1.2 ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภาคเหนือ ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่อาศัย โดยมีระดับการวัดดังนี้

- | | | |
|---------------------|----------------------|----------------------------------|
| 1. เพศ | ระดับการวัดตัวแปรแบบ | สเกลนามกำหนด
(Nominal Scales) |
| 2. อายุ | ระดับการวัดตัวแปรแบบ | สเกลอันดับ
(Ordinal Scales) |
| 3. สถานภาพ | ระดับการวัดตัวแปรแบบ | สเกลนามกำหนด
(Nominal Scales) |
| 4. ระดับการศึกษา | ระดับการวัดตัวแปรแบบ | สเกลอันดับ
(Ordinal Scales) |
| 5. อาชีพ | ระดับการวัดตัวแปรแบบ | สเกลนามกำหนด
(Nominal Scales) |
| 6. รายได้ | ระดับการวัดตัวแปรแบบ | สเกลอันดับ
(Ordinal Scales) |
| 7. ถิ่นที่อยู่อาศัย | ระดับการวัดตัวแปรแบบ | สเกลนามกำหนด
(Nominal Scales) |

1.3 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติภาคเหนือ ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภาคเหนือ ประกอบด้วย ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก เดือนที่ขอมาท่องเที่ยว โดยมีระดับการวัดดังนี้

1. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	สเกลอันดับ (Ordinal Scales)
2. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	สเกลนามกำหนด (Nominal Scales)
3. วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	สเกลนามกำหนด (Nominal Scales)
4. ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	สเกลนามกำหนด (Nominal Scales)
5. ช่วงเวลาที่ขอมาท่องเที่ยว	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	สเกลอันดับ (Ordinal Scales)
6. สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	สเกลนามกำหนด (Nominal Scales)

1.4 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวอุทยาน
แห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่
เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีระดับการวัด
แบบสเกลอันดับ (Interval Scale) สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจ จะมีระดับการวัดดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในกรณีที่ใช้แบบสอบถามมีระดับการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มักจะใช้ค่าเฉลี่ยเป็นตัวสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บมาได้จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ส่วนใหญ่จะมีทศนิยม 2 ตำแหน่ง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วง ดังต่อไปนี้

1. ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	มากที่สุด
2. ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	มาก
3. ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	น้อย
5. ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	น้อยที่สุด

2. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามแบบสอบถาม (Questionnaire)

2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test)

งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

2.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test)

เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินเคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จำนวน 30 คน ก่อนทำการเก็บข้อมูลจริง และนำกลับมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผลของข้อมูลที่มีการวัดมาตรา ส่วนประมาณค่า โดยใช้สูตรของ Conbrach ซึ่งเรียกว่า "สหสัมพันธ์อัลฟา" (Cronbach's Alpha Analysis Test) ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่น ซึ่งได้ผลการทดสอบความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8194 หลังจากนั้นแบบสอบถามจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเดือนพฤศจิกายน - เดือนธันวาคม 2551 โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้ คือ จะทำการเก็บข้อมูลในเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม 2551 จำนวนทั้งหมด 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. ผู้วิจัยได้นำหนังสือจากมหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ และขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลและจากกลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้วิจัยกำหนดวัน เวลา ที่จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยมีระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม พ.ศ. 2551
3. ผู้วิจัยแนะนำตัวต่อกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยและขอความร่วมมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และแนะนำวิธีตอบแบบสอบถาม
4. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง เมื่อรับแบบสอบถามคืนมา
5. สรุป และรายงานผลการศึกษา

การจัดเก็บข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย เป็นการศึกษาจากแหล่งข้อมูล ดังนี้คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือ ข้อมูลที่เก็บในภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถาม โดยตรงจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ จำนวน 400 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าทางวิชาการ ตลอดจนเอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้อ้างอิงในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้
 - 2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (Chi-Square)
 - 2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (Chi-Square)

2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
(Pearson Correlation)

การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย ผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (Chi-Square)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (Chi-Square)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเป็นการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยสามารถแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	158	39.5
หญิง	242	60.5
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
15 – 22 ปี	154	38.5
23 – 30 ปี	116	29.0
31 – 38 ปี	64	16.0
39 – 46 ปี	35	8.8
47 ปีขึ้นไป	31	7.8
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 – 22 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 23 – 30 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ช่วงอายุระหว่าง 31 – 38 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ช่วงอายุ 39 – 46 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และช่วงอายุ 47 ปี ขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	278	69.5
สมรส	115	28.8
หย่า	6	1.5
แยกกันอยู่	1	0.3
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สถานภาพโสด จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 หย่า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และแยกกันอยู่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	38	9.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. / ปวส.	76	19.0
ปริญญาตรี	258	64.5
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	28	7.0
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาจบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. / ปวส. มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	52	13.0
พนักงานเอกชน	107	26.8
นักเรียน / นักศึกษา	162	40.5
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	62	15.5
เกษตรกรกรรม / รับจ้าง	17	4.3
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 อาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และอาชีพเกษตรกรกรรม / รับจ้าง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้/เดือน

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	173	43.3
10,001 – 15,000 บาท	66	16.5
15,001 – 20,000 บาท	63	15.8
20,001 - 25,000 บาท	22	5.5
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	76	19.0
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,0001 -15,000 บาท มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 รายได้เฉลี่ย 20,001 – 25,000 บาท มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ถิ่นที่อยู่อาศัย		
ภาคเหนือ	91	22.8
ภาคใต้	39	9.8
ภาคตะวันออก	22	5.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	41	10.3
ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพ)	57	14.3
กรุงเทพมหานคร	150	37.5
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาอาศัยอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 อาศัยอยู่ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพ) มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 อาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 อาศัยอยู่ในภาคใต้ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และอาศัยอยู่ในภาคตะวันออก มีจำนวน 22 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้เดินทางมากับ	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางโดยลำพัง	9	2.30
มากับครอบครัว	198	49.50
มากับเพื่อน	171	42.80
สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่เดินทางมากับครอบครัว มีจำนวน 198 คน คิดเห็นร้อยละ 49.50 รองลงมา คือ เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 เดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และเดินทางโดยลำพัง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละการใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	247	61.80
รถโดยสารประจำทาง	46	11.50
บริการเช่ารถตู้	18	4.50
รถบริษัทนำเที่ยว	41	10.30
อื่น ๆ	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 เดินทางมาโดยรถบริษัทนำเที่ยว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 เดินทางมาโดยการให้บริการเช่ารถตู้ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อน	344	86.00
เพื่อการศึกษา	19	4.80
เพื่อการผจญภัย	23	5.80
อื่น ๆ	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน มีจำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 รองลงมาคือ เพื่อการผจญภัย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 เดินทางมาเพื่อการศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 และอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	282	70.50
แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	45	11.30
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	60	15.00
อื่น ๆ	13	3.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทตามธรรมชาติ มีจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และอื่น ๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	32	8.00
วันหยุดสุดสัปดาห์	86	21.50
วันลาพักผ่อนประจำปี	72	18.00
ช่วงวันหยุดตามเทศกาล	210	52.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลาในการเดินทางในช่วงวันหยุดตามเทศกาล มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 เดินทางในช่วงวันลาพักผ่อนประจำปี มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และเดินทางในช่วงวันธรรมดา มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก

สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก	จำนวน	ร้อยละ
บังกะไล	61	15.30
บ้านพัก	213	53.30
เต็นท์	52	13.00
อื่น ๆ	74	18.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้บ้านพักเป็นที่พักแรม จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 รองลงมา คือ อื่น ๆ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 บังกะไล จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 และ เต็นท์ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ตาราง 14 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	ลำดับ
1. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.56	0.753	มาก	4
2. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.30	0.625	มากที่สุด	1
3. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	4.03	0.709	มาก	3
4. ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ	4.26	2.058	มากที่สุด	2
รวม	4.03	0.685	มาก	

จากตาราง 14 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.685 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.625 รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ มีคะแนนเฉลี่ย 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.058 ด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.709 และด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.753 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	ลำดับ
1. ความสุภาพของเจ้าหน้าที่	3.80	0.67	มาก	1
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่	3.79	0.68	มาก	2
3. การเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือของ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติ	3.77	0.70	มาก	3
4. ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.69	0.71	มาก	4
รวม	3.76	0.461	มาก	

จากตาราง 15 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.461 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านความสุภาพของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 รองลงมาได้แก่ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ด้านการเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 และด้านความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	ลำดับ
1. ความสะดวก-รวดเร็วในการให้บริการ นักท่องเที่ยว	3.65	0.74	มาก	2
2. การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ กรณีเกิดเหตุ ฉุกเฉิน	3.56	0.72	มาก	4
3. ความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงาน อื่น ๆ	3.55	0.67	มาก	5
4. การให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง	3.83	2.21	มาก	1
5. ร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร	3.60	0.80	มาก	3
รวม	3.63	0.714	มาก	

จากตาราง 16 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.714 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.21 รองลงมาได้แก่ ความสะดวก-รวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 3.60 ส่วนเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร มีคะแนนเฉลี่ย 3.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มีคะแนนเฉลี่ย 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 และความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ข้อมูลการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	ลำดับ
1. หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร/ วารสารท่องเที่ยว	3.61	0.84	มาก	3
2. อินเทอร์เน็ต (Internet)	3.82	0.96	มาก	2
3. โทรทัศน์ / วิทยุ	3.56	0.89	มาก	5
4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.57	0.95	มาก	4
5. บริษัททัวร์/ มัคคุเทศก์นำเที่ยว	3.29	1.01	ปานกลาง	6
6. จากการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป / บุคคล ในครอบครัว / เพื่อน	4.01	0.78	มาก	1
รวม	3.64	0.630	มาก	

จากตาราง 17 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.630 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป/ บุคคลในครอบครัว / เพื่อน อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ต (Internet) มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/ วารสารท่องเที่ยว มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95 โทรทัศน์/ วิทยุ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 อันดับสุดท้าย บริษัททัวร์/ มัคคุเทศก์นำเที่ยว มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.01 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไควสแควร์
(Chi-Square)

ตาราง 18 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับสถานภาพด้านเพศ

การเดินทางมาท่องเที่ยวใน อุทยานแห่งชาติ	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดินทางโดยลำพัง	7	4.4	2	0.8	P = 0.038
มากับครอบครัว	69	43.7	129	53.3	
มากับเพื่อน	74	46.8	97	40.1	
สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา	8	5.1	14	5.8	
รวม	158	100	242	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.8 ส่วนเพศหญิงมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.30

ตาราง 19 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านอายุ

การเดินทางมา ท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติ	15 – 22 ปี		23 – 30 ปี		31 – 38 ปี		39 – 46 ปี		47 ปีขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดินทางโดยลำพัง	7	4.4	2	0.8	0.0	0.00	0.0	0.00	3	9.7	P = 0.00*
มากับครอบครัว	69	43.7	129	53.3	37	57.8	21	60.0	24	77.4	
มากับเพื่อน	74	46.8	97	40.1	19	29.7	12	34.4	4	12.9	
สถานศึกษาจัด ทัศนศึกษา	8	5.1	14	5.8	8	12.5	2	5.7	0	0.00	
รวม	154	100	116	100	34	100	35	100	31	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุ 15-22 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานกับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.8 อายุ 23 – 30 ปี เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 อายุ 31 -38 ปี เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 อายุ 39 – 46 ปี เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 และอายุ 47 ปีขึ้นไป เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.4

ตาราง 20 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านสถานภาพส่วนบุคคล

การเดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติ	โสด		สมรส		หย่า		แยกกันอยู่		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดินทางโดยลำพัง	6	2.2	3	2.6	0	0.00	0	0.0	P = 0.00*
มากับครอบครัว	110	39.4	84	73.0	4	66.7	0	0.0	
มากับเพื่อน	149	53.4	21	18.3	1	16.7	0	0.0	
สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา	14	5.0	7	6.1	1	16.7	0	0.0	
รวม	279	100	115	100	6	100	0	0.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านสถานภาพส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยสถานภาพโสดเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.4 สถานภาพสมรส เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.0 และสถานภาพหย่า เดินทางมากับครอบครัว มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.7

ตาราง 21 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การเดินทางมาห้องเรียนอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านระดับการศึกษา

การเดินทางมา ห้องเรียนอุทยาน แห่งชาติ	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา		มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ประกาศนียบัตร ปวช./ ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี		Pearson Chi- square
	ตอนปลาย								
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดินทางโดยลำพัง	0	0.0	2	2.6	5	1.9	2	7.1	P = 0.00*
มากับครอบครัว	26	68.4	51	67.1	110	42.6	11	39.3	
มากับเพื่อน	8	21.1	19	25.0	132	51.2	12	42.9	
สถานศึกษาจัดทัศน ศึกษา	4	10.5	4	53.0	11	4.3	3	10.7	
รวม	38	100	76	100	258	100	28	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 พบว่า การเดินทางมาห้องเรียนอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านสถานภาพการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.4 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตร ปวช./ ปวส. เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 67.1 ระดับปริญญาตรี เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.2 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี เดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 22 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านอาชีพ

การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน		นักเรียน/นักศึกษา		ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย		เกษตรกรกรม/รับจ้าง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เดินทางโดยลำพัง	2	3.8	3	2.8	2	1.2	2	3.2	0	0.00	P = 0.00*
มากับครอบครัว	26	50.0	45	42.1	71	43.8	46	74.2	10	58.8	
มากับเพื่อน	12	23.1	58	54.2	82	50.6	12	19.4	7	41.2	
สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา	12	23.1	1	0.9	7	4.3	2	3.2	0	0.00	
รวม	52	100	107	100	162	100	62	100	17	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพพนักงานเอกชน เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.2 นักเรียน/นักศึกษา เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.6 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.2 และอาชีพเกษตรกรกรม/รับจ้าง เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.8

ตาราง 23 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเดินทางมา ท่องเที่ยวอุทยาน แห่งชาติ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	เดินทางโดยลำพัง	2	1.2	2	3.0	2	3.2	1	4.5	2	
มากับครอบครัว	81	46.8	27	40.9	37	58.7	11	50.0	42	55.3	
มากับเพื่อน	84	48.6	32	48.5	19	30.2	9	40.9	27	35.5	
สถานศึกษาจัด ทัศนศึกษา	6	3.5	5	7.6	5	7.9	1	4.5	5	6.6	
รวม	173	100	66	100	63	100	22	100	76	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และ รายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.3

ตาราง 24 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเดินทาง
ท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย

การเดินทางมา ท่องเที่ยว อุทยาน แห่งชาติ	ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาค ตะวันออก		ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ		ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพ)		กรุงเทพ		Pearson chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	เดินทางโดย ลำพัง	3	3.3	1	2.6	0	0.0	0	0.0	1	1.8	4	
มากับครอบครัว	40	44.0	23	59.0	9	40.9	16	39.0	36	63.2	74	49.3	P =0.062
มากับเพื่อน	44	48.4	11	28.2	11	50	19	46.3	17	29.8	69	46	
สถานศึกษาจัด ทัศนศึกษา	4	4.4	4	10.3	2	9.1	6	14.6	3	5.3	3	2	
รวม	91	100	39	100	22	100	41	100	57	100	150	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับถิ่นที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่อยู่ภาคเหนือ เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.4 ภาคใต้ เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.0 ภาคตะวันออก เดินทางมากับเพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.3 ภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพ) เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.2 และกรุงเทพเดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.3

ตาราง 25 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานภาพด้านเพศ

พาหนะในการเดินทาง มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
รถยนต์ส่วนตัว	98	62.0	149	61.6	P = 0.178
รถยนต์โดยสารประจำทาง	19	12.0	27	11.2	
บริการเช่ารถตู้	20	12.7	26	10.7	
รถบริษัทนำเที่ยว	10	6.3	31	12.8	
อื่นๆ	11	7.0	9	3.7	
รวม	158	100	242	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.0 และเพศหญิงใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.6

ตาราง 26 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการใช้พาหนะในการเดินทาง มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานภาพด้านอายุ

พาหนะ ในการเดินทาง มาท่องเที่ยวใน อุทยานแห่งชาติ	15 – 22 ปี		23 – 30 ปี		31 – 38 ปี		39 – 46 ปี		47 ปี ขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
รถยนต์ส่วนตัว	83	53.9	71	61.2	44	68.8	23	65.7	26	83.9	P = 0.80
รถยนต์โดยสาร ประจำทาง	23	14.9	16	13.8	4	6.3	1	2.9	2	6.5	
บริการเช่ารถตู้	18	11.7	16	13.8	5	7.8	5	14.3	2	6.5	
รถบริษัทนำเที่ยว	18	11.7	9	7.8	8	12.5	6	17.1	0	0.0	
อื่นๆ	12	7.8	4	3.4	3	4.7	0	0.00	1	3.2	
รวม	154	100	116	100	64	100	35	100	31	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 พบว่า พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุ 15 – 22 ปี ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.9 อายุ 23-30 ปี ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.2 อายุ 31- 38 ปี ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.8 อายุ 39-46 ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.7 และ อายุ 47 ปีขึ้นไป ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.9

ตาราง 27 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการใช้พาหนะในการเดินทาง มาท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านสถานภาพ

พาหนะในการเดินทาง มาท่องเที่ยวในอุทยาน แห่งชาติ	โตด		สมรส		หย่า		แยกกันอยู่		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
รถยนต์ส่วนตัว	155	55.6	87	75.7	5	83.3	0.0	0.0	P = 0.016*
รถยนต์โดยสารประจำทาง	36	12.9	10	8.7	0	0.0	0.0	0.0	
บริการเช่ารถตู้	38	13.6	8	7.0	0	0.0	0.0	0.0	
รถบริษัทนำเที่ยว	31	11.1	9	7.8	1	16.7	0.0	0.0	
อื่นๆ	19	6.8	1	0.9	0	0.0	0.0	0.0	
รวม	279	100	115	100	6	100	0.0	0.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 พบว่า พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยสถานภาพโตดใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 สถานภาพสมรส ใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.7 และสถานภาพหย่า ใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.0

ตาราง 28 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการใช้พาหนะในการเดินทาง มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานภาพด้านระดับการศึกษา

พาหนะในการเดินทาง มาท่องเที่ยวในอุทยาน แห่งชาติ	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย		มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ประกาศนียบัตร ปวช./ ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	รถยนต์ส่วนตัว	30	78.9	55	72.4	145	56.2	17	
รถยนต์โดยสารประจำทาง	1	2.6	5	6.6	39	15.1	1	3.6	P = 0.020*
บริการเช่ารถตู้	3	7.9	7	9.2	33	12.8	3	10.7	
รถบริษัทนำเที่ยว	4	10.5	9	11.8	24	9.3	4	14.3	
อื่น ๆ	0	0.00	0	0.00	17	6.6	3	10.7	
รวม	38	100	76	100	258	100	28	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 พบว่า พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยระดับมัธยมศึกษาตอนปลายใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.9 ระดับประกาศนียบัตรปวช./ปวส. ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.4 ระดับปริญญาตรี ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.2 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.7

ตาราง 29 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการใช้พาหนะในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านอาชีพ

พาหนะ ในการเดินทาง มาท่องเที่ยวใน อุทยานแห่งชาติ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		เกษตรกรรวม/ รับจ้าง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
รถยนต์ส่วนตัว	29	55.8	72	67.3	88	54.3	43	69.4	15	88.2	P = 0.00*
รถยนต์โดยสาร ประจำทาง	2	3.8	10	9.3	27	16.7	7	11.3	0	0.00	
บริการเช่ารถตู้	3	5.8	17	15.9	18	11.1	8	12.9	0	0.00	
รถบริษัทนำเที่ยว	13	25.0	5	4.7	17	10.5	4	6.5	2	11.8	
อื่น ๆ	5	9.6	3	2.8	12	7.4	0	0.00	0	0.00	
รวม	52	100	107	100	162	100	62	100	17	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.8 อาชีพพนักงานเอกชน ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.3 นักเรียน/นักศึกษา ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.4 และอาชีพเกษตรกรรวม/รับจ้าง ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.2

ตาราง 30 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการใช้พาหนะในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พาหนะ ในการเดินทาง มาท่องเที่ยวใน อุทยานแห่งชาติ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	รถยนต์ส่วนตัว	101	58.4	38	57.6	40	63.5	15	68.2	53	
รถยนต์โดยสาร ประจำทาง	27	15.6	8	12.1	5	7.9	1	4.5	5	6.6	
บริการเช่ารถตู้	17	9.8	9	13.6	9	14.3	3	13.6	8	10.5	
รถบริษัทนำเที่ยว	16	9.2	8	12.1	7	11.1	2	9.1	8	10.5	
อื่นๆ	12	6.9	3	4.5	2	3.2	1	4.5	2	2.6	
รวม	173	100	66	100	63	100	22	100	76	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.4 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.6 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.5 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.2 และ รายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.7

ตาราง 31 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการเดินทาง
ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย

การเดินทาง มาท่องเที่ยว อุทยาน แห่งชาติ	ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาค ตะวันออก		ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ		ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพ)		กรุงเทพ		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	รถยนต์ส่วนตัว	64	70.3	28	71.8	9	40.9	23	56.1	39	68.4	84	
รถยนต์ โดยสาร ประจำทาง	10	11.0	2	5.1	4	18.2	3	7.3	7	12.3	20	13.3	P = 0.002*
บริการเช่ารถตู้	7	7.7	3	7.7	5	22.7	2	4.9	1	1.8	28	18.7	
รถบริษัทนำ เที่ยว	4	4.4	6	15.4	2	9.1	10	24.4	8	14.0	11	7.3	
อื่นๆ	6	6.6	0	0.00	2	9.1	3	7.3	2	3.5	7	4.7	
รวม	91	100	39	100	22	100	41	100	57	100	150	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับถิ่นที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่อยู่ภาคเหนือ เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.3 ภาคใต้ เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.8 ภาคตะวันออก เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.9 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.1 ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพ) เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.4 และกรุงเทพเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.0

ตาราง 32 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานภาพด้านเพศ

วัตถุประสงค์ ในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อพักผ่อน	128	81.0	216	89.3	P = 0.035*
เพื่อการศึกษา	10	6.3	9	3.7	
เพื่อการผจญภัย	15	9.5	8	3.3	
อื่น ๆ	5	3.2	9	3.7	
รวม	158	100	242	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับ
สถานภาพด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.0 และเพศหญิงมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
89.3

ตาราง 33 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวกับสถานภาพด้านอายุ

วัตถุประสงค์ ในการมาท่องเที่ยว ครั้งนี้	15 – 22 ปี		23 – 30 ปี		31 – 38 ปี		39 – 46 ปี		47 ปี ขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	เพื่อพักผ่อน	135	87.7	100	86.2	53	82.8	31	88.6	25	
เพื่อการศึกษา	5	3.2	5	4.3	6	9.4	1	2.9	2	6.5	
เพื่อการผจญภัย	10	6.5	9	7.8	4	6.3	0	0.0	0	0.0	
อื่น ๆ	4	2.6	2	1.7	1	1.6	3	8.6	4	12.9	
รวม	154	100	115	100	64	100	35	100	31	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับ
สถานภาพด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุ 15 – 22 ปี เดินทางมาเพื่อ
พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.7 อายุ 23-30 ปี เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อย
ละ 86.2 อายุ 31- 38 ปี เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.8 อายุ 39-46 เดินทาง
มาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.6 และ อายุ 47 ปีขึ้นไป เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 80.6

ตาราง 34 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับด้านสถานภาพส่วนบุคคล

วัตถุประสงค์ ในการมาท่องเที่ยว ครั้งนี้	โสด		สมรส		หย่า		แยกกันอยู่		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อพักผ่อน	241	86.4	98	85.2	5	83.3	0	0.0	P = 0.239
เพื่อการศึกษา	14	5.0	5	4.3	0	0.0	0	0.0	
เพื่อการนันทนาการ	18	6.5	5	4.3	0	0.0	0	0.0	
อื่นๆ	6	2.2	7	6.1	1	1.7	0	0.0	
รวม	279	100	115	100	6	100	0	0.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยสถานภาพโสดเดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.4 สถานภาพสมรส เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.2 และสถานภาพหย่า มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.0

ตาราง 35 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานภาพด้านระดับการศึกษา

วัตถุประสงค์ ในการมาท่องเที่ยว ครั้งนี้	ต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอน ปลาย		มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ประกาศนียบัตร ปวช./ ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	เพื่อพักผ่อน	29	76.3	63	82.9	230	89.1	22	
เพื่อการศึกษา	5	13.2	3	3.9	8	3.1	3	10.7	
เพื่อการผจญภัย	1	2.6	5	6.6	14	5.4	3	10.7	
อื่นๆ	3	7.9	5	6.6	6	2.3	0	0.0	
รวม	38	100	76	100	258	100	28	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับ
สถานภาพด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.3 ระดับประกาศนียบัตร ปวช./ปวส. เดินทางมา
เพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.9 ระดับปริญญาตรี เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 89.1 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
78.6

ตาราง 36 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานภาพด้านอาชีพ

วัตถุประสงค์ ในการมาท่องเที่ยว ครั้งนี้	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		เกษตรกร/ รับจ้าง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อพักผ่อน	40	76.9	98	91.6	139	85.8	52	83.9	15	88.2	P = 0.007*
เพื่อการศึกษา	8	15.4	3	2.8	6	3.7	1	1.6	1	5.9	
เพื่อการผจญภัย	1	1.9	5	4.7	13	8.0	4	6.5	0	0.0	
อื่นๆ	3	5.8	1	0.9	4	2.5	5	8.1	1	5.9	
รวม	52	100	107	100	162	100	62	100	17	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับ
สถานภาพด้านอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.9 อาชีพพนักงานเอกชน เดินทางมาเพื่อพักผ่อน
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.6 นักเรียน/นักศึกษา เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
85.5 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.9 และอาชีพ
เกษตรกร/รับจ้าง เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.2

ตาราง 37 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา
ท่องเที่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วัตถุประสงค์ ในการมา ท่องเที่ยว ครั้งนี้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	เพื่อพักผ่อน	148	85.5	57	86.4	50	79.4	19	86.4	70	
เพื่อการศึกษา	8	4.6	3	4.5	4	6.3	2	9.1	2	2.6	
เพื่อการผจญภัย	10	5.8	5	7.6	7	11.1	0	0.0	1	1.3	
อื่น ๆ	7	4.0	1	1.5	2	3.2	1	4.5	3	3.9	
รวม	173	100	66	100	63	100	22	100	76	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.5 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.46 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.4 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.4 และรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.1

ตาราง 38 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง
มาท่องเที่ยวสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย

วัตถุประสงค์ ในการมา ท่องเที่ยว ครั้งนี้	ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาค ตะวันออก		ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ		ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพ)		กรุงเทพ		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพื่อพักผ่อน	78	85.7	30	76.9	20	90.9	30	73.2	50	87.7	136	90.7	P = 0.349
เพื่อการศึกษา	4	4.4	3	7.7	1	4.5	5	12.2	2	3.5	4	2.7	
เพื่อการมัจจุ ภัย	4	4.4	3	7.7	1	4.5	4	9.8	3	5.3	8	5.3	
อื่นๆ	5	5.5	3	7.7	0	0.0	2	4.9	2	3.5	2	1.3	
รวม	91	100	39	100	22	100	41	100	57	100	150	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับถิ่นที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่อยู่ภาคเหนือ เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.7 ภาคใต้ เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.9 ภาคตะวันออก เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.9 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.2 ภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพ) เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.7 และกรุงเทพ เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.7

ตาราง 39 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ กับสถานภาพด้านเพศ

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	118	74.7	164	67.8	P = 0.065
แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	21	13.3	24	9.9	
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	16	10.1	44	18.2	
อื่นๆ	3	1.9	10	4.1	
รวม	158	100	242	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมา
ท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายต้องการ
ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.7 และเพศหญิงต้องการ
ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.8

ตาราง 40 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านอายุ

ประเภทของแหล่ง ท่องเที่ยวที่ต้องการ เดินทางมาท่องเที่ยว	15 – 22 ปี		23 – 30 ปี		31 – 38 ปี		39 – 46 ปี		47 ปี ขึ้น ไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
แหล่งท่องเที่ยวตาม ธรรมชาติ	108	70.1	87	75.0	43	67.2	25	71.4	19	61.3	P = 0.892
แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้น	15	9.7	13	11.2	7	10.9	4	11.4	6	19.4	
แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	25	16.2	13	11.2	11	17.2	6	17.1	5	16.1	
อื่น ๆ	6	6.9	3	2.6	3	4.7	0	0.0	1	3.2	
รวม	154	100	116	100	64	100	35	100	31	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 พบว่า ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวไม่
ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุ 15 – 22 ปี ต้องการ
ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.1 อายุ 23-30 ปี ต้องการ
ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 อายุ 31- 38 ปี ต้องการ
ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 67.2 อายุ 39-46 ต้องการท่องเที่ยว
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 และ อายุ 47 ปีขึ้นไป ต้องการท่องเที่ยว
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.3

ตาราง 41 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านสถานภาพส่วนบุคคล

ประเภทของแหล่ง ท่องเที่ยวที่ต้องการ เดินทางมาท่องเที่ยว	โสด		สมรส		หย่า		แยกกันอยู่		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
แหล่งท่องเที่ยวตาม ธรรมชาติ	197	70.6	81	70.4	4	66.7	0	0.0	P = 0.535
แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้น	31	11.1	14	12.2	0	0.0	0	0.0	
แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	41	14.7	18	15.7	1	16.7	0	0.0	
อื่น ๆ	10	3.6	2	1.7	1	16.7	0	0.0	
รวม	279	100	115	100	6	100	0	0.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 พบว่า ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยสถานภาพโสดต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.6 สถานภาพสมรสต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.4 และสถานภาพหย่าต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตาราง 42 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านระดับ
การศึกษา

ประเภทของแหล่ง ท่องเที่ยวที่ต้องการ เดินทางมาท่องเที่ยว	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ดอนปลาย		มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ประกาศนียบัตร ปวช./ ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	แหล่งท่องเที่ยวตาม ธรรมชาติ	29	76.3	50	65.8	183	70.9	20	
แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้น	3	7.9	10	13.2	27	10.5	5	17.9	
แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	5	13.2	12	15.8	42	16.3	1	3.6	
อื่น ๆ	1	2.6	4	5.3	6	2.3	2	7.1	
รวม	38	100	76	100	258	100	28	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 พบว่า ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยาน
แห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05
โดยระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 76.3 ระดับประกาศนียบัตร ปวช./ปวส. ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตาม
ธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.8 ระดับปริญญาตรี ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตาม
ธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.9 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ต้องการท่องเที่ยวแหล่ง
ท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4

ตาราง 43 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านอาชีพ

ประเภทของแหล่ง ท่องเที่ยวที่ต้องการ เดินทางมา ท่องเที่ยว	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		เกษตรกร/รับจ้าง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
แหล่งท่องเที่ยวตาม ธรรมชาติ	32	61.5	75	70.1	116	71.6	52	83.9	7	41.2	P = 0.069
แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น	9	17.3	13	12.1	16	9.9	2	3.2	5	29.4	
แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	10	19.2	15	14.0	23	14.2	8	12.9	4	23.5	
อื่นๆ	1	1.9	4	3.7	7	4.3	0	0.0	1	5.9	
รวม	52	100	107	100	162	100	62	100	17	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 พบว่า ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยาน
แห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอาชีพรับ
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5
อาชีพพนักงานเอกชน ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
70.1 นักเรียน/นักศึกษา ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
71.6 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
83.9 และอาชีพเกษตรกร/รับจ้าง ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 41.2

ตาราง 44 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของแหล่ง ท่องเที่ยวที่ต้องการ เดินทางมาท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	แหล่งท่องเที่ยวตาม ธรรมชาติ	121	69.9	46	69.7	44	69.8	15	68.2	56	
แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น	21	12.1	4	6.1	6	9.5	5	22.7	9	11.8	
แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	26	15.0	11	16.7	11	17.5	2	9.1	10	13.2	
อื่นๆ	5	2.9	5	7.6	2	3.2	0	0.0	1	1.3	
รวม	173	100	66	100	63	100	22	100	76	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 พบว่า ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยาน
แห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ต่ำกว่า 10,000 บาท ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.9
รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 69.7 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.8 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว
ตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.2 และ รายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ต้องการ
ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.7

ตาราง 45 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่ อาศัย

ประเภทของ แหล่งท่องเที่ยวที่ ต้องการเดินทาง มาท่องเที่ยว	ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาค ตะวันออก		ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ		ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ)		กรุงเทพฯ		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ	65	71.4	29	74.4	11	50.0	23	56.1	37	64.9	117	
แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น	11	12.1	1	2.6	5	22.7	8	19.5	7	12.3	13	8.7	
แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต	12	13.2	9	23.1	5	22.7	10	24.4	8	14.0	16	10.7	
อื่น ๆ	3	3.3	0	0.0	1	4.5	0	0.0	5	8.8	4	2.7	
รวม	91	100	39	100	22	100	41	100	57	100	150	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 พบว่า ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่อยู่ภาคเหนือ ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 ภาคใต้ ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.4 ภาคตะวันออก ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.1 ภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพฯ) ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.9 และกรุงเทพฯ ต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.0

ตาราง 46 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว
บ่อยที่สุดกับสถานภาพด้านเพศ

ช่วงเวลาเดินทาง มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
วันธรรมดา	14	8.9	18	7.4	P = 0.536
วันหยุดสุดสัปดาห์	29	18.4	57	23.6	
วันลาพักผ่อนประจำปี	32	20.3	40	16.5	
ช่วงวันหยุดตามเทศกาล	83	52.5	127	52.5	
รวม	158	100	242	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 พบว่า ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเพศหญิง ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5

ตาราง 47 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว
บ่อยที่สุดกับสถานภาพด้านอายุ

ช่วงเวลาที่เดินทาง มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	15 – 22 ปี		23 – 30 ปี		31 – 38 ปี		39 – 46 ปี		47 ปี ขึ้น ไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	วันธรรมดา	10	6.5	12	10.3	6	9.4	2	5.7	2	
วันหยุดสุดสัปดาห์	41	26.6	18	15.5	12	18.8	6	17.1	9	29.0	
วันลาพักผ่อนประจำปี	20	13.0	19	16.4	12	18.8	13	37.1	8	25.8	
ช่วงวันหยุดตามเทศกาล	83	53.9	67	57.8	34	53.1	14	40	12	38.7	
รวม	154	100	116	100	64	100	35	100	31	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 พบว่า ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด ไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุ 15 – 22 ปี ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.9 อายุ 23-30 ปี ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 อายุ 31- 38 ปี ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.1 อายุ 39-46 ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 และอายุ 47 ปีขึ้นไป ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.7

ตาราง 48 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว
บ่อยที่สุดกับด้านสถานภาพส่วนบุคคล

ช่วงเวลาที่เดินทาง มาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	โสด		สมรส		หย่า		แยกกันอยู่		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
วันธรรมดา	23	8.2	9	7.8	0	0.0	0.0	0.0	P = 0.987
วันหยุดสุดสัปดาห์	59	21.1	25	21.7	2	33.3	0.0	0.0	
วันลาพักผ่อนประจำปี	51	18.3	20	17.4	1	16.7	0.0	0.0	
ช่วงวันหยุดตามเทศกาล	146	52.3	61	53.0	3	50.0	0.0	0.0	
รวม	279	100	115	100	6	100	0.0	0.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 พบว่า ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดไม่ขึ้นอยู่กับด้าน
สถานภาพส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยสถานภาพโสดใช้ช่วงวันหยุดตาม
เทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.3 สถานภาพสมรส ใช้ช่วงวันหยุด
ตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 และสถานภาพหย่า ใช้ช่วง
วันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 49 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดกับสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย		มัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรปวช./ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าระดับปริญญาตรี		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	วันธรรมดา	3	7.9	7	9.2	21	8.1	1	
วันหยุดสุดสัปดาห์	6	15.8	9	11.8	65	25.2	6	21.4	
วันลาพักผ่อนประจำปี	9	23.7	8	10.5	51	19.8	4	14.3	
ช่วงวันหยุดตามเทศกาล	20	52.6	52	68.4	121	46.9	17	60.7	
รวม	38	100	76	100	258	100	28	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 พบว่า ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดไม่ขึ้นอยู่กับด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดย ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 ระดับประกาศนียบัตร ปวช./ปวส. ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 68.4 ระดับปริญญาตรี ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.9 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.7

ตาราง 50 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว
บ่อยที่สุดกับสถานภาพด้านอาชีพ

ช่วงเวลาที่ใช้เดินทาง มาท่องเที่ยว บ่อยที่สุด	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		เกษตรกรรวม/ รับจ้าง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
วันธรรมดา	3	5.8	7	6.5	13	8.0	7	11.3	2	11.8	P = 0.026*
วันหยุดสุดสัปดาห์	15	28.8	13	12.1	44	27.2	11	17.7	3	17.6	
วันลาพักผ่อน ประจำปี	10	19.2	31	29.0	18	11.1	9	14.5	4	23.5	
ช่วงวันหยุดตาม เทศกาล	24	46.2	56	52.3	87	53.7	35	56.5	8	47.1	
รวม	52	100	107	100	162	100	62	100	17	100	

จากตาราง 50 พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดในขึ้นอยู่กับด้านอาชีพ
อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาล
ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.28 อาชีพพนักงานเอกชน ใช้ช่วงวันหยุด
ตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.3 นักเรียน/นักศึกษา ใช้ช่วง
วันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.7 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 และอาชีพ
เกษตรกรรวม/รับจ้าง ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
47.1

ตาราง 51 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว บ่อยที่สุดกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลา ที่เดินทาง มาท่องเที่ยวบ่อย ที่สุด	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	วันธรรมดา	14	8.1	3	4.5	2	3.2	3	13.6	10	
วันหยุดสุดสัปดาห์	42	24.3	14	21.2	12	19.0	4	18.2	14	18.4	
วันลาพักผ่อน ประจำปี	25	14.5	11	16.7	12	19.0	2	9.1	22	28.9	
ช่วงวันหยุดตาม เทศกาล	92	53.2	38	57.6	37	58.7	13	59.1	30	39.5	
รวม	173	100	66	100	63	100	22	100	76	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 พบว่า ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดไม่ขึ้นอยู่กับด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.2 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.6 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.1 และ รายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.5

ตาราง 52 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว
บ่อยที่สุดกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย

ช่วงเวลา ที่เดินทาง มาท่องเที่ยว บ่อยที่สุด	ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาค ตะวันออก		ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ)		กรุงเทพฯ		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	วันธรรมดา	6	6.6	0.0	0.0	1	4.5	5	12.2	2	3.5	18	
วันหยุดสุด สัปดาห์	26	28.6	5	12.8	7	31.8	7	17.1	11	19.3	30	20	
วันลาพักผ่อน ประจำปี	16	17.6	11	28.2	2	9.1	8	19.5	8	14.0	27	18	
ช่วงวันหยุดตาม เทศกาล	43	47.3	23	59.0	12	54.5	21	51.2	36	63.2	75	50	
รวม	91	100	39	100	22	100	41	100	57	100	150	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 พบว่า ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุดไม่ขึ้นอยู่กับด้านถิ่นที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่อยู่ภาคเหนือ ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3 ภาคใต้ ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.0 ภาคตะวันออก ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.2 ภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพฯ) ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.2 และกรุงเทพฯ ใช้ช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.0

ตาราง 53 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยว
มาพักกับสถานภาพด้านเพศ

สถานที่พักแรม ที่นักท่องเที่ยวมาพัก	เพศชาย		เพศหญิง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บังกะไล	22	13.9	39	16.1	P = 0.089
บ้านพัก	76	48.1	137	56.6	
เต็นท์	28	17.7	27	9.9	
อื่น ๆ	32	20.3	42	17.4	
รวม	158	100	242	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 พบว่า สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพักในการเดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย
ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 และเพศหญิงใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรม
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.6

ตาราง 54 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยว
มาพักกับสถานภาพด้านอายุ

สถานที่ พักแรมที่ นักท่องเที่ยว มาพัก	15 – 22 ปี		23 – 30 ปี		31 – 38 ปี		39 – 46 ปี		47 ปี ขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	บังกะโล	24	15.6	22	19.0	7	10.9	5	14.3	3	
บ้านพัก	84	54.5	59	50.9	33	51.6	18	51.4	19	61.3	
เต็นท์	25	16.2	15	12.9	6	9.4	4	11.4	2	6.5	
อื่น ๆ	21	13.6	20	17.2	18	28.1	8	22.9	7	22.6	
รวม	154	100	116	100	64	100	35	100	31	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 พบว่า สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพักในการเดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุ 15 –
22 ปี ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 อายุ 23-30 ปี ใช้บ้านพักเป็น
สถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.9 อายุ 31- 38 ปี ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมาก
ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.6 อายุ 39-46 ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.4
และ อายุ 47 ปีขึ้นไป ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.3

ตาราง 55 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยว
มาพักกับด้านสถานภาพส่วนบุคคล

สถานที่พักแรมที่ นักท่องเที่ยวมาพัก	โสด		สมรส		หย่า		แยกกันอยู่		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บังกะโล	41	14.7	18	15.7	2	33.3	0	0.0	P = 0.370
บ้านพัก	148	53.0	63	54.8	2	33.3	0	0.0	
เต็นท์	42	15.1	10	8.7	0	0.0	0	0.0	
อื่น ๆ	48	17.2	24	20.9	2	33.3	0	0.0	
รวม	279	100	115	100	6	100	0	0.0	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 พบว่า สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพักในการเดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดย
สถานภาพโสด ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 สถานภาพสมรส ใช้บ้านพัก
เป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.8 และสถานภาพหย่า ใช้บ้านพัก บังกะโล และ
อื่น ๆ เป็นสถานที่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 33.0

ตาราง 56 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยว
มาพักกับสถานภาพด้านระดับการศึกษา

สถานที่พักแรม ที่นักท่องเที่ยว มาพัก	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา		มัธยมศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี		Pearson Chi-square
	ตอนปลาย		ตอนปลาย/ ประกาศนียบัตร ปวช./ปวส.						
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บังกะโล	5	13.2	11	14.5	40	15.5	5	17.9	P = 0.760
บ้านพัก	22	57.9	45	59.2	132	51.2	14	50.0	
เต็นท์	3	7.9	12	15.8	34	13.2	3	10.7	
อื่น ๆ	8	21.1	8	10.5	52	20.2	6	21.4	
รวม	38	100	76	100	258	100	28	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 พบว่า สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพักในการเดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05
โดยระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
57.9 ระดับประกาศนียบัตร ปวช./ปวส. ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
59.2 ระดับปริญญาตรี ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.2 และสูงกว่า
ระดับปริญญาตรี ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 57 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่พักผ่อนที่นักท่องเที่ยว
มาพักกับสถานภาพด้านอาชีพ

สถานที่พักผ่อน ที่นักท่องเที่ยว มาพัก	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน เอกชน		นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย		เกษตรกรรวม/ รับจ้าง		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บังกะโล	9	17.3	13	12.1	30	18.5	8	12.9	1	5.9	P = 0.106
บ้านพัก	28	53.8	50	46.7	85	52.5	37	59.7	13	76.5	
เต็นท์	3	5.8	19	17.8	25	15.4	4	6.5	1	5.9	
อื่น ๆ	12	23.1	25	23.4	22	13.6	13	21.0	2	11.8	
รวม	52	100	107	100	162	100	62	100	17	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 พบว่า สถานที่พักผ่อนที่นักท่องเที่ยวพักในการเดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยอาชีพ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 อาชีพพนักงาน
เอกชน ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 นักเรียน/นักศึกษา ใช้บ้านพัก
เป็นสถานที่พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พัก
ผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.7 และอาชีพเกษตรกรรวม/รับจ้าง ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักผ่อน
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.5

ตาราง 58 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยว
มาพักกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานที่พักแรม ที่นักท่องเที่ยว มาพัก	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บังกละ	25	14.5	6	9.1	13	20.6	4	18.2	13	17.1	P = 0.272
บ้านพัก	99	57.2	32	48.5	35	55.6	9	40.9	38	50.0	
เดินท์	25	14.5	12	18.2	4	6.3	4	18.2	7	9.2	
อื่นๆ	24	13.9	16	24.2	11	17.5	5	22.7	18	23.7	
รวม	173	100	66	100	63	100	22	100	76	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 พบว่า สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพักในการเดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มี
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
57.2 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
48.5 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6
รายได้ 20,001 – 25,000 บาท ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.9 และ
รายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 59 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่พักผ่อนที่นักท่องเที่ยวมาพักกับสถานภาพด้านถิ่นที่อยู่อาศัย

สถานที่พักผ่อนที่นักท่องเที่ยวมาพัก	ภาคเหนือ		ภาคใต้		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันออก		ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ)		กรุงเทพฯ		Pearson chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บังกะโล	7	7.7	6	15.4	6	27.3	7	17.1	8	14.0	27	18.0	P = 0.216
บ้านพัก	55	60.4	17	43.6	7	31.8	25	61.0	31	54.4	78	52.0	
เต็นท์	14	15.4	9	23.1	5	22.7	3	7.3	7	12.3	14	9.3	
อื่นๆ	15	16.5	7	17.9	4	18.2	6	14.6	11	19.3	31	20.7	
รวม	91	100	39	100	22	100	41	100	57	100	150	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 พบว่า สถานที่พักผ่อนที่นักท่องเที่ยวพักในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติไม่ขึ้นอยู่กับถิ่นที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่อยู่ภาคเหนือ ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.4 ภาคใต้ ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.8 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.0 ภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพฯ) ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.4 และ กรุงเทพฯ ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไควสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

ตาราง 60 แสดงค่าร้อยละและค่าไควสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ	ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว								Pearson Chi-square
	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	2	1.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.130
น้อย	1	11.1	14	7.1	5	2.9	0	0.0	
ปานกลาง	1	11.1	74	37.4	84	49.1	8	36.4	
มาก	5	55.6	85	42.9	71	41.5	12	54.5	
มากที่สุด	2	22.2	23	11.6	11	6.4	2	9.1	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.1 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5

ตาราง 61 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความ สะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

ความสะอาดของ แหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการเช่า รถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	0.4	0	0.0	0	0.0	1	2.4	0	0.0	P = 0.047*
น้อย	11	4.5	4	8.7	4	8.7	1	2.4	0	0.0	
ปานกลาง	96	38.9	19	41.3	27	58.7	21	51.2	4	20.0	
มาก	111	44.9	22	47.8	11	23.9	15	36.6	14	70.0	
มากที่สุด	28	11.3	1	2.2	4	8.7	3	7.3	2	10.0	
รวม	247	100	46	100	41	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 61 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของ แหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ สถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิด เป็นร้อยละ 44.9 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.2 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.0

ตาราง 62 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกา
 ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ
 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง
 ท่องเที่ยว

ความสะอาดของ แหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ	วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว								Pearson Chi- square
	เพื่อการ พักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	2	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.392
น้อย	18	5.2	1	5.3	1	4.3	0	0.0	
ปานกลาง	148	43.0	5	26.3	8	34.8	6	42.9	
มาก	150	43.6	9	47.4	9	39.1	5	35.7	
มากที่สุด	26	7.6	4	21.1	5	21.7	3	21.4	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 62 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของ
 แหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ
 ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิด
 เป็นร้อยละ 43.6 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
 47.4เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1 และ
 อื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.9

ตาราง 63 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว

ความสะอาดของ แหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป								Pearson Chi- square
	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.	2	3.3	0	0.0	P = 0.274
น้อย	14	5.0	2	4.4	3	5.0	1	7.7	
ปานกลาง	120	42.6	16	35.6	25	41.7	6	46.2	
มาก	123	43.6	23	51.1	23	38.3	4	30.8	
มากที่สุด	25	8.9	4	8.9	7	11.7	2	15.4	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 63 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของ แหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญ ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.6 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.1เดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 41.7 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2

ตาราง 64 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ	ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว								Pearson Chi- square
	วันธรรมดา		วันหยุดสุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อนประจำปี		วันหยุดตามเทศกาล		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	1	1.4	1	0.5	P = 0.308
น้อย	5	15.6	6	7.0	2	2.8	7	3.3	
ปานกลาง	12	37.5	38	44.2	33	45.8	84	40.0	
มาก	13	40.6	33	38.4	29	40.3	98	46.7	
มากที่สุด	2	6.3	9	10.5	7	9.7	20	9.5	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 64 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.6 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.8 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7

ตาราง 65 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ	สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก								Pearson Chi- square
	บังกะโล		บ้านพัก		เต็นท์		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	2.7	P = 0.339
น้อย	3	4.9	11	5.2	2	3.8	4	5.4	
ปานกลาง	27	44.3	91	42.7	17	32.7	32	43.2	
มาก	24	39.3	92	43.2	29	55.8	28	37.8	
มากที่สุด	7	11.5	19	8.9	4	7.7	8	10.8	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 65 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.36 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.2 พักเต็นท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.8 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.8

ตาราง 66 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกา
 รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับ
 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่ง
 ท่องเที่ยว ด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

ความสวยงามของ แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว						สถานศึกษาจัด ทัศนศึกษา	Pearson Chi - square
	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	P = 0.845
น้อย	0	0.0	0	0.0	1	0.6	0	
ปานกลาง	1	11.1	18	9.1	12	7.0	2	
มาก	4	44.4	97	49.0	99	57.9	11	
มากที่สุด	4	44.4	83	41.9	59	34.5	9	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 66 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของแหล่ง
 ท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ
 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4
 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.0 เดินทางมา
 กับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 และเดินทางมากับ
 สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 67 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความสวยงาม ของแหล่ง ท่องเที่ยว	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการเช่า รถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.048*
น้อย	0	0.0	1	2.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	20	8.1	5	10.9	1	2.2	6	14.6	1	5.0	
มาก	128	51.8	24	52.2	29	63.0	24	58.5	6	30.0	
มากที่สุด	99	40.1	16	34.8	16	34.8	11	26.8	13	65.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 67 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.8 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.0

ตาราง 68 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว

ความสวยงามของ แหล่งท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว								Pearson Chi- square
	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการ ผจญภัย		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.652
น้อย	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	31	9.0	0	0.0	1	4.3	1	7.1	
มาก	184	53.5	11	57.9	12	52.2	4	28.6	
มากที่สุด	128	37.2	8	42.1	10	43.5	9	64.3	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 68 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของ แหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 53.5 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.3

ตาราง 69 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความสวยงาม ของแหล่ง ท่องเที่ยว	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป								Pearson Chi- square
	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมและ วิถีชีวิต		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.548
น้อย	1	0.4	0	0.0	0	0.00	0	0.0	
ปานกลาง	20	7.1	6	13.3	4	6.7	3	23.1	
มาก	151	53.5	25	55.6	29	48.3	6	46.2	
มากที่สุด	110	39.0	14	31.1	27	45.0	4	30.8	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 69 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.5 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.3 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2

ตาราง 70 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	วันธรรมดา		วันหยุดสุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อนประจำปี		วันหยุดตามเทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
น้อย	0	0.0	1	1.2	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	2	6.3	7	8.1	10	13.9	14	6.7	
มาก	17	53.1	47	54.7	33	45.8	114	54.3	
มากที่สุด	13	40.6	31	36.0	29	40.3	82	39.0	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 70 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.1 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.7 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.8 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3

ตาราง 71 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	บึงกะโล		บ้านพัก		เต็นท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.965
น้อย	0	0.0	1	0.5	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	7	11.5	16	7.5	4	7.7	6	8.1	
มาก	28	45.9	117	54.9	27	51.9	39	52.7	
มากที่สุด	26	42.6	79	37.1	21	40.4	29	39.2	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 71 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบึงกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 45.9 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.9 พักเต็นท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.7

ตาราง 72 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว

ความหลากหลาย ของแหล่ง ท่องเที่ยว	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.464
น้อย	0	0.0	2	1.0	4	2.3	0	0.0	
ปานกลาง	0	0.0	35	17.7	36	21.1	6	27.3	
มาก	7	77.8	103	52.0	95	55.6	12	54.5	
มากที่สุด	2	22.2	58	29.3	36	21.1	4	18.2	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 72 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.8 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.0 เดินทางมากับเพื่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 และเดินทางมา กับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5

ตาราง 73 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความหลากหลาย ของแหล่ง ท่องเที่ยว	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการเช่า รถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.479
น้อย	4	1.6	1	2.2	1	2.2	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	40	16.2	15	32.6	7	15.2	11	26.8	4	20.0	
มาก	136	55.1	21	45.7	27	58.7	20	48.8	13	65.0	
มากที่สุด	67	27.1	9	19.6	11	23.9	10	24.4	3	15.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 73 พบว่าลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.1 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.0

ตาราง 74 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพ
ของแหล่งท่องเที่ยว

ความ หลากหลายของ แหล่งท่องเที่ยว	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P =0.415
น้อย	4	1.1	0	0.0	1	4.3	1	7.1	
ปานกลาง	70	20.3	4	21.1	3	13.0	0	0.0	
มาก	187	54.4	10	52.6	12	52.2	8	57.1	
มากที่สุด	83	24.1	5	26.3	7	30.4	5	35.7	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 74 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความหลากหลาย
ของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่
ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อย
ละ 54.4 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6
เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 และอื่น ๆ
มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1

ตาราง 75 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความหลากหลาย ของแหล่ง ท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
น้อย	5	1.5	0	0.0	0	0.0	1	7.7	
ปานกลาง	50	17.7	7	15.6	18	30.0	2	15.4	
มาก	162	57.4	26	57.8	22	36.7	7	53.8	
มากที่สุด	65	23.0	12	26.7	20	33.3	3	23.1	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 75 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.4 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8

ตาราง 76 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความหลากหลาย ของแหล่ง ท่องเที่ยว	วันธรรมดา		วันหยุดสุด สัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.108
น้อย	1	3.1	0	0.0	3	4.2	2	1.0	
ปานกลาง	8	25.0	24	27.9	14	19.4	31	14.8	
มาก	18	56.3	43	50.0	37	51.4	119	56.7	
มากที่สุด	5	15.6	19	22.1	18	25.0	58	27.6	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 76 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.4 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.7

ตาราง 77 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว

ความหลากหลาย ของแหล่ง ท่องเที่ยว	บังกะโล		บ้านพัก		เดินท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.619
น้อย	0	0.0	4	1.9	1	1.9	1	1.4	
ปานกลาง	9	14.8	40	18.8	15	28.8	13	17.6	
มาก	37	60.7	117	54.9	26	50.0	37	50.0	
มากที่สุด	15	24.6	52	24.4	10	19.2	23	31.1	
รวม	61	100	123	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 77 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของ แหล่งท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 60.7 ที่พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.9 ที่พักเดินท์ มีความพึงพอใจ ในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 78 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติ	เดินทางลำพัง		มากับ ครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
น้อย	0	0.0	2	1.0	3	1.8	0	0.0	
ปานกลาง	2	22.2	20	10.1	22	12.9	6	27.3	
มาก	6	66.7	104	52.5	95	55.6	12	54.5	
มากที่สุด	1	11.1	72	35.9	51	29.8	4	18.2	
รวม	9	100	199	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 78 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ขึ้นอยู่กับการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5

ตาราง 79 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว

ความสมบูรณ์ ของทรัพยากร ธรรมชาติ	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการเช่า รถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.598
น้อย	4	1.6	0	0.0	0	0.0	1	2.4	0	0.0	
ปานกลาง	28	11.3	7	15.2	6	13.0	9	22.0	0	0.0	
มาก	128	51.8	30	65.2	26	56.5	20	48.8	13	65.0	
มากที่สุด	87	34.8	9	19.6	14	30.4	11	26.8	7	35.0	
รวม	248	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 79 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 51.8 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.2 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 และ อื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.0

ตาราง 80 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว

ความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติ	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.987
น้อย	5	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	43	12.5	4	21.1	2	8.7	1	7.1	
มาก	184	53.5	11	57.9	14	60.9	8	57.1	
มากที่สุด	112	32.3	4	21.1	7	30.4	5	35.7	
รวม	345	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 80 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.5 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9เดินทาง มาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 และอื่น ๆ มีความ พึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1

ตาราง 81 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว

ความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
น้อย	3	1.1	1	2.2	1	1.7	0	0.0	
ปานกลาง	33	11.7	11	21.4	4	6.7	2	15.4	
มาก	154	54.6	23	51.1	35	58.3	5	38.5	
มากที่สุด	93	32.6	9	20.0	20	33.3	6	46.2	
รวม	283	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 81 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความ พึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.6 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.1 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่ง ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.3 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตาราง 82 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติ	วันธรรมดา		วันหยุด สุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
น้อย	1	3.1	0	0.0	2	2.8	2	1.0	
ปานกลาง	7	21.9	15	17.4	8	11.1	20	9.5	
มาก	14	43.8	49	57.0	35	48.6	119	56.7	
มากที่สุด	11	31.3	21	24.4	27	37.5	69	32.9	
รวม	33	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 82 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.0 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.7

ตาราง 83 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว

ความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติ	บึงกะโล		บ้านพัก		เต็นท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.461
น้อย	0	0.0	5	2.3	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	6	9.8	28	13.1	8	15.4	8	10.8	
มาก	30	49.2	114	53.5	25	48.1	48	64.9	
มากที่สุด	25	41.0	66	30.5	19	36.5	18	24.3	
รวม	61	100	214	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 83 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรธรรมชาติไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบึงกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.2 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.5 พักเต็นท์ มีความพึงพอใจ ในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.9

ตาราง 84 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความสุภาพของ เจ้าหน้าที่	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.086
น้อย	0	0.0	0	0.0	2	1.2	1	4.5	
ปานกลาง	3	33.3	58	29.3	62	36.3	6	27.3	
มาก	3	33.3	116	58.6	82	48.0	14	63.6	
มากที่สุด	3	33.3	24	12.1	25	14.6	1	4.5	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 84 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสุภาพของเจ้าหน้าที่ ไม่ขึ้นอยู่กับการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.6 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6

ตาราง 85 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความสุภาพ ของเจ้าหน้าที่	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi - square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการ เช่ารถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.598
น้อย	2	0.8	0	0.0	0	0.0	1	2.4	0	0.0	
ปานกลาง	76	30.8	18	39.1	14	30.4	17	41.5	2	20.0	
มาก	132	53.4	25	54.3	27	58.7	17	41.5	14	70.0	
มากที่สุด	37	15.0	3	6.5	5	10.9	6	14.6	2	10.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 85 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสุภาพของเจ้าหน้าที่ไม่ขึ้นอยู่กับการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.4 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.0

ตาราง 86 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความสุภาพ ของเจ้าหน้าที่	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P =0.192
น้อย	2	0.6	0	0.0	0	0.0	1	7.1	
ปานกลาง	111	32.3	8	42.1	8	34.8	2	14.3	
มาก	183	53.2	9	47.4	14	60.9	9	64.3	
มากที่สุด	48	14.0	2	10.5	1	4.3	2	14.3	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 86 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสุภาพของเจ้าหน้าที่ไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.2 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.3

ตาราง 87 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความสุภาพของเจ้าหน้าที่	แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
น้อย	1	0.4	1	2.2	1	1.7	0	0.0	
ปานกลาง	92	32.6	15	33.3	15	25.0	7	53.8	
มาก	151	53.5	23	51.1	36	60.0	5	38.5	
มากที่สุด	38	13.5	6	13.3	8	13.3	1	7.7	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 87 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสุภาพของเจ้าหน้าที่ ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.2 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.3

ตาราง 88 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความสุภาพของ เจ้าหน้าที่	วันธรรมดา		วันหยุด สุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P =0.815
น้อย	1	3.1	0	0.0	1	1.4	1	0.5	
ปานกลาง	12	37.5	27	31.4	24	33.3	66	31.4	
มาก	16	50.0	49	57.0	38	52.8	112	53.3	
มากที่สุด	3	9.4	10	11.6	9	12.5	31	14.8	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 88 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสุภาพของเจ้าหน้าที่ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.0 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.8 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3

ตาราง 89 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความสุภาพของ เจ้าหน้าที่	บังกะโล		บ้านพัก		เดินท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.272
น้อย	0	0.0	3	1.4	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	18	29.5	77	36.2	13	25.0	21	28.4	
มาก	37	60.7	107	50.2	27	51.9	44	59.5	
มากที่สุด	6	9.8	26	12.2	12	23.1	9	12.2	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 89 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 60.7 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.2 พักเดินท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.5

ตาราง 90 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

มนุษยสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษาจัด ทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	11.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.00*
น้อย	0	0.0	3	1.5	2	1.2	0	0.0	
ปานกลาง	3	33.3	58	29.3	55	32.2	8	36.4	
มาก	2	22.2	113	57.1	91	53.2	12	54.5	
มากที่สุด	3	33.3	24	12.1	23	13.5	2	9.1	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 90 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.2 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5

ตาราง 91 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

มนุษยสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการเช่า รถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	1	2.2	0	0.0	0	0.0	P = 0.531
น้อย	3	1.2	1	2.2	0	0.0	1	2.4	0	0.0	
ปานกลาง	75	30.4	17	37.0	13	28.3	15	36.6	4	20.0	
มาก	134	54.3	23	50.0	29	63.0	19	46.3	13	65.0	
มากที่สุด	35	14.2	5	10.9	3	6.5	6	14.6	3	15.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 91 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.3 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.0

ตาราง 92 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

มนุษย์สัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	1	5.3	0	0.0	0	0.0	P = 001*
น้อย	5	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	107	31.1	5	26.3	8	34.8	4	28.6	
มาก	189	54.9	11	57.9	14	60.9	4	28.6	
มากที่สุด	43	12.5	2	10.5	1	4.3	6	42.9	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 92 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านมนุษย์สัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.9 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 93 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

มนุษย์สัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่	แหล่ง ท่องเที่ยวตาม ธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	1	2.2	0	0.0	0	
น้อย	3	1.1	0	0.0	2	3.3	0	0.0	
ปานกลาง	85	30.1	16	35.6	15	25.0	8	61.5	
มาก	154	54.6	26	57.8	33	55.0	5	38.5	
มากที่สุด	40	14.2	2	4.4	10	16.7	0	0.0	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 93 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านมนุษย์สัมพันธ์ของ
เจ้าหน้าที่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05
โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจใน
ระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.6 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น
มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว
ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 และอื่น ๆ
มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5

ตาราง 94 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

มนุษยสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่	วันธรรมดา		วันหยุด สุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	3.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P =0.199
น้อย	1	3.1	0	0.0	1	1.4	3	1.4	
ปานกลาง	11	34.4	30	34.9	22	30.6	61	29.0	
มาก	15	46.9	45	52.3	42	58.3	116	55.2	
มากที่สุด	4	12.5	11	12.8	7	9.7	30	14.3	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 94 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.9 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.3 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.3 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.2

ตาราง 95 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

มนุษย์สัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่	บังกะโล		บ้านพัก		เดินท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.4	P = 0.813
น้อย	1	1.6	3	1.4	0	0.0	1	1.4	
ปานกลาง	19	31.1	71	33.3	13	25.0	21	28.4	
มาก	33	54.1	110	51.6	32	61.5	43	58.1	
มากที่สุด	8	13.1	29	13.6	7	13.5	8	10.8	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 95 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านมนุษย์สัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.1 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.6 พักเดินท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.1

ตาราง 96 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

การเอาใจใส่ และ ให้ความช่วยเหลือ	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	11.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.00*
น้อย	0	0.0	3	1.5	2	1.2	0	0.0	
ปานกลาง	3	33.3	62	31.3	59	34.5	10	45.5	
มาก	4	44.4	105	53.0	87	50.9	10	45.5	
มากที่สุด	1	11.1	28	14.1	23	13.5	2	9.1	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 96 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 เดินทางมากับเพื่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.9 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมาก คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตาราง 97 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

การเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือ	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi-square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสารประจำทาง		บริการเช่ารถตู้		รถบริษัทนำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	1	2.2	0	0.0	0	0.0	P = 0.156
น้อย	3	1.2	2	4.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	82	33.2	18	39.1	13	28.3	18	43.9	3	15.0	
มาก	126	51.0	55	47.8	28	60.9	17	41.5	13	65.0	
มากที่สุด	36	14.6	4	8.7	4	8.7	6	14.6	4	20.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 97 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.0 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.0

ตาราง 98 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

การเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือ	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	1	5.3	0	0.0	0	0.0	P =0.004*
น้อย	5	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	118	34.3	6	31.6	8	34.8	2	14.3	
มาก	177	51.5	11	57.9	11	47.8	7	50.0	
มากที่สุด	44	12.8	1	5.3	4	17.4	5	35.7	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 98 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.5 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 99 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

การเอาใจใส่ และ ให้ความช่วยเหลือ	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	1	2.2	0	0.0	0	
น้อย	3	1.1	1	2.2	1	1.7	0	0.0	
ปานกลาง	93	33.0	13	28.9	22	36.7	6	46.2	
มาก	147	52.1	26	57.8	26	43.3	7	53.8	
มากที่สุด	39	13.8	4	8.9	11	18.3	0	0.0	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 99 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.1 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8

ตาราง 100 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

การเอาใจใส่ และให้ความ ช่วยเหลือ	วันธรรมดา		วันหยุดสุด สัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	31.	0	0.0	0	0.0	0	
น้อย	1	3.1	1	1.2	2	2.8	1	0.5	
ปานกลาง	10	31.3	31	36.0	23	31.9	70	33.3	
มาก	17	53.1	44	51.2	40	55.6	105	50.0	
มากที่สุด	3	9.4	10	11.6	7	9.7	34	16.2	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 100 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือ ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.1 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.2 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 101 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

การเอาใจใส่ และ ให้ความช่วยเหลือ	บังกะโล		บ้านพัก		เดินท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.4
น้อย	2	3.3	3	1.4	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	18	29.5	78	36.6	13	25.0	25	33.8	
มาก	32	52.5	107	50.2	29	55.8	38	51.4	
มากที่สุด	9	14.8	25	11.7	10	19.2	10	13.5	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 101 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเอาใจใส่และ
ให้ความช่วยเหลือ ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ
0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 52.5
พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.2 พักเดินท์ มีความพึงพอใจ
ในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.8 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 51.4

ตาราง 102 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความรู้และ ความสามารถในการ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	1	0.6	0	0.0	P =0.996
น้อย	0	0.0	5	2.5	5	2.9	1	4.5	
ปานกลาง	3	33.3	71	35.9	61	35.7	10	45.5	
มาก	5	55.6	99	50.0	85	49.7	9	40.9	
มากที่สุด	1	11.1	23	11.6	19	11.1	2	9.1	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 102 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความรู้และ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทาง มาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจใน ระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 49.7 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มาก ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตาราง 103 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความรู้และความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสารประจำทาง		บริการเช่ารถตู้		รถบริษัทนำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	1	2.2	0	0.0	0	0.0	P = 0.019*
น้อย	5	2.0	5	10.9	0	0.0	1	2.4	0	0.0	
ปานกลาง	88	35.6	20	43.5	14	30.4	18	43.9	5	25.0	
มาก	126	51.0	18	39.1	27	58.7	15	36.6	12	60.0	
มากที่สุด	28	11.3	3	6.5	4	8.7	7	17.1	3	15.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 103 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.0 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0

ตาราง 104 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความรู้และ ความสามารถใน การให้ข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยว	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	0.3	0	0.0	1	0.6	0	
น้อย	10	2.9	0	0.0	1	4.3	0	0.0	
ปานกลาง	127	36.9	8	42.1	7	30.4	3	21.4	
มาก	173	50.3	8	42.1	11	47.8	6	42.9	
มากที่สุด	33	9.6	3	15.8	4	17.4	5	35.7	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 104 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ไม่ขึ้นอยู่กั้ววัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 105 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความรู้และ ความสามารถใน การให้ข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square P = 0.767
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	0.4	0	0.0	0	0.0	0	
น้อย	6	2.1	2	4.4	3	5.0	0	0.0	
ปานกลาง	104	36.9	14	31.1	20	33.3	7	53.8	
มาก	140	49.6	25	55.6	27	45.0	6	46.2	
มากที่สุด	31	11.0	4	8.9	10	16.7	0	0.0	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 105 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความรู้และ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.6 เดินทาง ไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อย ละ 53.8

ตาราง 106 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความรู้และ ความสามารถใน การให้ข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยว	วันธรรมดา		วันหยุด สุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	1	1.4	0	0.0	P = 0.445
น้อย	2	6.3	2	2.3	4	5.6	3	1.4	
ปานกลาง	9	28	33	38.4	24	33.3	79	37.6	
มาก	18	56.3	42	48.8	37	51.4	101	48.1	
มากที่สุด	3	9.4	9	10.5	6	8.3	27	15.9	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 106 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความรู้และ
ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว
อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามี
ความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุด
สัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลา
พักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.4 และเดินทางไป
ท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1

ตาราง 107 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ความรู้และ ความสามารถ ในการให้ข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยว	บังกะโล		บ้านพัก		เดิมนท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.4	P = 0.712
น้อย	1	1.6	7	3.3	0	0.0	3	4.1	
ปานกลาง	21	34.4	77	36.2	19	36.5	28	37.8	
มาก	34	55.7	105	49.3	25	48.1	34	45.9	
มากที่สุด	5	8.2	24	11.3	8	15.4	8	10.8	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 107 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความรู้และ
ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยว
พัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับ
มาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 55.7 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 49.3 พักเดิมนท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 และอื่น ๆ มี
ความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.9

ตาราง 108 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความสะดวก - รวดเร็ว	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	11.1	0	0.0	1	0.6	0	0.0	P =0.001*
น้อย	1	11.1	6	3.0	3	1.8	0	0.0	
ปานกลาง	2	22.2	74	37.4	79	46.2	8	36.4	
มาก	4	44.4	89	44.9	70	40.9	14	63.6	
มากที่สุด	1	11.1	29	14.6	18	10.5	0	0.0	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 108 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวก - รวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.9 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6

ตาราง 109 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความสะดวก - รวดเร็ว	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสารประจำทาง		บริการเช่ารถตู้		รถบริษัทนำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	2	4.3	0	0.0	0	0.0	P = 0.029*
น้อย	7	2.8	1	2.2	2	4.3	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	109	44.1	17	37.0	17	37.0	17	41.5	3	15.0	
มาก	99	40.1	23	50.0	21	45.7	19	46.3	15	75.0	
มากที่สุด	32	13.0	5	10.9	4	8.7	5	12.2	2	10.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 109 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.1 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.3 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0

ตาราง 110 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความสะดวก - รวดเร็ว	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญ ภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	0.3	1	5.3	0	0.0	0	
น้อย	10	2.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	143	41.6	8	42.1	8	34.8	4	28.6	
มาก	150	43.6	8	42.1	14	60.9	5	35.7	
มากที่สุด	40	11.6	2	10.5	1	4.3	5	35.7	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 110 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวก-รวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.6 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมาก คิดเป็นร้อยละ 42.1 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.7

ตาราง 111 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความสะดวก - รวดเร็ว	แหล่ง ท่องเที่ยวตาม ธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	0.4	1	2.2	0	0.0	0	
น้อย	8	2.8	1	2.2	1	1.7	0	0.0	
ปานกลาง	117	41.5	17	37.8	23	38.3	6	46.2	
มาก	123	43.6	22	48.9	25	41.7	7	53.8	
มากที่สุด	33	11.7	4	8.9	11	18.3	0	0.0	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 111 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวก-รวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.6 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.9 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8

ตาราง 112 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความสะดวก - รวดเร็ว	วันธรรมดา		วันหยุด สุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	3.1	0	0.0	1	1.4	0	0.0	P =0.059
น้อย	3	9.4	2	2.3	1	1.4	4	1.9	
ปานกลาง	15	46.9	33	38.4	35	48.6	80	38.1	
มาก	12	37.5	42	48.8	27	37.5	96	45.7	
มากที่สุด	1	3.1	9	10.5	8	11.1	30	14.3	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	1000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 112 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวก-รวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.9 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7

ตาราง 113 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความสะดวก - รวดเร็ว	บังกะโล		บ้านพัก		เต็นท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	2.7	P = 0 .119
น้อย	1	1.6	7	3.3	1	1.9	1	1.4	
ปานกลาง	22	36.1	94	44.1	19	36.5	28	37.8	
มาก	34	55.7	84	39.4	23	44.2	36	48.6	
มากที่สุด	4	6.6	28	13.1	9	17.3	7	9.5	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 113 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพักอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.7 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.1 พักเต็นท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6

ตาราง 114 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

การแก้ปัญหา เฉพาะหน้าใน กรณีฉุกเฉิน	เดินทางลำพัง		มากับ ครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	11.1	0	0.0	1	0.6	0	
น้อย	1	11.1	5	2.5	5	2.9	0	0.0	
ปานกลาง	2	22.2	91	46.0	83	48.5	9	40.9	
มาก	4	44.4	80	40.4	68	39.8	12	54.5	
มากที่สุด	1	11.1	22	11.1	14	8.2	1	4.5	
รวม	9	100	198	100	717	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 114 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5

ตาราง 115 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

การแก้ปัญหา เฉพาะหน้าใน กรณีฉุกเฉิน	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi-square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการ เช่ารถตู้		รถบริษัทนำ เที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	2	4.3	0	0.0	0	0.0	P = 0.024*
น้อย	6	2.4	3	6.5	2	4.3	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	123	49.8	21	45.7	13	28.3	20	48.8	8	40.0	
มาก	93	37.7	20	43.5	25	54.3	16	39.0	10	50.0	
มากที่สุด	25	10.1	2	4.3	4	8.7	5	12.2	2	10.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 115 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการแก้ปัญหา เฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีฉุกเฉินขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มาก ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.8 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 116 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

การแก้ปัญหา เฉพาะหน้า ในกรณีฉุกเฉิน	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	0.3	1	5.3	0	0.0	0	0.0	P = 0.127
น้อย	11	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	162	47.1	6	31.6	12	52.2	5	35.7	
มาก	141	41.0	10	52.6	7	30.4	6	42.9	
มากที่สุด	29	8.4	2	10.5	4	17.4	3	21.4	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 116 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.1 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 117 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

การแก้ปัญหา เฉพาะหน้าใน กรณีฉุกเฉิน	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square P = 0.367
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	0.4	1	2.2	0	0.0	0	
น้อย	7	2.5	1	2.2	3	5.0	0	0.0	
ปานกลาง	133	47.2	24	53.3	24	40.0	4	30.8	
มาก	110	39.0	17	37.8	28	46.7	9	69.2	
มากที่สุด	31	11.0	2	4.4	5	8.3	0	0.0	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 117 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.2 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.2

ตาราง 118 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

การแก้ปัญหา เฉพาะหน้าใน กรณีฉุกเฉิน	วันธรรมดา		วันหยุดสุด สัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	3.1	0	0.0	1	1.4	0	
น้อย	2	6.3	2	2.3	2	2.8	5	2.4	
ปานกลาง	19	59.4	41	47.7	36	50.0	89	42.4	
มาก	8	25.0	38	44.2	30	41.7	88	41.9	
มากที่สุด	2	6.3	5	5.8	3	4.2	28	13.3	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 118 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเหตุฉุกเฉิน ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.7 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.4

ตาราง 119 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

การแก้ปัญหา เฉพาะหน้าในกรณี ฉุกเฉิน	บังกะโล		บ้านพัก		เต็นท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	
น้อย	0	0.0	9	4.2	1	1.9	1	1.4	
ปานกลาง	29	47.5	103	48.4	19	36.5	34	45.9	
มาก	25	41.0	80	37.6	26	50.0	33	44.6	
มากที่สุด	7	11.5	21	9.9	6	11.5	4	5.4	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 119 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 47.5 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 48.4 พักเต็นท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.9

ตาราง 120 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความพร้อมในการ ประสานงานกับ หน่วยงานอื่น ๆ	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษาจัด ทัศนศึกษา		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	11.1	0	0.0	1	0.6	0	0.0	P = 0.001*
น้อย	1	11.1	5	2.5	2	1.2	0	0.0	
ปานกลาง	2	22.2	89	44.9	85	50.0	6	27.3	
มาก	4	44.4	89	44.9	74	43.5	15	68.2	
มากที่สุด	1	11.1	15	7.6	8	4.7	1	4.5	
รวม	9	100	198	100	170	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 120 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความพร้อมในการ
ประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ
ที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4
เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมาก คิดเป็นร้อยละ 44.9 เดินทาง
มากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเดินทางมากับ
สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.2

ตาราง 121 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความพร้อม ในการ ประสานงานกับ หน่วยงานอื่น ๆ	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการ เช่ารถตู้		รถบริษัทนำ เที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	2	4.3	0	0.0	0	0.0	P = 0.148
น้อย	4	1.6	1	2.2	2	4.3	1	2.4	0	0.0	
ปานกลาง	113	45.7	26	57.8	18	39.1	18	43.9	7	35.0	
มาก	115	46.6	16	35.6	21	45.7	19	46.3	11	55.0	
มากที่สุด	15	6.1	2	4.4	3	6.5	3	7.3	2	10.0	
รวม	247	100	45	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 121 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความพร้อมในการ
ประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมี
นัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มาก
ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.6 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 57.8 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
45.7 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.3
และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0

ตาราง 122 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความพร้อมในการ ประสานงานกับ หน่วยงานอื่น ๆ	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	0.3	1	5.3	0	0.0	0	0.0	P =0.097
น้อย	8	2.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	159	46.4	6	31.6	12	52.2	5	35.7	
มาก	157	45.8	10	52.6	9	39.1	6	42.9	
มากที่สุด	18	5.2	2	10.5	2	8.7	3	21.4	
รวม	343	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 122 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.4 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 123 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความพร้อมในการ ประสานงานกับ หน่วยงานอื่น ๆ	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่ง ท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมและ วิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	0.4	1	2.2	0	0.0	0	
น้อย	7	2.5	0	0.0	1	1.7	0	0.0	
ปานกลาง	131	46.6	23	51.1	22	36.7	6	46.2	
มาก	124	44.1	18	40.0	33	55.0	7	53.8	
มากที่สุด	18	6.4	3	6.7	4	6.7	0	0.0	
รวม	281	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 123 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.6 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.1 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8

ตาราง 124 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความพร้อมในการ ประสานงานกับ หน่วยงานอื่น ๆ	วันธรรมดา		วันหยุดสุด สัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	3.1	0	0.0	1	1.4	0	0.0	P =0.269
น้อย	1	3.1	3	3.5	0	0.0	4	1.9	
ปานกลาง	16	5.0	37	43.0	30	41.7	99	47.4	
มาก	13	40.6	43	50.0	37	51.4	89	42.6	
มากที่สุด	1	3.1	3	3.5	4	5.6	17	8.1	
รวม	32	100	86	100	72	100	209	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 124 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านพร้อมในการ
ประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ
ที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับ
ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความ
พึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี
มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.4 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุด
ตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4

ตาราง 125 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ความพร้อมในการ ประสานงานกับ หน่วยงานอื่น ๆ	บังกะโล		บ้านพัก		เดินท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	2.7	P = 0.201
น้อย	2	3.3	4	1.9	0	0.0	2	2.7	
ปานกลาง	26	43.3	105	49.3	20	38.5	31	41.9	
มาก	26	43.3	91	42.7	29	55.8	36	48.6	
มากที่สุด	6	10.0	13	6.1	3	5.8	3	4.1	
รวม	60	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 125 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความพร้อมในการ
ประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญ
ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมาก
มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 43.3 ที่พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 49.3 ที่พักเดินท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.8 และอื่น ๆ
มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6

ตาราง 126 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านขายของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	1	0.5	3	1.8	0	0.09	P =0.590
น้อย	0	0.0	9	4.5	4	2.3	2	9.1	
ปานกลาง	3	33.3	69	34.8	46	26.9	8	36.4	
มาก	3	33.3	89	44.9	94	55.0	10	45.5	
มากที่สุด	3	33.3	30	15.1	24	14.0	2	9.1	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 126 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.9 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตาราง 127 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านขายของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสารประจำทาง		บริการเช่ารถตู้		รถบริษัทนำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	0.4	0	0.0	3	6.5	0	0.0	0	0.0	P = 0.016*
น้อย	8	3.2	0	0.0	5	10.9	2	4.9	0	0.0	
ปานกลาง	80	32.4	12	26.1	13	28.3	17	41.5	4	20.0	
มาก	118	47.8	28	60.9	23	50.0	15	36.6	12	60.0	
มากที่สุด	40	16.2	6	13.0	2	4.3	7	17.1	4	20.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 127 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.5 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0

ตาราง 128 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านขายของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	4	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P =0.989
น้อย	12	3.5	2	10.5	1	4.3	0	0.0	
ปานกลาง	109	31.7	7	36.8	6	26.1	4	28.6	
มาก	168	48.8	8	42.1	13	56.5	7	50.0	
มากที่สุด	51	14.8	2	10.5	3	13.0	3	21.4	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 128 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมืองไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 129 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านขายของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	2	0.7	1	2.2	0	0.0	1	
น้อย	12	4.3	1	2.2	2	3.3	0	0.0	
ปานกลาง	92	32.6	11	24.4	18	30.0	5	38.5	
มาก	133	47.2	26	57.8	30	50.0	7	53.8	
มากที่สุด	43	15.2	6	13.3	10	16.7	0	0.0	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 129 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไปอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.2 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8

ตาราง 130 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านขายของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง	วันธรรมดา		วันหยุด สุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	3.1	1	1.2	1	1.4	1	0.5	P =0.888
น้อย	2	6.3	5	5.8	1	1.4	7	3.3	
ปานกลาง	11	34.4	27	31.4	27	37.5	61	29.0	
มาก	15	46.9	42	48.8	34	47.2	105	50.0	
มากที่สุด	3	9.4	11	12.8	9	12.5	36	17.2	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 130 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.9 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.2 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 131 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านขายของที่ ระลึกหรือสินค้า พื้นเมือง	บังกะโล		บ้านพัก		เดินท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	2	3.3	0	0.0	1	1.9	1	1.4	P =0.071
น้อย	1	1.6	8	3.8	5	9.6	1	1.4	
ปานกลาง	16	26.2	71	33.3	10	19.2	29	39.2	
มาก	32	52.5	101	47.4	28	53.8	35	47.3	
มากที่สุด	10	16.4	33	15.5	8	15.4	8	10.9	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 131 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการให้บริการของ
ร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมืองไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมี
นัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด
คิดเป็น ร้อยละ 52.5 ที่พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.2
พักเดินท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจ
ในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3

ตาราง 132 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านอาหาร	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	1	0.5	0	0.0	0	
น้อย	1	11.1	16	8.1	16	9.4	2	9.1	
ปานกลาง	1	11.1	65	32.8	57	33.3	5	22.7	
มาก	6	66.7	92	46.5	83	48.5	13	59.1	
มากที่สุด	1	11.1	24	12.1	15	8.8	2	9.1	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 132 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.1

ตาราง 133 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านอาหาร	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการเช่ารถตู้		รถบริษัทนำ เที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	0.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.420
น้อย	16	6.5	5	10.9	8	17.4	3	7.3	3	15.0	
ปานกลาง	91	36.8	9	19.6	11	23.9	12	29.3	5	25.0	
มาก	110	44.5	27	58.7	24	52.2	23	56.1	10	50.0	
มากที่สุด	29	11.7	5	10.9	3	6.5	3	7.3	2	10.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 133 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร เช่น ความพึงพอใจของร้านอาหาร ไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.5 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.1 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 134 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านอาหาร	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P =0.933
น้อย	29	8.4	2	10.5	4	17.4	0	0.0	
ปานกลาง	112	32.6	5	26.3	7	30.4	4	28.6	
มาก	167	48.5	10	52.6	10	43.5	7	50.0	
มากที่สุด	35	10.2	2	10.5	2	8.7	3	21.4	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 134 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร ไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 135 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านอาหาร	แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	
น้อย	31	11.0	2	4.4	2	3.3	0	0.0	
ปานกลาง	91	32.3	12	26.7	19	31.7	6	46.2	
มาก	132	46.8	24	53.3	33	55.0	5	38.5	
มากที่สุด	28	9.9	7	15.6	6	10.0	1	7.7	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 135 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร เช่น ความพึงพอใจของร้านอาหาร ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.8 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2

ตาราง 136 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านอาหาร	วันธรรมดา		วันหยุดสุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อนประจำปี		วันหยุดตามเทศกาล		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	1	1.2	0	0.0	0	0.0	P = 0.311
น้อย	2	6.3	10	11.6	6	8.3	17	8.1	
ปานกลาง	8	25.0	32	37.2	20	27.8	68	32.4	
มาก	19	59.4	38	44.2	41	56.9	96	45.7	
มากที่สุด	3	9.4	5	5.8	5	6.9	29	13.8	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 136 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.9 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7

ตาราง 137 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านอาหาร	บังกะไล		บ้านพัก		เดินท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	1.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P =0.306
น้อย	6	9.8	19	8.9	7	13.5	3	4.1	
ปานกลาง	19	31.1	69	32.4	17	32.7	23	31.1	
มาก	30	49.2	104	48.8	19	36.5	41	55.4	
มากที่สุด	5	8.2	21	9.9	9	17.3	7	9.5	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 137 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร เช่น ความพึงพอใจของร้านอาหาร ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะไลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 49.2 ที่พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 ที่พักเดินท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.4

ตาราง 138 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร ท่องเที่ยว	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	3	1.5	1	0.6	0	
น้อย	1	11.1	20	10.1	10	5.8	3	13.6	
ปานกลาง	2	22.2	60	30.3	59	34.5	7	31.8	
มาก	5	55.6	90	45.5	78	45.6	11	50.0	
มากที่สุด	1	11.1	25	12.6	23	13.5	1	4.5	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 138 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์/
นิตยสาร / วารสารท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติ
ที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6
เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 เดินทางมา
กับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.6 และเดินทางมากับ
สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 139 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร ท่องเที่ยว	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการ เช่ารถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	3	1.2	0	0.0	1	2.2	0	0.0	0	0.0	P = 0.933
น้อย	24	9.7	3	6.5	4	8.7	2	4.9	1	5.0	
ปานกลาง	73	29.6	17	37.0	18	39.1	16	39.0	4	20.0	
มาก	116	47.0	21	45.7	18	39.1	18	43.9	11	55.0	
มากที่สุด	31	12.6	5	10.9	5	10.9	5	12.2	4	20.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 139 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของ แหล่งท่องเที่ยว เช่นห้องน้ำ ไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.0 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 45.7 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0

ตาราง 140 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร ท่องเที่ยว	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	2	0.6	0	0.0	1	4.3	1	7.1	P = 0.026*
น้อย	32	9.3	2	10.5	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	109	31.7	9	47.4	10	43.5	0	0.0	
มาก	158	45.9	7	36.8	9	39.1	10	71.4	
มากที่สุด	43	12.5	1	5.3	3	13.0	3	21.4	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 140 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์/
นิตยสาร/วารสารท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่
สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 45.9 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 47.4 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อย
ละ 43.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4

ตาราง 141 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร /ท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	0.4	1	2.2	0	0.0	2	
น้อย	26	9.2	2	4.4	5	8.3	1	7.7	
ปานกลาง	90	31.9	15	33.3	19	31.7	4	30.8	
มาก	132	46.8	22	48.9	26	43.3	4	30.8	
มากที่สุด	33	11.7	5	11.1	10	16.7	2	15.4	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 141 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.8 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.9 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8

ตาราง 142 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร ท่องเที่ยว	วันธรรมดา		วันหยุดสุด สัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	3	3.5	1	1.4	0	
น้อย	2	6.3	10	11.6	6	8.3	16	7.6	
ปานกลาง	8	25.0	30	34.9	18	25.0	72	34.3	
มาก	18	56.3	30	34.9	39	54.2	97	46.2	
มากที่สุด	4	12.5	13	15.1	8	11.1	25	11.9	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 142 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.9 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.2 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2

ตาราง 143 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร ท่องเที่ยว	บังกะโล		บ้านพัก		เต็นท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	2	3.3	0	0.0	1	1.9	1	1.4	P =0.159
น้อย	6	9.8	17	8.0	6	11.5	5	6.8	
ปานกลาง	16	26.2	78	36.6	16	30.8	18	24.3	
มาก	32	52.5	86	40.4	25	48.1	41	55.4	
มากที่สุด	5	8.2	32	15.0	4	7.7	9	12.2	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 143 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญ ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 52.5 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 พักเต็นท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับ มาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.4

ตาราง 144 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

อินเทอร์เน็ต (Internet)	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	9	4.5	1	0.6	0	0.0	P = 0.207
น้อย	1	11.1	8	4.0	14	8.2	1	4.5	
ปานกลาง	3	33.3	45	22.7	40	23.4	9	40.9	
มาก	4	44.4	79	39.9	73	42.7	9	40.9	
มากที่สุด	1	11.1	57	28.8	43	25.1	3	13.6	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 144 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.9 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.7 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.9

ตาราง 145 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

อินเทอร์เน็ต (Internet)	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการ เช่ารถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	8	3.2	0	0.0	1	2.2	0	0.0	1	5.0	P =0.478
น้อย	16	6.5	3	6.5	2	4.3	2	4.9	1	5.0	
ปานกลาง	55	22.3	12	26.1	8	17.4	17	41.5	5	25.0	
มาก	98	39.7	19	41.3	22	47.8	15	36.6	11	55.0	
มากที่สุด	70	28.3	12	26.1	13	28.3	7	17.1	2	10.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 145 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.7 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.3 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.6 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0

ตาราง 146 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

อินเทอร์เน็ต (Internet)	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	7	2.0	0	0.0	2	8.7	1	
น้อย	19	5.5	2	10.5	3	13.0	0	0.0	
ปานกลาง	85	24.7	5	26.3	4	17.4	3	21.4	
มาก	140	40.7	10	52.6	7	30.4	8	57.1	
มากที่สุด	93	27.0	2	10.5	7	30.4	2	14.3	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 146 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมี นัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มาก ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 52.6 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.4 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1

ตาราง 147 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

อินเทอร์เน็ต (Internet)	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	5	1.8	2	4.4	0	0.0	3	
น้อย	18	6.4	0	0.0	5	8.3	1	7.7	
ปานกลาง	70	24.8	11	24.4	13	21.7	3	23.1	
มาก	118	41.8	22	48.9	22	36.7	3	23.1	
มากที่สุด	71	25.2	10	22.2	20	33.3	3	23.1	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 147 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.8 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.9 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.1

ตาราง 148 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

อินเทอร์เน็ต (Internet)	วันธรรมดา		วันหยุดสุด สัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	3.1	3	3.5	1	1.4	5	
น้อย	3	9.4	5	5.8	4	5.6	12	5.7	
ปานกลาง	8	25.0	28	32.6	16	22.2	45	21.4	
มาก	12	37.5	28	32.6	35	48.6	90	42.9	
มากที่สุด	8	25.0	22	25.6	16	22.2	58	27.6	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 148 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจใน ระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความ พึงพอใจในระดับปานกลาง และมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.6 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลา พักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6 และเดินทางไป ท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 149 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

อินเทอร์เน็ต (Internet)	บังกะไล		บ้านพัก		เต็นท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	1.6	6	2.8	1	1.9	2	2.7	P =0.905
น้อย	5	8.2	11	5.2	5	9.6	3	4.1	
ปานกลาง	13	21.3	51	23.9	15	28.8	18	24.3	
มาก	28	45.9	84	39.4	22	42.3	31	41.9	
มากที่สุด	14	23.0	61	28.6	9	17.3	20	27.0	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 149 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญ
ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะไลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 45.9 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.4 พักเต็นท์
มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.3 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับ
มาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.9

ตาราง 150 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

โทรทัศน์/วิทยุ	เดินทางลำพัง		มากับ ครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	4	2.0	3	1.8	0	0.0	P =0.116
น้อย	1	11.1	17	8.6	18	10.5	1	4.5	
ปานกลาง	2	22.2	56	28.3	64	37.4	14	63.6	
มาก	5	55.6	86	43.4	70	40.9	6	27.3	
มากที่สุด	1	11.1	35	17.7	16	9.4	1	4.5	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 150 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.4 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.9 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6

ตาราง 151 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

โทรทัศน์ / วิทยุ	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการ เช่ารถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	4	1.6	0	0.0	3	6.5	0	0.0	0	0.0	P = 0.215
น้อย	24	9.7	3	6.5	6	13.0	1	2.4	3	15.0	
ปานกลาง	77	31.2	18	39.1	12	26.1	22	53.7	7	35.0	
มาก	107	43.3	20	43.5	18	39.1	14	34.1	8	40.0	
มากที่สุด	35	14.2	5	10.9	7	15.2	4	9.8	2	10.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 151 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับการพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่าง มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.7 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตาราง 152 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

โทรทัศน์ /วิทยุ	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	6	1.7	0	0.0	0	0.0	1	7.1	P = 0.916
น้อย	32	9.3	1	5.3	3	13.0	1	7.1	
ปานกลาง	117	34.0	7	36.8	8	34.8	4	28.6	
มาก	141	41.0	10	52.6	10	43.5	6	42.9	
มากที่สุด	48	14.0	1	5.3	2	8.7	2	14.3	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 152 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.0 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 153 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ / วิทยู	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	5	1.8	0	0.0	0	0.0	2	
น้อย	26	9.2	4	8.9	6	10.0	1	7.7	
ปานกลาง	94	33.3	17	37.8	21	35.0	4	30.8	
มาก	121	42.9	21	46.7	21	35.0	4	30.8	
มากที่สุด	36	12.8	3	6.7	12	20.0	2	15.4	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 153 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่าง
มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตาม
ธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่ง
ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 เดินทางไป
ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 35.0 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8

ตาราง 154 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

โทรทัศน์ /วิทยุ	วันธรรมดา		วันหยุดสุดสัปดาห์		วันลาพักผ่อนประจำปี		วันหยุดตามเทศกาล		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	1	3.1	1	1.2	3	4.2	2	1.0	P = 0.427
น้อย	2	6.3	9	10.5	6	8.3	20	9.5	
ปานกลาง	17	53.1	30	34.9	24	33.3	65	31.0	
มาก	9	28.1	38	44.2	30	41.7	90	42.9	
มากที่สุด	3	9.4	8	9.3	9	12.5	33	15.7	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 154 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.1 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 155 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

โทรทัศน์ / วิทยุ	บังกะโล		บ้านพัก		เต็นท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	2	3.3	2	0.9	1	1.9	2	2.7	P =0.162
น้อย	6	9.8	21	9.9	7	13.5	3	4.1	
ปานกลาง	19	31.1	68	31.9	19	36.5	30	40.5	
มาก	29	47.5	85	39.9	24	46.2	29	39.2	
มากที่สุด	5	8.2	37	17.4	1	1.9	10	13.5	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 155 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.9 พักเต็นท์ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.2

ตาราง 156 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษาจัด ทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	6	3.0	3	1.8	0	0.0	P = 0.293
น้อย	2	22.2	21	10.6	18	10.5	2	9.1	
ปานกลาง	1	11.1	52	26.3	58	33.9	8	36.4	
มาก	6	66.7	80	40.4	71	41.5	11	50.0	
มากที่สุด	0	0.0	39	19.7	21	12.3	1	4.5	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 156 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมี
นัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิด
เป็นร้อยละ 66.7 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
40.4 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 และเดินทาง
มากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 157 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการ เช่ารถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	5	2.0	0	0.0	4	8.7	0	0.0	0	0.0	P = 0.187
น้อย	32	13.0	4	8.7	4	8.7	2	4.9	1	5.0	
ปานกลาง	66	26.7	17	37.0	14	30.4	17	41.5	5	25.0	
มาก	104	42.1	19	41.3	18	39.1	15	36.6	12	60.0	
มากที่สุด	40	16.2	6	13.0	6	13.0	7	17.1	2	10.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 157 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.38 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0

ตาราง 158 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	8	2.3	0	0.0	0	0.0	1	
น้อย	40	11.6	2	10.5	0	0.0	1	7.1	
ปานกลาง	97	28.2	6	31.6	13	56.5	3	21.4	
มาก	145	42.2	10	52.6	7	30.4	6	42.9	
มากที่สุด	54	15.7	1	5.3	3	13.0	3	21.4	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 158 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่าง มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.2 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 159 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	5	1.8	2	4.4	0	0.0	2	15.4	P = 0.142
น้อย	33	11.7	3	6.7	5	8.3	2	15.4	
ปานกลาง	79	28.0	15	33.3	21	35.0	4	30.8	
มาก	124	44.0	18	40.0	23	38.3	3	23.1	
มากที่สุด	41	14.5	7	15.6	11	18.3	2	15.4	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 159 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8

ตาราง 160 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	วันธรรมดา		วันหยุดสุด สัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	1	1.2	3	4.2	5	2.4	P = 0.295
น้อย	4	12.5	10	11.6	9	12.5	20	9.5	
ปานกลาง	11	34.4	36	41.9	15	20.8	57	27.1	
มาก	12	37.5	31	36.0	34	47.2	91	43.3	
มากที่สุด	5	15.6	8	9.3	11	15.3	37	17.6	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 160 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจ ในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความ พึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.9 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อน ประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.2 และเดินทางไปท่องเที่ยวใน วันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3

ตาราง 161 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	บึงกะโล		บ้านพัก		เดินท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square P = 0.234
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	1	1.6	2	0.9	2	3.8	4	
น้อย	7	11.5	22	10.3	7	13.5	7	9.5	
ปานกลาง	16	26.2	63	29.6	13	25.0	27	36.5	
มาก	26	42.6	87	40.8	27	51.9	28	37.8	
มากที่สุด	11	18.0	39	18.3	3	5.8	8	10.8	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 161 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญ
ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบึงกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 42.6 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.8 พักเดินท์
มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.9 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับ
มาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.8

ตาราง 162 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

บริษัททัวร์ / มัคคุเทศก์นำเที่ยว	เดินทางลำพัง		มากับ ครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	14	7.1	9	5.3	1	
น้อย	2	22.2	22	11.1	27	15.8	2	9.1	
ปานกลาง	2	22.2	62	31.3	67	39.2	11	50.0	
มาก	4	44.4	81	40.9	52	30.4	7	31.8	
มากที่สุด	1	11.1	19	9.6	16	9.4	1	4.5	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 162 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่าง มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.9 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.2 และเดินทางมากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 163 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

บริษัททัวร์ / มัคคุเทศก์นำ เที่ยว	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi - square
	รถยนต์ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการ เช่ารถตู้		รถบริษัทนำ เที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	14	5.7	2	4.3	4	8.7	2	4.9	2	10.0	P = 0.646
น้อย	34	13.8	10	21.7	6	13.0	2	4.9	1	5.0	
ปานกลาง	92	37.2	14	30.4	14	30.4	17	41.5	5	25.0	
มาก	82	33.2	18	39.1	19	41.3	15	36.6	10	50.0	
มากที่สุด	25	10.1	2	4.3	3	6.5	5	12.2	2	10.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 163 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่าง มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.2 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.3 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 164 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

บริษัททัวร์ / มัคคุเทศก์นำเที่ยว	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	20	5.8	2	10.5	1	4.3	1	7.1	P = 0.905
น้อย	49	14.2	2	10.5	0	0.0	2	14.3	
ปานกลาง	120	34.9	8	42.1	10	43.5	4	28.6	
มาก	122	35.5	6	31.6	10	43.5	6	42.9	
มากที่สุด	33	9.6	1	5.3	2	8.7	1	7.1	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 164 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมี
นัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.5 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 42.1 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและระดับมาก
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
42.9

ตาราง 165 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

บริษัททัวร์ / มัคคุเทศก์นำเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	14	5.0	4	8.9	3	5.0	3	
น้อย	36	12.8	6	13.3	10	16.7	1	7.7	
ปานกลาง	107	37.9	11	24.4	18	30.0	6	46.2	
มาก	103	36.5	18	40.0	21	35.0	2	15.4	
มากที่สุด	22	7.8	6	13.3	8	13.3	1	7.7	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 165 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมี
นัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตาม
ธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.9 เดินทางไปท่องเที่ยว
แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0
เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
46.2

ตาราง 166 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

บริษัททัวร์ / มัคคุเทศก์นำเที่ยว	วันธรรมดา		วันหยุดสุด สัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	7	8.1	5	6.9	12	5.7	P = 0.248
น้อย	6	18.8	7	8.1	16	22.2	24	11.4	
ปานกลาง	11	34.4	32	37.2	24	33.3	75	35.7	
มาก	12	37.5	35	40.7	23	31.9	74	35.2	
มากที่สุด	3	9.4	5	5.8	4	5.6	25	11.9	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 166 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจ ในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความ พึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 และเดินทางไปท่องเที่ยวใน วันหยุดตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.7

ตาราง 167 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

บริษัททัวร์ / มัคคุเทศก์นำเที่ยว	บังกะโล		บ้านพัก		เดย์ท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	4	6.6	12	5.6	1	1.9	7	9.5	P = 0.438
น้อย	8	13.1	25	11.7	10	19.2	10	13.5	
ปานกลาง	20	32.8	75	35.2	21	40.4	26	35.1	
มาก	21	34.4	80	37.6	20	38.5	23	31.1	
มากที่สุด	8	13.1	21	9.9	0	0.0	8	10.8	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 167 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญ ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบังกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 34.4 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.6 พักเดย์ท์ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจใน ระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.1

ตาราง 168 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การแนะนำจาก บุคคลที่เคยไป/บุคคล ในครอบครัว/เพื่อน	เดินทางลำพัง		มากับครอบครัว		มากับเพื่อน		สถานศึกษา จัดทัศนศึกษา		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P =0.456
น้อย	1	11.1	6	3.0	4	2.3	0	0.0	
ปานกลาง	2	22.2	42	21.2	37	21.6	8	36.4	
มาก	5	55.6	87	43.9	85	49.7	10	45.5	
มากที่สุด	1	11.1	63	31.8	45	26.3	4	18.2	
รวม	9	100	198	100	171	100	22	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 168 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมี นัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยลำพัง มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 เดินทางมากับครอบครัว มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 เดินทางมากับเพื่อนมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.7 และเดินทาง มากับสถานศึกษาจัดทัศนศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตาราง 169 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การแนะนำจาก บุคคลที่เคยไป/ บุคคลใน ครอบครัว/เพื่อน	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว										Pearson Chi- square
	รถยนต์ ส่วนตัว		รถโดยสาร ประจำทาง		บริการเช่า รถตู้		รถบริษัท นำเที่ยว		อื่น ๆ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	10	4.0	1	2.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.520
น้อย	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	50	20.2	11	23.9	12	26.1	14	34.1	2	10.0	
มาก	114	46.2	21	45.7	23	50.0	17	41.5	12	60.0	
มากที่สุด	73	29.6	13	28.3	11	23.9	10	24.4	6	30.0	
รวม	247	100	46	100	46	100	41	100	20	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 169 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 เดินทางโดยรถประจำทาง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 เดินทางโดยบริการเช่ารถตู้มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เดินทางโดยรถบริษัทนำเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0

ตาราง 170 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การแนะนำจาก บุคคลที่เคยไป/ บุคคลในครอบครัว/ เพื่อน	เพื่อการพักผ่อน		เพื่อการศึกษา		เพื่อการผจญภัย		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.489
น้อย	11	3.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
ปานกลาง	73	21.2	8	42.1	6	26.1	2	14.3	
มาก	163	47.4	6	31.6	12	52.2	6	42.9	
มากที่สุด	97	28.2	5	26.3	5	21.7	6	42.9	
รวม	344	100	19	100	23	100	14	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 170 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่าง มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 เดินทางเพื่อการศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.6 เดินทางมาเพื่อการผจญภัย มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 52.2 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9

ตาราง 171 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การแนะนำจาก บุคคลที่เคยไป/ บุคคลในครอบครัว/ เพื่อน	แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ		แหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น		แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต		อื่น ๆ		Pearson Chi-square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.821
น้อย	9	3.2	0	0.0	1	1.7	1	7.7	
ปานกลาง	65	23.0	8	17.8	13	21.7	3	23.1	
มาก	131	46.5	25	55.6	26	43.3	5	38.5	
มากที่สุด	7	27.3	12	26.7	20	33.3	4	30.8	
รวม	282	100	45	100	60	100	13	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 171 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตาราง 172 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การแนะนำจาก บุคคลที่เคยไป/ บุคคลใน ครอบครัว/เพื่อน	วันธรรมดา		วันหยุดสุด สัปดาห์		วันลาพักผ่อน ประจำปี		วันหยุดตาม เทศกาล		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
น้อย	0	0.0	2	2.3	0	0.0	9	4.3	
ปานกลาง	12	37.5	22	25.6	18	25.0	37	17.6	
มาก	13	40.6	38	44.2	36	50.0	100	47.6	
มากที่สุด	7	21.9	24	27.9	18	25.0	64	30.5	
รวม	32	100	86	100	72	100	210	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 172 พบว่าลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในวันธรรมดามีความพึงพอใจใน ระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.6 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความ พึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 เดินทางไปท่องเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุด ตามเทศกาล มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.6

ตาราง 173 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว

การแนะนำจากบุคคล ที่เคยไป/ บุคคลใน ครอบครัว/ เพื่อน	บึงกะโล		บ้านพัก		เดินท์		อื่น ๆ		Pearson Chi- square
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	P = 0.164
น้อย	5	8.2	5	2.3	1	1.9	0	0.0	
ปานกลาง	10	16.4	54	25.4	11	21.2	14	18.9	
มาก	28	45.9	95	44.6	28	53.8	36	48.6	
มากที่สุด	18	29.5	59	27.7	12	23.1	24	32.4	
รวม	61	100	213	100	52	100	74	100	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 173 พบว่า ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ขึ้นอยู่กับสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก อย่างมีนัยสำคัญ
ที่สถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่พักบึงกะโลมีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 45.9 พักบ้านพัก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.6 พักเดินท์
มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 และอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับ
มาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6

ตาราง 174 (ต่อ)

	15	16	17	18	19
1	r=.099*	r= .153*	r= .123*	r= .093	r= .182*
	sig.=0.47	sig.=0.02	sig.=0.14	sig.=0.063	sig.=0.02
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
2	r= .200*	r= .145*	r= .238*	r= .162*	r= .267*
	sig.=0.01	sig.=0.04	sig.=0.00	sig.=0.01	sig.=0.03
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
3	r= .277*	r= .291*	r= .289*	r= .227*	r= .270*
	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.21	sig.=0.00	sig.=0.00
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
4	r= .009	r= 0.027	r=.095	r= .092	r= .083
	sig.=.864	sig.=.585	sig.=.057	sig.=.067	sig.=.098
	N=400	N=400	N=400	N=399	N=400
5	r= .231*	r= .233*	r= .241*	r= .231*	r= .361*
	sig.=0.37	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
6	r= .245*	r= .242*	r= .245*	r= .282*	r= .361*
	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
7	r= .272*	r= .278*	r= .321*	r= .324*	r= .326*
	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.02
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400

ตาราง 174 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	6	7
8	r= .290* sig.=0.04 N=400	r= .300* sig.=0.00 N=400	r= .279* sig.=0.11 N=400	r= .065 sig.=.195 N=400	r= .518* sig.=0.37 N=400	r= .530* sig.=0.00 N=400	r= .636* sig.=0.00 N=400
9	r= .316* sig.=0.00 N=400	r= .191 sig.=0.00 N=400	r= .252* sig.=0.00 N=400	r= .058 sig.=.246 N=400	r= .487* sig.=0.00 N=400	r= .489* sig.=0.00 N=400	r= .537* sig.=0.00 N=400
10	r= .352* sig.=0.00 N=400	r= .202* sig.=0.00 N=400	r= .278* sig.=0.02 N=400	r= .060 sig.=.234 N=400	r= .422* sig.=0.00 N=400	r= .470* sig.=0.21 N=400	r= .532* sig.=0.00 N=400
11	r= .373* sig.=0.00 N=400	r= .234* sig.=0.00 N=399	r= .047 sig.=.351 N=399	r= .488* sig.=0 N=399	r= .473* sig.=0.00 N=399	r= .502* sig.=0.00 N=399	r= .477* sig.=0.00 N=399
12	r= .061 sig.=.220 N=400	r= .148* sig.=0.03 N=400	r= .110* sig.=.028 N=400	r= .013 sig.=.790 N=400	r= .214* sig.=0.00 N=400	r= .146* sig.=0.03 N=400	r= .155* sig.=0.02 N=400
13	r= .305* sig.=0.00 N=400	r= .234* sig.=0.00 N=400	r= .311* sig.=0.00 N=400	r= .038 sig.=0.00 N=400	r= .349* sig.=0.00 N=400	r= .335* sig.=0.00 N=400	r= .394* sig.=0.00 N=400
14	r= .211* sig.=0.00 N=400	r= .172* sig.=0.01 N=400	r= .201* sig.=0.00 N=400	r= .020 sig.=.692 N=400	r= .313 sig.=0.00 N=400	r= .373* sig.=0.00 N=400	r= .377* sig.=0.00 N=400

ตาราง 174 (ต่อ)

	15	16	17	18	19
8	r= .264*	r= .295*	r= .368*	r= .311*	r= .302**
	sig.=0.04	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
9	r= .202*	r= .295*	r= .277**	r= .312*	r= .300*
	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
10	r= .229*	r= .310*	r= .348*	r= .392*	r= .322*
	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.02	sig.=.234	sig.=0.00
	N=400	N= 400	N=400	N=400	N= 400
11	r= .162*	r= .265*	r= .326*	r= .323*	r= .263*
	sig.=0.01	sig.=0.00	sig.=.351	sig.=0	sig.=0.00
	N=399	N= 399	N=399	N=399	N=399
12	r= .052	r= .142*	r= .195*	r= .186*	r= .180*
	sig.=.2960	sig.=0.04	sig.=.000	sig.=.790	sig.=0.00
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
13	r= .387*	r= .346*	r= .330*	r= .274*	r= .346*
	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00	sig.=0.00
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
14	r= .487*	r= .434*	r= .365*	r= .360*	r= .330*
	sig.=0.00	sig.=0.01	sig.=0.00	sig.=.692	sig.=0.00
	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400

ตาราง 174 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	6	7
15	r=.099* sig.=0.47 N=400	r= .200* sig.=0.00 N=400	r= .277* sig.=0.00 N=400	r= .009* sig.=0.864 N=400	r= .231* sig.=0.02 N=400	r= .245* sig.=0.00 N=400	r= .272* sig.=0.00 N=400
16	r= .153* sig.=0.02 N=400	r= .145* sig.=0.04 N=400	r= .291* sig.=0.01 N=400	r= .027 sig.=.585 N=400	r= .233* sig.=0.03 N=400	r= .242* sig.=0.00 N=400	r= .278* sig.=0.00 N=400
17	r= .123* sig.=.014 N=400	r= .238* sig.=0.00 N= 400	r= .289* sig.=0.21 N=400	r= .095 sig.=.057 N=399	r= .241* sig.=0.28 N= 400	r= .245* sig.=0.00 N= 400	r= .321* sig.=0.00 N= 400
18	r= .093 sig.=.063 N=400	r= 0.162* sig.=.001 N=400	r= .227* sig.=.00 N=400	r= .092 sig.=.067 N=400	r= .231* sig.=.00 N=400	r= .282* sig.=.00 N=400	r= .324* sig.=.00 N=400
19	r= .182* sig.=0.37 N=400	r= .267* sig.=0.00 N=400	r= .270* sig.=0.00 N=400	r= .083 sig.=0.00 N=400	r= .361* sig.=0.00 N=400	r= .361* sig.=0.00 N=400	r= .326* sig.=0.00 N=400

ตาราง 175 (ต่อ)

	15	16	17	18	19
15	1.00	r= .480* sig.=0.00 N=400	r= .315* sig.=0.00 N=400	r= .227* sig.=0.00 N=400	r= .374* sig.=0.00 N=400
16		1.00	r= .553* sig.=0.00 N=400	r= .307* sig.=0.00 N=400	r= .252* sig.=0.00 N=400
17			1.00	r= .559* sig.=0.00 N=400	r= .245* sig.=0.00 N=400
18				1.00	r= .314* sig.=0.00 N=400
19					1.00

หมายเหตุ :

- r = ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
- sig.= ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
- N = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
- 1 = ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ
- 2 = ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว
- 3 = ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว
- 4 = ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ
- 5 = ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ เช่น กิริยา มารยาท
- 6 = ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่

หมายเหตุ : (ต่อ)

- 7 = การเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติ
- 8 = ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว
- 9 = ความสะดวก – รวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยว
- 10 = การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน
- 11 = ความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ
- 12 = การให้บริการของรายขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง
- 13 = ร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร
- 14 = การรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับข้อมูลการท่องเที่ยว ทางหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร/วารสารท่องเที่ยว
- 15 = การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ต (Internet)
- 16 = การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ / วิทยุ
- 17 = การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 18 = การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์ / มีคคฺเทศก์นำเที่ยว
- 19 = การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป/บุคคลในครอบครัว/เพื่อน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำกับกระบวนการให้บริการด้านความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 37.3

ความสัมพันธ์ระหว่างความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 3.50

ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 46.2

ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 13.1

ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในด้านการเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 39.2

ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 11.0

ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 9.50

ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 1.30

ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ เช่น กิริยา มารยาทกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 74.5

ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ เช่น กิริยา มารยาทกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับ ร้อยละ 21.4

ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่กับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านการเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับ ร้อยละ 73.4

ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่กับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 14.6

การเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 36.3

การเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 15.5

ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 54.0

ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 17.0

ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 67.5

ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 18.0

การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินกับกระบวนการให้การด้านความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 71.4

การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของรายขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 13.3

ความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ กับกระบวนการให้บริการด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหารมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 38.9

ความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ กับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของรายขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 11.9

การให้บริการของรายขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมืองกับกระบวนการให้บริการด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 30.1

การให้บริการของรายขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมืองกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านอินเทอร์เน็ต (Internet) มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 05.2

ร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหารกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 79.5

ร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหารกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านบริษัททัวร์ / มัคคุเทศก์นำเที่ยว มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 37.4

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับข้อมูลการท่องเที่ยว ทางหนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/ วารสารท่องเที่ยว กับ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านอินเทอร์เน็ต (Internet) มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 48.7

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับข้อมูลการท่องเที่ยว ทางหนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/ วารสารท่องเที่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป/ บุคคลในครอบครัว/ เพื่อน มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 33.0

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ต (Internet)กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านโทรทัศน์วิทยุมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 48.0

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ต (Internet) กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านบริษัททัวร์/ มัคคุเทศก์นำเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 22.7

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ / วิชิตกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 55.3

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์/ วิชิตกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป/บุคคลในครอบครัว/เพื่อนมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 25.2

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านบริษัททัวร์/มัคคุเทศก์ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 35.59

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป /บุคคลในครอบครัว /เพื่อนมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 24.5

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์ /มัคคุเทศก์นำเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป /บุคคลในครอบครัว /เพื่อนมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 31.4

การวิเคราะห์และเปรียบเทียบความแตกต่างด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ คือ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย

ผลการวิเคราะห์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ พบว่า โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์จะเดินทางมากับท่องเที่ยวกับเพื่อน และสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพักส่วนใหญ่จะกางเต็นท์เป็นสถานที่พักแรม ซึ่งแตกต่างจากอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย คือ ส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว และสถานที่พักแรมส่วนใหญ่จะใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรม

ผลการวิเคราะห์ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์มีระดับความพึงพอใจในเรื่องความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย

การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ในด้านของลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสะอาดของห้องน้ำ และพื้นที่โดยรวมของอุทยานแห่งชาติ ควรจะมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะอาด หรือควรมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความสะอาด ไม่ว่าจะเป็นในด้านความสะอาดของห้องน้ำและสถานที่ต่าง ๆ ภายในอุทยาน เพื่อช่วยรักษาสภาพแวดล้อมโดยรวมในอุทยานแห่งชาติให้ดีขึ้น

ในด้านกระบวนการให้บริการของร้านค้าสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นในเรื่องของราคาสินค้าและอาหารที่จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติไม่ควรีราคาแพงจนเกินไป ควรจะมีการควบคุมราคาสินค้า และบริการให้อยู่ในระดับที่เป็นธรรม เพื่อเป็นการไม่เอาเปรียบกับนักท่องเที่ยวจนเกินไป

บทที่ 5

บทสรุป

จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ(Percentage)ค่าเฉลี่ย (Mean)และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 มีอายุ 15 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 69.5 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.5 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.3 และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีถิ่นที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 37.5

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 49.50 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 61.80 โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 86.0

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ต้องการไป คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 70.50 โดยใช้ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 52.50 และส่วนใหญ่ใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 53.30

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติ ในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ – ปุย ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่มีระดับความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 2 การสรุปผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่ง ได้แก่ การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่

สถิติที่ใช้ทดสอบคือ จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพักมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

สถิติที่ใช้ทดสอบคือ จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไควีสแควร์ (Chi-Square) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านร้านค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง ขึ้นอยู่กับพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวร้านอาหารขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านอินเทอร์เน็ต ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านโทรทัศน์/วิทยุ ขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะอาดและด้านความสวยงาม มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวในอุทยาน และประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความสะดวก-รวดเร็วมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวและ พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในกรณีฉุกเฉิน มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว และพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านร้านค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง มีความสัมพันธ์กับพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านร้านอาหารมีความสัมพันธ์กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านโทรทัศน์/วิทยุ มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน

สถิติที่ใช้ทดสอบคือ จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) ผลการวิเคราะห์พบว่า

ความสัมพันธ์ของกระบวนการให้บริการด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหารกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันมากที่สุด ที่ระดับร้อยละ 79.5 รองลงมาคือ ความสัมพันธ์ระหว่างความสุภาพของเจ้าหน้าที่ เช่น กิริยา มารยาทกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 74.5 ความสัมพันธ์ระหว่าง ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่กับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านการเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 73.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

กับกระบวนการให้การด้านความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 71.4

ความสัมพันธ์ระหว่าง ความสะดวก – รวดเร็วในการให้บริการนัดท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 67.5 ความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ / วิทยูกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 55.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 54.0

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับข้อมูลการท่องเที่ยว กับทางหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร/ วารสารท่องเที่ยว กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านอินเทอร์เน็ต (Internet) มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 48.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ต (Internet)กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านโทรทัศน์/วิทยูมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 48.0 ความสัมพันธ์ระหว่างความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 46.2 ความสัมพันธ์ระหว่าง

ความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในด้านการเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 39.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ กับกระบวนการให้บริการด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหารมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 38.9 ความสัมพันธ์ระหว่างร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหารกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านบริษัททัวร์ / มัคคุเทศก์นำเที่ยว มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 37.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำกับกระบวนการให้บริการด้านความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 37.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน

ในอุทยานแห่งชาติกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 36.3

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านบริษัททัวร์/มัคคุเทศก์ มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 35.59 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับข้อมูลการท่องเที่ยว ทางหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร/ วารสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป/ บุคคลในครอบครัว/ เพื่อน มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 33.0 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์/มัคคุเทศก์นำเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป /บุคคลในครอบครัว/เพื่อนมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 31.4

ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมืองกับกระบวนการให้บริการด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 30.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ / วิทยุการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป /บุคคลในครอบครัว /เพื่อนมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 25.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป /บุคคลในครอบครัว /เพื่อนมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 24.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ต (Internet)กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านบริษัททัวร์/ มัคคุเทศก์นำเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 22.7 ความสัมพันธ์ระหว่างความสุภาพของเจ้าหน้าที่ เช่น กิริยา มารยาทกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 21.4

ความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวก - รวดเร็วในการให้บริการนักท่องเที่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 18.0 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันที่ระดับร้อยละ 17.0 ความสัมพันธ์ระหว่างการเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ที่

ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 15.5

ความสัมพันธ์ระหว่างความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่กับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 14.6 ความสัมพันธ์ระหว่างการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 13.3 ความสัมพันธ์ระหว่าง ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 13.1

ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมในการประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ กับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 11.9 ความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 11.0 ความสัมพันธ์ระหว่างความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 9.50

ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมืองกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านอินเทอร์เน็ต (Internet) มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 05.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 3.50 ความสัมพันธ์ระหว่างความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับร้อยละ 1.30

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย มีประเด็นที่น่าสนใจซึ่งจะนำมาอภิปรายผลในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และถิ่นที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่

จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ และอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ธงชัย สันติวงษ์, 2546, หน้า 27) พฤติกรรมผู้บริโภค กล่าวว่าการบวนการตัดสินใจที่มี มาอยู่ก่อนแล้ว (Precede) เป็นลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ว่า ในขณะที่ใดขณะหนึ่งที่ ผู้บริโภคซื้อสินค้าเขาจะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาต่าง ๆ ที่มี ส่วนสร้างสมและขัด เกลาทัศนคติและค่านิยมของเขาอยู่ก่อนแล้วซึ่งสิ่งทีมาก่อนเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (อร่าม สุวิตทิกุล, 2548) ได้ทำการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ นักท่องเที่ยว ที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วน ใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 25 ปี เป็นนักเรียน /นักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เดินทาง มากับเพื่อนเป็นกลุ่ม นิยมตั้งแคมป์ ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากนิตยสาร และมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับดี ส่วนด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแก่ง กระจาน อยู่ในระดับสูง พบว่านักท่องเที่ยวมีอายุ ระดับ การศึกษา ประสบการณ์ในการมาเยือน ระยะเวลาในการมาเยือน ลักษณะกลุ่มของนักท่องเที่ยว การได้รับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน คือ ด้านการใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (อัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย, 2546) ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวชายหาดบางแสน จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ พบว่า นักท่องเที่ยวสนใจในเรื่องธรรมชาติ รองลงมา สนใจอาหาร และบันเทิง ตามลำดับ ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวชอบไปเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ รองลงมา ทำกิจกรรมกับครอบครัว และพักผ่อนอยู่เฉยๆ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาชายหาดบางแสนต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีลักษณะที่พักในกรณีค้างคืนและวิธีการเดินทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน ใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวและมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ปิยะวดี หิริกมล, 2545) การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย จากแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง และเพศชายมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 23-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นโสด การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ทำงานในบริษัทเอกชน
2. การเดินทางไปจังหวัดสุโขทัยเพื่อศึกษาความรู้ทางประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่ไม่ค้างคืน ประทับใจในความสวยงามแต่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และจะกลับไปเที่ยวอีกครั้งอย่างแน่นอน
3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของประชากรกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของประชากรกับมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยพบว่า อายุ และสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับมูลเหตุจูงใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ด้านการใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (เสาวรีย์ ระโพนทอง, 2547) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวทางน้ำ เขตลาดกระบัง ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการท่องเที่ยวทางน้ำ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างธรรมชาติกับชุมชน สายน้ำ ลำคลอง และศึกษาประวัติศาสตร์ ตลอดจนเยี่ยมชม ศาสนสถาน นมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต รวมทั้งซื้อผลผลิตทางการเกษตรและของที่ระลึก 2) ด้านความพร้อมของผู้ประกอบการนั้น มีผู้ผลิตสินค้าซึ่งนับว่าเป็นเอกลักษณ์ของเขตลาดกระบัง อยู่มากด้วย การสนับสนุนของเขตลาดกระบังในโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลโครงการธุรกิจขนาดย่อม มีสินค้าเด่น ๆ เช่น สมุนไพรแปรรูป ข้าวกล้อง เป็นต้น



สมมุติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมากับครอบครัวพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องการไปส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาล และใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ผกาวรรณ นุชพันธุ์, 2548) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ซึ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 คน ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงร้อยละ 62.15 อายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปี ร้อยละ 35.59 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 43.69 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 31.98 รายได้ต่อเดือน 5,000 ถึง 10,000 บาท ร้อยละ 28.38 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ด้านการบริหารของบุคลากรที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัยให้แก่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย

ความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สมาภรณ์ คงเจริญกาย, 2548) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวมี

พฤติกรรมการณ์ได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้นมาจากการบอกของญาติ และเพื่อนแนะนำที่เข้ามาท่องเที่ยวก่อนแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้ามาไหว้พระตามวัดต่าง ๆ ซึ่งจะเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่จำนวน 2- 4 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ด้วยการใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว และเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะทำให้จ่ายซื้อของเบ็ดเตล็ด จำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวตามสถานที่เป็นการเดินทางเท้าเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ มีอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน มุ่งเน้นความสนใจด้านโบราณสถาน ส่วนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้เข้ามาท่องเที่ยว คือ การจัดงานมรดกโลก โดยรับทราบข้อมูลการจัดงานทางวารสารการท่องเที่ยวและผู้เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกครั้ง การศึกษา ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวพบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีต่อ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมพบว่า พฤติกรรมความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว การเดินทาง ลักษณะค่าใช้จ่ายในการเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้และการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการให้บริการด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร มีความสัมพันธ์มากที่สุด กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว ด้านหนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ 79.5 เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในอุทยานมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ประกาศิต สุวรรณขง, 2541) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย 1998-1999 และ (ททท., กองสถิติและวิจัย, 2543, หน้า 50-51)

ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมีความสัมพันธ์น้อยกับกระบวนการให้บริการด้านร้านอาหารของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เพียง 1.30 เนื่องจากการทำร้านอาหารของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง ทำให้ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติลดน้อยลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วาสนา จิตพร, 2547) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานศิลปาชีพแม่ฮ่องสอน จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในงานศิลปาชีพแม่ฮ่องสอน จังหวัดกาญจนบุรี ไม่พอใจในการมาท่องเที่ยวศิลปาชีพแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นในด้านของร้านอาหาร เจ้าหน้าที่ในบริเวณงาน ร้านจำหน่ายสินค้า ภาพลักษณ์ องค์ประกอบต่าง ๆ ของสถานที่ การแสดงแสงสีเสียง การละเล่นและมหรสพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จัดอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมาก ดังนั้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในทุกๆ ด้าน จึงส่งผลให้ภาพโดยรวมแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในงานศิลปาชีพแม่ฮ่องสอน จังหวัดกาญจนบุรี นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันนั้น มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในงานศิลปาชีพแม่ฮ่องสอน จังหวัดกาญจนบุรี ในด้านภาพลักษณ์และองค์ประกอบสถานที่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันนั้น มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในงานศิลปาชีพแม่ฮ่องสอน จังหวัดกาญจนบุรี ในด้านภาพลักษณ์และองค์ประกอบของสถานที่ ด้านมหรสพ ที่แตกต่างกัน

โดยนักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในทุกๆ ด้านดังนั้นจึง ส่งผลทำให้ นักท่องเที่ยวไม่เกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัด กาญจนบุรี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการวิจัยต่อไป

1. จากการวิจัยพบว่า ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อน จึงเห็นว่า ภูมิทัศน์และสถานที่ท่องเที่ยวในอุทยานถือเป็นจุดขายอย่างหนึ่ง ควรจะมีประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะอาด ช่วยกันดูแลสภาพแวดล้อมภายในอุทยานแห่งชาติ สื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลผ่านทาง สื่อต่าง ๆ

2. ผู้วิจัยพบว่า ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยววันหยุดตามเทศกาล และพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางมาส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนตัว จึงทำให้เส้นทางจราจรในอุทยานแห่งชาติติดขัด อีกทั้งไม่ปลอดภัยในการเดินทาง รวมไปถึงสถานที่จอดรถในอุทยานแห่งชาติไม่เพียงพอต่อความต้องการของท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาเส้นทางจราจร พร้อมทั้งรณรงค์ในเรื่องการขับซื้ออย่างปลอดภัย และสถานที่จอดรถให้มีความสะดวกและมีความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายยิ่งขึ้น

การเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากผลการศึกษาที่ได้รับแล้ว ผู้วิจัยได้พบประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจที่คาดว่าจะเป็ประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปขยายเพื่อเป็นประเด็นศึกษาในโอกาสต่อ ๆ ไป จึงขอเสนอแนะให้ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเพิ่มเติม เพราะความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ อาจมีผลทำให้การดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ตลอดจนรูปแบบการท่องเที่ยวแตกต่างกัน



บรรณานุกรม

- กรมอุทยานแห่งชาติ. (ธันวาคม 2550). กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2552, จาก www.dnp.co.th.
- กรุงเทพฯ ได้รับเลือกเป็นเมืองที่ดีที่สุด. (10 กรกฎาคม 2551). คม ชัด ลึก. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2551, จาก <http://www.komchadluek.net/>
- กฤษณ์กมล กมลาศน์. (2546). การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของนักศึกษา การศึกษานอกโรงเรียนสายสามัญ วิธีเรียนทางไกล ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในการจัดบริการและสวัสดิการทางการศึกษา ศึกษาเฉพาะกรณี : ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ สศ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กันยา สุวรรณแสง.(2538). จิตวิทยาทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.
- กาญจนา ศุภรพันธ์.(2543). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการฝึกอบรมกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานระดับหัวหน้าแผนกองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เกศินี ศรีคงอยู่. (2543). ความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลปากท่อ จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- โกศล น้อยอ่าง. (2543). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสถานีตำรวจอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว 10 อุทยานดัง. (พฤศจิกายน 2551). มติชน. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2551, จาก <http://www.matichon.co.th>
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2531). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ.(2546). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชูดา จิตพิทักษ์.(2525). พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 2) . กรุงเทพฯ: สารมวลชน.
- ททท.บม 5 มรดกไทย. (สิงหาคม 2551). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2551, จาก http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=950&filename=index#size

- ทิวา พงษ์ธนไพบุลย์. (2544). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: พัฒนาการวิชาการ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 10)**. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). **การวิจัยและวิเคราะห์ทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 9)**. กรุงเทพฯ: เอส อาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- นชพรรณ จันทอง. (2544). **การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการเรียนการสอน ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการพิมพ์ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ ค.อ.ม., มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- บรรพต วีระสัย. (2524). **สังคมวิทยา มานุษยวิทยา**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา.
- เบญจภรณ์ สมุดดินแก้ว. (2543). **ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ใช้ในการใช้บริการหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- เบญจพร ทองไชย. (2548). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ปฐมพงษ์ ก้อนดาร์. (2548). **ความต้องการ ความพึงพอใจ และปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย บริเวณเกาะเสม็ด**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ประภัสสร ศรีภักดี. (2548). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการของค่ายนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). **ทัศนคติการวัดความเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง. (2544). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมบ้านควายไทย**. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ผกาวรรณ นุชพันธ์. (2548). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพฯ.
- เมตตา เสวตเลข. (2539). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์ดุสิต**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.

- ยศวีร์ ยุกตะนันท์. (2547). ความพึงพอใจของนักเที่ยวเกี่ยวกับการเที่ยวเกษตรเลียบบคลอง
มหาสวัสดีอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ วท.ม.,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- วาสนา จัตพร. (2547). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานสัปดาห์
สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วิภา วัฒนพงศ์ชาติ. (2542). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สมจิตต์ สุพรรณทัศน์. (2526). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: คณะสาธาณสุขศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สมาภรณ์ คงเจริญกาย. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อ
การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.,
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.
- เสาวรีย์ ระโพนทอง. (2547). การจัดการการท่องเที่ยวทางน้ำ เขตลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์
ศศ.ม., สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.
- เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล. (2541). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยในอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.,
มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรวรรณ เมฆทัศน์. (2543). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัย
รามหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- อารณีย์ วิวัฒน์ภรณ์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร, กรุงเทพฯ.
- Engle, Jame F., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard. (1990). Consumer behavior
(6th ed). Hinsdale, IL : Dryden.
- Good, C.V. (1973). Dictionary of education (3rd ed). New York: McGraw – Hill.

Krech, David and Richard S. Crutchfield. (1962). **Individual in society**. New York: McGraw –Hill.

Loudon, David and Albert J. Deller Bitta. (1998). **Consumer behavior : Concepts and applications** (3rd ed). New York: McGraw-Hill.

Morse, N.C. (1955). **Satisfaction in the White Color Job**. Michigan: University Press.

Nalters, Glenn C. (1987). **Consumer behavior : Theory and practice** (3rd ed).

Homewood, IL : Richard D. Irwin.

Peter, J. Paul and Jerry C. Olsen. (1990). **Consumer behavior and marketing strategy** (2nd ed). Homewood, IL: n.p.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1991). **Consumer behavior** (4th ed).

Englewood Cliffs, NJ: Prentice - Hall.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). **Consumer behavior** (5th ed).

Englewood Cliffs, NJ.: Prentice Hall.

Tiffin, Joseph and Ernest J. Mc Cormick. (1965). **Industrial psychology**. Englewood

Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Vroom, V.H. (1964). **Work and motivation**. New York: John Wiley.

Wallestein, Harvey. (1971). **A dictionary of psychology**. Maryland: Penquin Books.

Wolman, Benjamin B. (1973). **Dictionary behavioral science**. Van Nostrand: Rein held

Wolman, Benjamin B. (1973). **Dictionary of behavioral science**. New York: Van Nostrand

Reinhold.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยพระนคร

ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



มหาวิทยาลัยรัตนเศรษฐ ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยาน
แห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์
และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ -ปุย

คำชี้แจง :

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอย
อินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ -ปุย

ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้จะไม่มีผลใด ๆ ต่อท่าน จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน
ได้โปรดกรอกแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเห็นหรือความเป็นจริง เพื่อความถูกต้องและ
ประโยชน์ของงานวิจัยนี้ด้วย ผู้วิจัยถือว่าคำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวใน
อุทยานแห่งชาติภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน
อุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน
อุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ –ปุย

ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความเพียงข้อความเดียว หรือเติมข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุของท่านในปัจจุบัน

1. 15 – 22 ปี

2. 23 - 30 ปี

3. 31 - 38 ปี

4. 39 – 46 ปี

4. 47 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หย่า

4. แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ประกาศนียบัตร ปวช. / ปวส.

3.ปริญญาตรี

4. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> 2. พนักงานเอกชน |
| <input type="checkbox"/> 3. นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 4. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย |
| <input type="checkbox"/> 5. เกษตรกรรม / รับจ้าง | <input type="checkbox"/> 6. ข้าราชการบำนาญ |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 10,001 – 15,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 15,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 20,001 – 25,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป | |

7. ถิ่นที่อยู่อาศัยของท่าน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> 2. ภาคใต้ |
| <input type="checkbox"/> 3. ภาคตะวันออก | <input type="checkbox"/> 4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| <input type="checkbox"/> 5. ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพ) | <input type="checkbox"/> 6. กรุงเทพมหานคร |

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ท่านคิดว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. การเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ท่านเดินทางมากับใคร

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เดินทางโดยลำพัง | <input type="checkbox"/> 2. มากับครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 3. มากับเพื่อน | <input type="checkbox"/> 4. สถานศึกษาจัดทัศนศึกษา |

2. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 2. รถโดยสารประจำทาง |
| <input type="checkbox"/> 3. รถไฟ | <input type="checkbox"/> 4. รถบริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 5. บริการเช่ารถตู้ | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

3. วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวของท่านในครั้งนี้

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อการพักผ่อน | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อการศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อการผจญภัย | <input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

4. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านต้องการไป

1. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา
2. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัด
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. ช่วงเวลาใดที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

1. วันธรรมดา 2. วันหยุดสุดสัปดาห์
3. วันลาพักผ่อนประจำปี 4. ช่วงวันหยุดตามเทศกาล

6. สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพัก

1. บังกะโล 2. บ้านพัก
3. เต็นท์ 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความเพียงข้อความเดียว หรือเติมข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว					
1. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ					
2. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ					

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง					
5. ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ เช่น การแสดง กิจกรรมารยท					
6. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่					
7. การเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือของ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติ					
8. ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว					
กระบวนการให้บริการ					
9. ความสะดวก - รวดเร็วในการให้บริการ นักท่องเที่ยว					
10. การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในกรณีเกิด เหตุฉุกเฉิน					
11. ความพร้อมในการประสานงานกับ หน่วยงานอื่น ๆ					
12. การให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง					
13. ร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหาร					
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการ ท่องเที่ยว					
14. หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร/ วารสารท่องเที่ยว					
15. อินเทอร์เน็ต (Internet)					
16. โทรทัศน์/วิทยุ					
17. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
18. บริษัททัวร์ / มัคคุเทศก์นำเที่ยว					
19. จากคำแนะนำจากบุคคลที่เคยไป/ บุคคล ในครอบครัว /เพื่อน					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

...ขอขอบคุณที่ให้ความความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้...

ผู้วิจัย



ภาคผนวก ข รายงานผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



ที่ ศธ 0527.02.01/ ๕๙๔

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก65000

22 ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวอรทัย มูลคำ รหัสประจำตัว 50910347 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้านหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต โดยมี ดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.จรรุญ สารินทร์)

รักษาการในตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

ปฏิบัติราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0- 5526 -1000 ต่อ 2444 กด 115-119

โทรสาร 0 - 5526 -1169



ที่ ศธ 0527.02.01/๒๖๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

22 ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.สิทธิชัย พรหมสุวรรณ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวอรทัย มูลคำ รหัสประจำตัว 50910347 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทฉบับนี้ โดยมี ดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.จตุพร สารินทร์)

รักษาการในตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

ปฏิบัติราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 115-119

โทรสาร 0-5526-1169



ที่ ศธ 0527.02.01/๒๕๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก65000

22 ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.ประภาศรี พรหมประกาย

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 1 ฉบับ

ด้วยนางสาวอรทัย มุลคำ รหัสประจำตัว 50910347 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาบัณฑิต โดยมี ดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.จตุญ สารินทร์)

รักษาการในตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

ปฏิบัติราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 ต่อ 2444 กด 115-119

โทรสาร 0-5526-1169



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานบริการการศึกษา โทร. 2438, 2444

ที่ ศธ 0527.02.01/ ๒๕๖

วันที่ 22 ธันวาคม 2551

เรื่อง ขออนุมัติตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมาลา ขโยดม

ด้วยนางสาวอรทัย มุลคำ รหัสประจำตัว 50910347 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
โรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง"การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติใน
ภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอย
สุเทพ - ปุย" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต โดยมี ดร.ธารินทร์
สงวนเสริมศรี เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้
ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับ
ความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ดร.จรุณ สารินทร์)

รักษาการในตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

ปฏิบัติราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค จดหมายขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ที่ ศธ 0527.02.01/๒๙๙



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

22 ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน หัวหน้าอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวอรทัย มูลคำ รหัสประจำตัว 50910347 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต โดยมี ดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากบุคลากรในหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้ยื่นสัตตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.จรรยา สารินทร์)

รักษาการในตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

ปฏิบัติราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 -4 ต่อ 2444 กด115 -119

โทรสาร 0-5526 - 1169



ที่ ศธ 0527.02.01/ ๒18๙

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก65000

22 ธันวาคม 2551

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน หัวหน้าอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วยนางสาวอรทัย มูลคำ รหัสประจำตัว 50910347 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต โดยมี ดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากบุคลากรในหน่วยงานของท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.จรุณ สารินทร์)

รักษาการในตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

ปฏิบัติราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5526-1000 -4 ต่อ 2444 กด115-119

โทรสาร 0-5526 - 1169

ภาคผนวก ง ตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane
ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จำนวนประชากร (N)	จำนวนตัวอย่าง (n) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน (e)					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1,250	769	500	345	96
3,000	*	1,364	811	517	353	97
3,500	*	1,458	843	530	359	97
4,000	*	1,538	870	541	364	98
4,500	*	1,607	891	549	367	98
5,000	*	1,667	909	556	370	98
6,000	*	1,765	938	566	375	98
7,000	*	1,842	959	574	378	99
8,000	*	1,905	976	580	381	99
9,000	*	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
∞	10,000	2,500	1,111	625	400	100

* ไม่สามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น่าเชื่อถือได้

ภาคผนวก จ ตารางสรุปสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติ (เฉพาะคนไทย)
ปีงบประมาณ 2551

สรุปรายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติ แบบเป็นรายเดือน
(เฉพาะคนไทย) ปีงบประมาณ 2551

ลำดับ	ชื่ออุทยาน	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	รวม
132	ดงดิบเขา	24,166	25,297	111,572	47,384	20,819	15,845	8,973	4,939	8,434	7,354	5,976	314,706	
133	ดงดิบเขา-ดงดิบ	77,112	36,548	68,728	82,288	29,643	49,350	28,296	31,553	24,286	28,173	22,798	552,629	
134	ดงดิบเขา	358	270	806	1,288	1,142	783	585	352	426	497	489	8,287	
135	ผาแดง	748	793	3,845	1,888	1,333	1,666	2,597	342	348	368	328	14,451	
136	ผา	166	18	231	102	16	26	23	34	15	28	52	662	
137	ผาแดง	928	1,593	791	783	354	459	790	774	676	744	604	11,550	
138	ผาแดง	443	379	2,264	1,536	908	733	1,205	944	1,153	1,520	0	15,435	
139	ดงดิบเขา	2,717	3,398	14,066	13,736	10,258	11,842	53,076	1,867	3,030	2,005	2,220	120,892	
140	ผาแดง	342	346	291	878	1,140	1,232	693	292	31	171	65	190	
141	ดงดิบเขา	19,860	19,448	38,808	15,426	7,732	5,062	11,872	3,281	1,519	2,685	2,488	130,231	
142	ดงดิบเขา	631	3,288	5,475	1,230	1,015	879	144	425	121	548	181	14,382	
143	ผาแดง	29	679	4,700	2,715	588	2,667	7,971	520	140	150	74	20,636	
144	ผาแดง	17	43	133	237	1,112	225	84	138	183	167	266	3,184	
145	ผาแดง	1,029	545	2,684	1,116	1,413	1,067	1,157	718	1,424	899	647	14,850	
146	ดงดิบเขา	271	269	1,352	720	391	419	683	585	288	0	389	5,928	
147	ดงดิบเขา	1,332	603	2,164	3,055	2,911	2,911	1,946	641	1,022	758	503	51,802	
148	ดงดิบเขา	3,643	7,649	32,791	10,825	6,735	1,197	1,001	973	855	528	458	65,474	
	รวม	661,701	640,896	1,384,284	881,816	581,045	709,143	1,476,257	480,252	824,674	468,721	280,919	9,428,200	

หมายเหตุ : 1. อุทยานแห่งชาติ : สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติของฝ่ายระบบฐานข้อมูล
2. อุทยานแห่งชาติ / สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติในบริเวณอุทยานฯ



ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยพระนคร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	อรรถัย มูลคำ
วัน เดือน ปี เกิด	15 เมษายน 2521
ที่อยู่ปัจจุบัน	38 หมู่ 1 ตำบลป่าบง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่
ที่ทำงานปัจจุบัน	ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
ประวัติการศึกษา	บธ.บ (การจัดการทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
พ.ศ. 2547	

