

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม  
หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก

จินมณี                      เมฆประมวล  
ชุติวรรณ                ทองมา

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
พฤษภาคม 2552  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร  
กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริม  
การท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก”  
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....  
(ดร. ละเอียด ศิลาน้อย)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
(ดร. ศรีสุดา จงสิทธิผล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2552

<b>ชื่อเรื่อง</b>	แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก
<b>ผู้ศึกษาค้นคว้า</b>	จินมณี เมฆประมวล, ชุติวรรณ ทองมา
<b>ที่ปรึกษา</b>	ดร. ละเอียด ศิลาอ่อน
<b>ประเภทสารนิพนธ์</b>	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและ การท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2552
<b>คำสำคัญ</b>	.....

### บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อทราบถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก เพื่อทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก เพื่อทราบถึงการดำเนินการด้านการตลาดการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตากในปัจจุบัน และเพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมี 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายังแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจังหวัดตากและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจากส่วนราชการ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ในช่วงอายุ 25-34 ปี รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท อาชีพรับจ้าง และมีที่มาจากจังหวัดตาก ใช้ระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว 1 – 2 วัน โดยรถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง, รถกระบะ) เป็น พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท ลักษณะการเดินทางครั้งนี้เป็นการจัดการเดินทางมาเอง มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางยังหาดทรายทองแม่ปิงในครั้งนี้เป็นครั้งที่สี่ขึ้นไป จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4-5 การเดินทางครั้งนี้มากับญาติหรือคนในครอบครัว รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ทุกวัน สื่อวิทยุ นานๆ ครั้ง หนังสือพิมพ์เกือบทุกวัน นิตยสาร นานๆ ครั้ง และอินเตอร์เน็ตทุกวัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยวต้องการให้มีการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) พัฒนาระบบน้ำดื่มสะอาดบริเวณหาดทราย รักษาหาดทรายให้มีความสวยงามเรียบร้อย รักษาคุณภาพของน้ำ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา สาธารณะ ถึงขยะบริเวณหาดทราย สถานที่จอดรถ ชุมอาหาร

และเครื่องดื่ม ห่วงน้ำ/ห่วงสวมสาธารณะให้มีเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวมีความต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามของทัศนียภาพ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีการรองรับการเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) เทศกาลและงานประเพณี ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัยต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีความต้องการการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย แบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตรายและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความพอใจต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง และเทศกาลงานประเพณีที่จัดขึ้นในปัจจุบัน และมีความพึงพอใจปานกลางด้านการจัดการราคา การจัดการเดินทางท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว

## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถอย่างยิ่งจาก ดร. ละเอียด ศิลา น้อย ที่ปรึกษาและคณะกรรมการทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร. คม คัมภีรานนท์ นางสาวยุวดี นิรัตน์ตระกูล ผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นางสาวนาตยา ธนพลเกียรติ หัวหน้างานติดตามและประเมินผลตลาดต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นางสาวสุรีพร พงษ์พานิช หัวหน้างานติดตามและประเมินผลตลาดในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และนางสาวเบญจรัตน์ มรรยาทอ่อน หัวหน้างานวิจัย กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และนายชลัษฏ์ ดิสถาพร พนักงานวางแผน 5 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่กรุณาให้คำแนะนำแก้ไขและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณ นายปิยะ เคนชยัน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตาก นายอิศรา สถาปนเศรษฐ์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก นายดุสิต แสงสุคนธ์ หัวหน้าฝ่ายวิศวกรรม กรมชลประทานตาก นายสำรวย พุทธรังศรี นายกองค้การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง หัวหน้ากลุ่มข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดตาก คุณกิกินะ เจริญสุข เจ้าของกิจการบริษัทต้นท้าว คุณบุญล้ำ ยอดเมือง เจ้าของกิจการบริษัทบุญล้ำท้าว คุณบุญช่วย ยาคำลือ เจ้าของกิจการบริษัทบุญช่วยแค้มป์ปิ้งท้าว คุณเกศินี บุญपाल เจ้าของกิจการบริษัทกิ่งไม้ท้าว และคุณสุพิน บุญศิริ เจ้าของกิจการบริษัทใจคุ้มผางท้าวที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่ง ในการเก็บข้อมูลและตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณครอบครัวเมฆประมวล และครอบครัวทองมา ที่สนับสนุนและเป็นกำลังใจในการศึกษาค้นคว้าด้วยดีตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน

จินมณี

เมฆประมวล

ชุตีวรรณ

ทองมา

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา .....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย .....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของงานวิจัย .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	7
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
นโยบาย ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดตาก.....	9
ข้อมูลพื้นฐานของหาดทรายทองแม่ปิง.....	13
แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด.....	18
แนวคิดในการดำเนินการด้านตลาดท่องเที่ยว.....	39
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	48
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	59
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	61
ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง.....	61
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	62
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	64
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	64

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	66
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์.....	67
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว....	71
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว.....	76
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนา หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก.....	79
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการ ตลาดท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก.....	84
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุमानเพื่อทดสอบสมมติฐาน .....	87
ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก.....	248
ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ.....	248
ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคเอกชน .....	256
5 บทสรุป.....	259
สรุปผลการวิจัย.....	259
อภิปรายผลการวิจัย.....	290
ข้อเสนอแนะ.....	293
บรรณานุกรม.....	295
ภาคผนวก.....	299
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	311

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงแผนและผลการปฏิบัติงานก่อสร้างหาดทรายเทียม.....	14
2	แสดงค่าใช้จ่ายการดำเนินงานก่อสร้างหาดทรายเทียม.....	14
3	แสดงองค์ประกอบของสินค้าทั้ง 4 ส่วน.....	45
4	แสดงคำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค.....	49
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	67
6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	67
7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ย.....	68
8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ย (ปรับเพื่อทดสอบสมมติฐาน).....	68
9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	69
10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่มา.....	70
11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่มา (ปรับเพื่อทดสอบสมมติฐาน).....	71
12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกระยะเวลา การเดินทางท่องเที่ยว.....	71
13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง....	72
14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง.....	72
15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกลักษณะการเดินทาง ในครั้งนี.....	73
16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกวัตถุประสงค์หลักใน การเดินทางในครั้งนี.....	74
17	แสดงจำนวนและร้อยละความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว หาดทรายทองแม่ปิงในครั้งนี.....	74
18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ในครั้งนี.....	75



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกลักษณะของผู้ร่วมเดินทาง ในครั้งนี.....	75
20	แสดงจำนวนและร้อยละความถี่ของกลุ่มตัวอย่างในการรับข่าวสารผ่านสื่อ ต่างๆ.....	76
21	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการรับข้อมูล/ข่าวสารก่อนการ เดินทางเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง.....	78
22	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการรับข้อมูล/ข่าวสารก่อนการ เดินทางเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงผ่านสื่อต่างๆ .....	78
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนา ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว.....	79
24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	80
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนา ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว.....	81
26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนา ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	82
27	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนา ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย.....	83

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์).....	84
29	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการด้านราคา.....	85
30	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการ ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว.....	86
31	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	87
32	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็น ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านเพศ.....	88
33	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	91
34	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	91
35	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	92
36	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา คุณภาพของน้ำ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	92
37	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ระบบไฟฟ้า จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	93

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
38	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา น้ำประปา สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	93
39	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ถังขยะในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	94
40	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา โทรศัพท์สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	94
41	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	95
42	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	95
43	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	96
44	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ซุ้มขายของที่ระลึก จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	96
45	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	97
46	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ศาลาพักผ่อน จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	97
47	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	98
48	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	98
49	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	99

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
50	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาตลาดนัด ตลาดชั่วคราว จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	99
51	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	100
52	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนามัคคุเทศก์ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	100
53	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาความสวยงามของทัศนียภาพ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	101
54	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	101
55	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	102
56	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	102
57	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมขี่ม้า จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	103
58	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	103
59	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	104
60	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	105
61	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	105

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
62	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมอาบแดด จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	106
63	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	107
64	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	107
65	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	108
66	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมล่องเรือจำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	108
67	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	109
68	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	109
69	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	110
70	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ แบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	110
71	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	111
72	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ จัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	112
73	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	112

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
74	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	113
75	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา คุณภาพของน้ำ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	113
76	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ระบบไฟฟ้า จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	114
77	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา น้ำประปาสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	114
78	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ถังขยะในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	115
79	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ถังขยะในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่.....	115
80	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา โทรศัพท์สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	116
81	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	117
82	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	117
83	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ซุ้มขายของที่ระลึก จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	118
84	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	118
85	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ศาลา ซุ้มพักผ่อนจำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	119

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
86	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	119
87	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	120
88	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	120
89	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	121
90	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	121
91	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา มัคคุเทศก์ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	122
92	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ความสวยงามของทัศนียภาพ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	122
93	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	123
94	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านรายได้...	123
95	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	124
96	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมขี่ม้า จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	124
97	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	125

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
98	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	125
99	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมอาบแดด จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	126
100	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	126
101	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	127
102	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	127
103	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมล่องเรือจำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	128
104	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	128
105	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	129
106	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	129
107	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	130
108	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	130
109	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	131



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
110	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	132
111	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	132
112	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา คุณภาพของน้ำ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	133
113	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ระบบไฟฟ้า จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	133
114	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา น้ำประปาสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	134
115	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ถังขยะในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	134
116	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา โทรศัพท์สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	135
117	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	135
118	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	136
119	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	137
120	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ซุ้มขายของที่ระลึก จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	137
121	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	138

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
122	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	138
123	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ศาลา ชุมนุมพักผ่อนจำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	139
124	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	140
125	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	140
126	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	141
127	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	141
128	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	142
129	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา มัคคุเทศก์ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	142
130	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ความสวยงามของทัศนียภาพ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	143
131	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	143
132	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ....	144
133	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	144

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
134	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมขี่ม้า จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	145
135	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	145
136	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	146
137	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	147
138	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	148
139	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมอาบแดด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	149
140	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	149
141	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือลากซุงชีพ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	150
142	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	150
143	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมล่องเรือจำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	151
144	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	151
145	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	152

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
146	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	152
147	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่....	153
148	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ แบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	154
149	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	154
150	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	155
151	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	156
152	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	157
153	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	157
154	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา คุณภาพของน้ำ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	158
155	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ระบบไฟฟ้า จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	158
156	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา น้ำประปาสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	159
157	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ถังขยะในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	159

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
158	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา โทรศัพท์สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	160
159	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	160
160	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	161
161	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ผู้ขายของที่ระลึก จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	161
162	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	162
163	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ศาลา ชุมนุมพักผ่อนจำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	162
164	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	163
165	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	163
166	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	164
167	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	164
168	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	165
169	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา มัคคุเทศก์ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	165

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
170	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ความสวยงามของทัศนียภาพ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	166
171	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	166
172	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านที่มา....	167
173	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	167
174	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมขี่ม้า จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	168
175	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อกิจกรรม ขี่ม้า จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่.....	168
176	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	169
177	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่.....	170
178	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	171
179	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมอาบแดด จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	171
180	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	172
181	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่.....	172

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
182	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	173
183	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่.....	174
184	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	175
185	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่.....	175
186	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมล่องเรือจำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	176
187	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมล่องเรือ จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่.....	177
188	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	178
189	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่...	178
190	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	179
191	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	180
192	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ แบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	180
193	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	181

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
194	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็น ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านเพศ.....	182
195	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	184
196	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	184
197	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	185
198	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	186
199	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	187
200	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง ที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	187
201	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	188



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
202	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	189
203	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคา ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	190
204	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคา ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	190
205	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคา ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	191
206	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยจำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	191
207	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	192
208	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการจัดการ เดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	192
209	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	193
210	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการจัดการ เดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	194

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
211	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	195
212	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการจัดการ เดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	195
213	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	196
214	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการจัดการ เดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่.....	197
215	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	198
216	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	198
217	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอายุ.....	199
218	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	200

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
219	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	200
220	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	201
221	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง ที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	201
222	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	202
223	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคา ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านรายได้....	202
224	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคา ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	203
225	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคา ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	203
226	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	204
227	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่.....	205

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
228	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	205
229	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	206
230	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	206
231	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	207
232	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการจัดการ เดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่.....	208
233	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	209
234	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่.....	209
235	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	210

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
236	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่.....	211
237	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านรายได้.....	212
238	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่.....	212
239	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	214
240	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	215
241	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	216
242	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	217
243	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	218

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
244	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง ที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	219
245	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	219
246	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม ราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	220
247	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม ราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	221
248	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม ราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	222
249	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	222
250	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยจำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	223
251	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยจำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	224
252	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	225

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
253	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	225
254	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	226
255	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	227
256	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	228
257	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	229
258	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	230
259	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	231
260	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	232

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
261	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	233
262	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	234
263	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ.....	235
264	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	236
265	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	237
266	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	238
267	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	238
268	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง ที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	239



## สารบัญดาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
269	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	239
270	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคา ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	240
271	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคา ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	240
272	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคา ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	241
273	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	242
274	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	242
275	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	243
276	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	243
277	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	244

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
278	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	245
279	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	245
280	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านที่มา.....	246
281	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่.....	247

## สารบัญภาพ

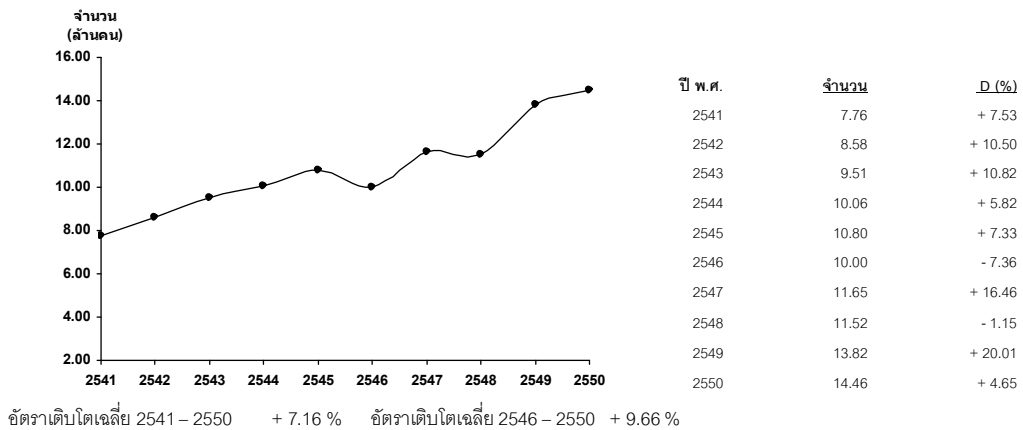
ภาพ		หน้า
1	แผนภูมิแสดงสรุปการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ.....	1
2	แผนภูมิแสดงสรุปการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย...	1
3	แผนภูมิแสดงสรุปการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดตาก.....	3
4	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
5	แปลนและรูปตัดลำน้ำปิงบริเวณที่ก่อสร้างหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก.....	15
6	แผนที่ตั้งของหาดทรายทอง.....	16
7	ระยะทางการเดินทางของน้ำแม่ปิง.....	17
8	บทบาทของการตลาดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	40
9	ความสัมพันธ์ระหว่างความจำเป็น ความต้องการ การจูงใจและวัตถุประสงค์ ในการซื้อ.....	51
10	ความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์.....	52
11	ระดับชั้นของสังคม.....	55
12	รูปแบบการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว.....	57
13	ภาพประกอบก่อนการดำเนินงานก่อสร้าง.....	309
14	ภาพประกอบระหว่างการดำเนินงานก่อสร้าง.....	309
15	ภาพประกอบพิธีเปิดงานก่อสร้าง.....	310
16	ภาพประกอบผู้ให้บริการในระหว่างการก่อสร้าง.....	310

# บทที่ 1

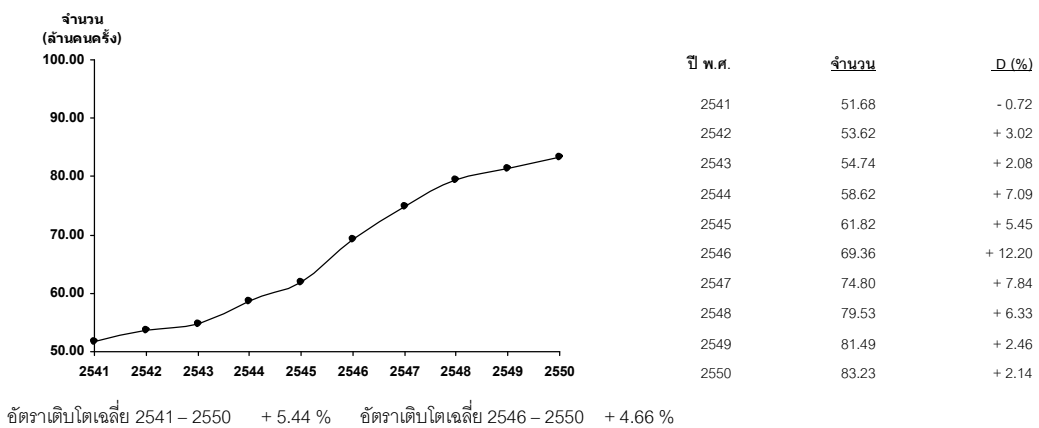
## บทนำ

### ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้หมุนเวียนเข้าสู่ประเทศ สร้างงาน สร้างรายได้ และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคอย่างกว้างขวาง จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตที่ดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) การวางแผนภูมิ



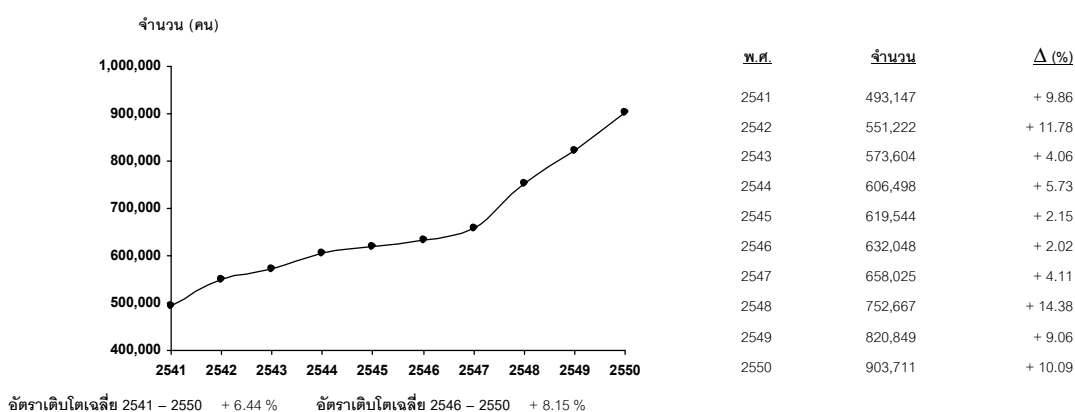
ภาพ 1 แสดงแผนภูมิสรุปการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



ภาพ 2 แสดงแผนภูมิแสดงสรุปการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประเทศไทย มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ ป่า เขา ถ้ำ น้ำตก ชายหาด เกาะแก่ง ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณคดี ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม มีจำนวนมากน้อยแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภท โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมดออกเป็น 3 ประเภท ตามลักษณะ คุณค่า และความสนใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี โบราณสถาน ศาสนา และประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม (มนัส สุวรรณ และคณะ, 2544, หน้า 40-41) ก่อให้เกิดความแตกต่างในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มากมาย ทั้งยังมีภาพลักษณ์เชิงบวกต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จนกระทั่งประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ในประเภท “แหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่าเงิน (Value for Money) รวมทั้ง เป็นอันดับ 1 ใน 10 (Top ten) ทั้งภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล บันเทิงและอาหาร การมีฐานรากทางวัฒนธรรมที่แท้และดั้งเดิม รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและการจับจ่ายสินค้า จากการสำรวจของ Future Brand ซึ่งเป็นหน่วยงานมาตรฐานแห่งหนึ่งในการสำรวจความนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ของประเทศสหรัฐอเมริกา (48 ปีทท.กับภารกิจท่องเที่ยวเพื่อชาติ, 2551)

จังหวัดตากตั้งอยู่ในภาคเหนือค่อนข้างไปทางตะวันตกของประเทศไทยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองของภาคเหนือรองจากจังหวัดเชียงใหม่ สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นป่าไม้และภูเขา มีทิวเขาถนนธงชัย เป็นตัวแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ฝั่ง ได้แก่ ตากฝั่งตะวันออก ประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอบ้านตาก อำเภอสามเงา กิ่งอำเภอวังเจ้า และตากฝั่งตะวันตก ประกอบด้วย อำเภอแม่สอด อำเภอแม่ระมาด อำเภอพบพระ อำเภอท่าสองยาง อำเภออุ้มผาง จังหวัดตากเป็นพื้นที่ติดชายแดนเชื่อมระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านตั้งอยู่บนเส้นทางยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจ East – West Economic Corridor (EWEC) และเป็นจุดตัดระหว่างแนวเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ North – South Economic Corridor (NSEC) กับแนวเชื่อมโยง EWEC เช่นเดียวกับจังหวัดพิษณุโลก มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จำนวนนักเดินทางที่เข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดตากปัจจุบัน มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 10.09 ผู้เยี่ยมเยือนส่วนใหญ่เป็นชาวไทย โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 2.16 และนักท่องเที่ยวที่อัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 36.12 (กลุ่มงานฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) ดังแผนภูมิ



### ภาพ 3 แสดงแผนภูมิสรุปการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดตาก

สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัดตากเป็นภูเขา และป่าไม้ที่มีความอุดมสมบูรณ์ เป็นที่ตั้งของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร(ฝั่งตะวันออก) ผืนป่ามรดกโลกทางธรรมชาติ แห่งแรกของประเทศไทย น้ำตกทีลอซู ได้รับการยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยวว่าเป็นน้ำตกที่สวยงามที่สุดติดอันดับ 1 ใน 6 ของโลก มีสิ่งก่อสร้างที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ เขื่อนภูมิพล เป็นเขื่อนคอนกรีตที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แสดงความอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาในประวัติศาสตร์เกี่ยวข้องกับพระมหाराชาในอดีตถึง 4 พระองค์ คือ พ่อขุนรามคำแหงมหาราช สมเด็จพระนเรศวรมหาราช สมเด็จพระนารายณ์มหาราช และสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช นอกจากนี้จังหวัดตากเป็นจังหวัดที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆ อีกมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ยังคงความสวยงามและมีสิ่งดึงดูดใจแก่ผู้มาเยือน และในแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้นนี้ จังหวัดตากยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ นั่นคือ หาดทรายทองแม่ปิง

หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก หรือ หาดทรายเทียมริมแม่น้ำปิงฝั่งขวา เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ประเภทสิ่งทีมนุษย์สร้างขึ้น ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลปามะม่วง อำเภอเมือง จังหวัดตาก มีพื้นที่จุดเริ่มต้นตั้งแต่บริเวณสะพานตากสินมหาราช ลงมาทางใต้จรดสวนหย่อมหน้าสำนักงานบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 14 (ตาก) หาดทรายมีความยาวประมาณ 1,500 เมตร ความกว้างประมาณ 50 เมตร พื้นที่ใช้สอยทั้งหมดประมาณ 100,000 ตารางเมตร ก่อสร้างขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2547 ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลจังหวัด ด้านพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนของประชาชนทั่วไป เนื่องจากลำน้ำปิงเป็นสายหลักมีทัศนียภาพสองฝั่งงดงาม ให้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมและส่งเสริม

กีฬาทางน้ำ ทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาคและระดับประเทศ พร้อมทั้งอนุรักษ์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำปิง บำรุงรักษาและปรับปรุงภูมิทัศน์ให้งดงาม (กรมชลประทาน, 2547) ในบริเวณโดยรอบหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตากยังเป็นที่ตั้งของสะพานแขวนสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี สร้างขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2525 เชื่อมจากจุดริมน้ำปิงฝั่งซ้ายไปยังฝั่งขวาเป็นสัญลักษณ์ของเมืองตากที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง และพื้นที่ฝั่งตรงข้ามแม่น้ำปิงของหาดทรายทองแม่ปิงยังเป็นสถานที่ที่ใช้จัดงานประเพณีลอยกระทงสาย ไหลประทีปพันดวง จังหวัดตาก ซึ่งเป็นประเพณีเก่าแก่ของชาวท้องถิ่นที่มีการปฏิบัติสืบทอดกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน จนได้รับการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็น 1 ใน 5 เมืองวัฒนธรรม ภายใต้โครงการ “สี่เส้นแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง” จากการสังเกตการณ์เบื้องต้นในพื้นที่ของผู้วิจัย พบว่าปัจจุบันมีประชาชนในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง เดินทางท่องเที่ยวมายังหาดทรายทองแม่ปิง โดยเฉพาะช่วงฤดูร้อนตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายนเพื่อเล่นน้ำภายในบริเวณหาดทรายเทียมแห่งนี้เป็นจำนวนมาก โดยในช่วงเวลาดังกล่าวมีผู้ให้บริการในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ผู้ให้บริการเช่าห่วงยางเพื่อเล่นน้ำ และกิจกรรมขี่ม้า ทำให้ประชาชนท้องถิ่นสามารถสร้างรายได้อีกหนึ่งทางหนึ่ง การเดินทางไปยังหาดทรายทองริมน้ำปิง มีการคมนาคมที่มีความสะดวกเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากมีเส้นทางเชื่อมโยงจากถนนสายเอเชียซึ่งเป็นถนนสายหลักของประเทศไทย หากมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการ อาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ควบคู่กับการทำกิจกรรมด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมและจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและอยากเดินทางท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตากเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดตาก และยังเป็นแบบอย่างในการพัฒนาให้กับแหล่งท่องเที่ยวประเภทหาดทรายเทียมให้กับพื้นที่อื่นๆ ได้อีกด้วย

### จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก
2. เพื่อทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก
3. เพื่อทราบถึงการดำเนินการด้านการตลาดการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตากในปัจจุบัน
4. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก

### ความสำคัญของการวิจัย

1. นำผลการวิจัยไปพัฒนาและส่งเสริมกำหนดแนวทางการท่องเที่ยวให้กับหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก
2. นำผลการวิจัยไปเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการกับแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดตาก
3. นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียมให้กับพื้นที่อื่นต่อไป

### ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

**ขอบเขตด้านพื้นที่** การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่ศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** เนื้อหาที่กำหนดในการวิจัยครอบคลุมประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองริมน้ำปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยยึดหลักการด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว, สิ่งอำนวยความสะดวก, สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว, กิจกรรมการท่องเที่ยว, สวัสดิภาพและความปลอดภัย



3. ศึกษาแนวทางการส่งเสริมด้านตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยยึดหลักส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ การจัดการแหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์) ราคา การจัดการเดินทางท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาด

4. ศึกษานโยบาย การเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดตาก **ขอบเขตด้านประชากร** แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาในแหล่งท่องเที่ยว มีกลุ่มขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 ราย

2. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจังหวัดตาก มีกลุ่มขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 5 ราย

3. หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง (อบต.) ส่วนราชการจังหวัดตาก ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสาขาทาก ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดตาก ผู้อำนวยการกรมชลประทาน จังหวัดตากมีกลุ่มขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 5 ราย

**ขอบเขตด้านเวลา** เวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการเก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2551 ถึง มีนาคม 2552 ใช้ระยะเวลาในการศึกษาทั้งสิ้นประมาณ 6 เดือน

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก** หมายถึง พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว บริเวณชายหาดน้ำจืดริมแม่น้ำปิงฝั่งขวา ตั้งแต่บริเวณสะพานตากสิมหาราชจนถึงบริเวณสวนหย่อมหน้าสำนักงานบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 14 (ตาก) มีความยาวประมาณ 1,500 เมตร อำเภอเมือง จังหวัดตาก

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง ผู้ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก และไม่เป็นผู้อยู่อาศัยในเขตพื้นที่หมู่ที่ 2 ตำบลปามะม่วง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ซึ่งเป็นเขตพื้นที่เดียวกับแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** หมายถึง วัตถุประสงค์ ความถี่ในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะการเดินทาง พาหนะ ระยะเวลา ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

**แนวทางการพัฒนา** หมายถึง วิธีการในการวางแผนการจัดการด้านท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมมีคุณภาพในด้านแหล่งท่องเที่ยว, สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว,

สิ่งอำนวยความสะดวก, การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว, กิจกรรมการท่องเที่ยว, สวัสดิภาพและความปลอดภัย ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง แนวทางการวางแผนการจัดการด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

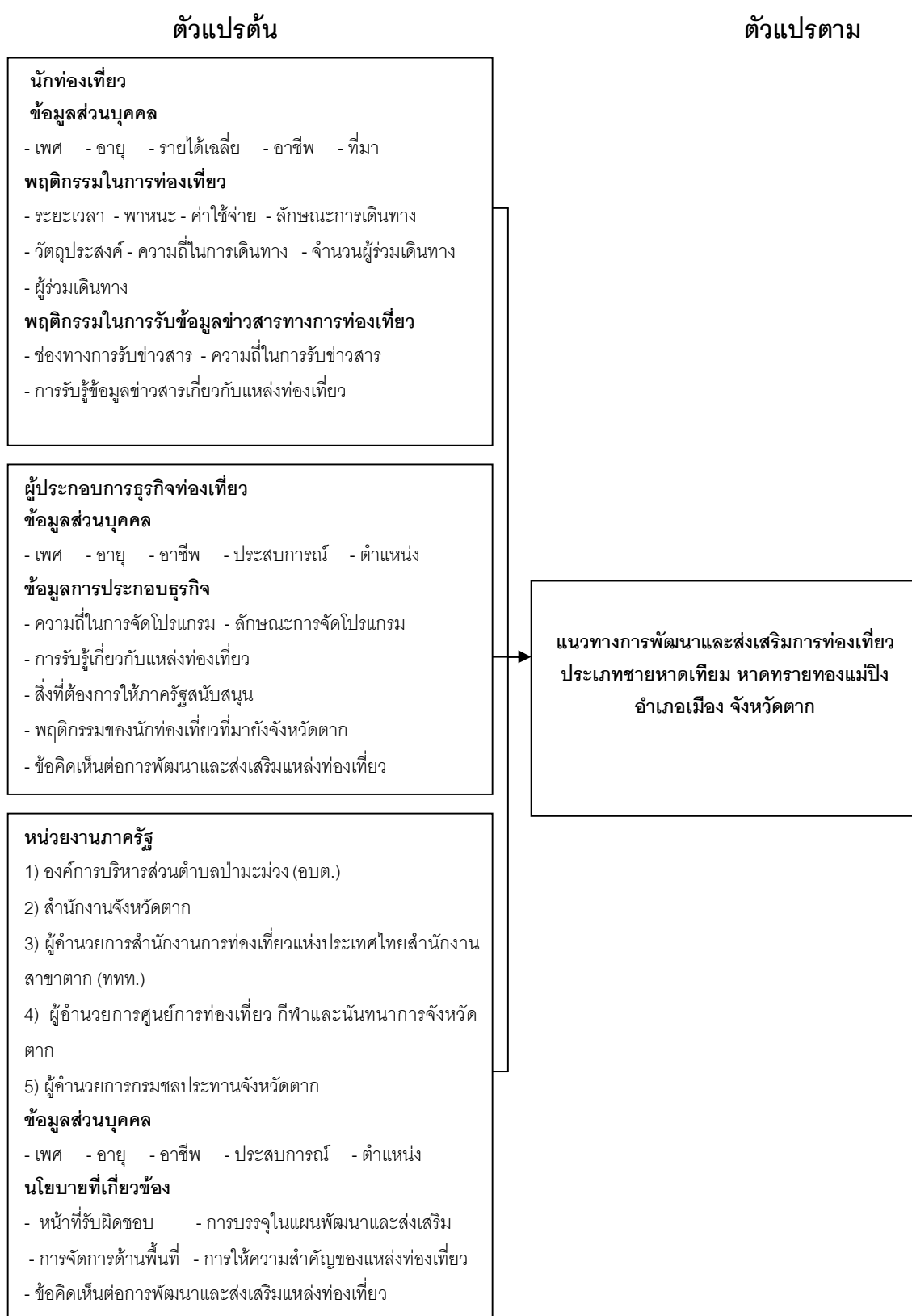
**แนวทางส่งเสริม** หมายถึง วิธีการจัดการทางด้านตลาดการท่องเที่ยวประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง วิธีการจัดการด้านตลาดการท่องเที่ยวให้กับหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

### **สมมติฐานของการวิจัย**

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 4 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 6 ส่วนดังต่อไปนี้

1. นโยบาย ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดตาก
2. ข้อมูลพื้นฐานของหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากจากกรมชลประทาน
3. แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด
4. แนวคิดในการดำเนินการด้านตลาดท่องเที่ยว
5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### นโยบาย ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดตาก

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2546 และวันที่ 6 พฤษภาคม 2546 ให้ทุกจังหวัด (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร) ใช้การบริหารงานแบบบูรณาการโดยให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้บริการสูงสุดของจังหวัด (Chief Executive Office: CEO) โดยบูรณาการและประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ให้จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายของรัฐบาล ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวถือเป็น 1 ใน 6 ยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญ โดยในด้านการท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานความปลอดภัยและบริการระดับสากล ที่เน้นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ จังหวัดตากมีนโยบาย ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดตาก (คณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตาก, 2550, หน้า 47-54) ดังต่อไปนี้

## วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์และเป้าหมายการพัฒนาของจังหวัดในภาพรวม วิสัยทัศน์จังหวัดตาก

บ้านเมืองน่าอยู่ ประชูปการค้าชายแดน ชุมชนเข้มแข็งขจัดความยากไร้ ชายแดนมั่นคง  
ใส่ใจทรัพยากร สิ่งแวดล้อมพร้อมส่งเสริมการท่องเที่ยว

### พันธกิจของจังหวัดตาก

1. ประสานสนับสนุน เสริมสร้างหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ ความร่วมมือในการบริหารจัดการ  
จังหวัดแบบบูรณาการ
2. ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาคนชุมชนเมือง ชนบท ชุมชนชายแดน โดยกระบวนการ  
มีส่วนร่วมบนความหลากหลายของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมควบคู่กับการป้องกันบรรเทาสาธารณภัย
3. เสริมสร้างการพัฒนาเขตเศรษฐกิจชายแดน ประสานการเชื่อมโยง การผลิต  
การตลาดทั้งด้านอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว
4. เสริมสร้างอำนวยความสะดวก คุณธรรมสังคม รักษาความมั่นคง ความสงบ  
เรียบร้อย รวมถึงการบริการประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ
5. ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการพัฒนาและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม  
สร้างพื้นฐานทุนของธรรมชาติของประชาชน

### ประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด

1. บ้านเมืองน่าอยู่
2. ส่งเสริมการค้าชายแดน
3. เสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง ขจัดปัญหาความยากจน
4. เสริมสร้างความมั่นคงชายแดน
5. พัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการท่องเที่ยว

### เป้าประสงค์การพัฒนาของจังหวัดในภาพรวม

1. บ้านเมืองมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด สวยงาม ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่  
ดี ได้รับการบริการจากรัฐด้วยความรวดเร็วเป็นธรรมและทั่วถึง รวมทั้งมีความปลอดภัยในชีวิตและ  
ทรัพย์สิน
2. เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันการค้าชายแดน โดยเป็นจุดรองรับและประสานการ  
เชื่อมโยงการค้าชายแดน การผลิต การตลาด ด้านอุตสาหกรรม เกษตรกรรมและการท่องเที่ยว
3. เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน พัฒนาเครือข่ายชุมชน และพัฒนาทรัพยากร  
มนุษย์ให้มีความรู้ความสามารถในการแข่งขัน มีรายได้เพิ่มขึ้นและพึ่งตนเองได้

4. พัฒนาคน ชุมชนและพื้นที่ชายแดนโดยกระบวนการมีส่วนร่วม สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนบนพื้นฐานความหลากหลายของวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

5. มีการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ตลอดจนระบบข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างรายได้ทั้งด้านการท่องเที่ยวและหัตถกรรม

### **วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวจังหวัดตาก**

ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บนพื้นฐานความหลากหลายทางธรรมชาติ วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น

### **พันธกิจด้านการท่องเที่ยวจังหวัดตาก**

1. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการดูแลรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2. ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยให้ทุกภาคส่วน มีส่วนร่วม

3. ส่งเสริมและพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดโดยให้ทุกภาคส่วน มีส่วนร่วม

### **ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว**

**ยุทธศาสตร์ 1** สร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน

#### **เป้าประสงค์**

1. เพื่อพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. เพื่อพัฒนาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวให้มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

#### **กลยุทธ์**

1. ปรับปรุงกลไกการทำงานภาครัฐเพื่อสนับสนุนการทำงานด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด

2. เสริมสร้างบทบาท ความเข้มแข็งของภาคเอกชน ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสถาบันการศึกษา

3. สร้างความตระหนักแก่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือในการพัฒนายกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัด

4. สนับสนุน ส่งเสริมให้ชุมชนและท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมและดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

**ยุทธศาสตร์ 2** พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

**เป้าประสงค์**

1. เพื่อยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานและมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว
2. ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

**กลยุทธ์**

1. ฟื้นฟู บูรณะแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถานให้สมบูรณ์
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยว
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพเพื่อเข้าสู่ระดับมาตรฐาน

**ยุทธศาสตร์ 3** ส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวภายในจังหวัด เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

**เป้าประสงค์**

1. เพื่อรักษาฐานตลาดเดิมและสร้างตลาดท่องเที่ยวใหม่
2. เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ และนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเดินทาง เข้ามาเที่ยวและใช้จ่ายในพื้นที่มากขึ้น
3. เพื่อบูรณาการการทำตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ
4. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามนโยบายรัฐบาล

**กลยุทธ์**

1. สร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์จังหวัดตาก เพื่อให้เกิดการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว
2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
3. พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและระบบเชื่อมโยงตลาดการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ
4. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ให้มีความหลากหลายอย่างต่อเนื่องตลอดปี
5. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติแห่งการเรียนรู้และสร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

**เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด**

1. จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4
2. แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดได้รับการพัฒนาคุณภาพอย่างน้อย ปีละ 3 แห่ง

## ข้อมูลพื้นฐานของหาดทรายทองริมแม่น้ำปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ข้อมูลพื้นฐานของหาดทรายทองริมแม่น้ำปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากตาก (กรมชลประทาน, 2547) จังหวัดตากมีภูมิประเทศที่ประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีชื่อเสียง จากการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดตาก มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน และประเพณีต่างๆ ที่หลากหลาย ยังคงความสวยงามและมีสถานที่ดึงดูดใจผู้มาเยือน สามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวนานาชาติสู่ประเทศเมียนมาร์และประเทศในแถบเอเชียได้ จังหวัดได้เล็งเห็นว่า ลำน้ำปิงของจังหวัดตาก เป็นลำน้ำสายหลักที่มีทัศนียภาพสองฝั่งงดงาม น้ำในลำน้ำปิงใสสะอาด มีศักยภาพเหมาะสมที่จะพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมด้านกีฬาทางน้ำ ทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาคและระดับประเทศได้

จังหวัดได้เสนอโครงการตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ปิงประมาณ พ.ศ. 2547 ด้านพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการท่องเที่ยว โครงการสร้างหาดทรายเทียมริมแม่น้ำปิงฝั่งขวา หมู่ที่ 2 ตำบลปามะม่วง อำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยมอบหมายให้โครงการชลประทานตาก เป็นเจ้าภาพรับผิดชอบดำเนินการก่อสร้างโครงการ คาดหมายว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อนและเล่นกีฬาทางน้ำของชาวตากอีกแห่งหนึ่ง และสร้างความประทับใจแก่ผู้มาท่องเที่ยวจังหวัดตากในโอกาสต่อไป

### การดำเนินการโครงการ

#### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยว พักผ่อนของประชาชนทั่วไป
2. เพื่อใช้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมและส่งเสริมกีฬาทางน้ำ
3. อนุรักษ์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำปิง บำรุงรักษาและปรับปรุงภูมิทัศน์ให้งดงาม

#### ลักษณะโครงการ

ก่อสร้างหาดทรายเทียม ดำเนินการโดยเรือชุดของกรมชลประทาน จุดเริ่มต้นตั้งแต่บริเวณสะพานตากสินลงมาทางใต้จนจรดสวนหย่อมหน้าสำนักงานอนุรักษ์พื้นที่ป่าไม้ ความยาวของหาดทรายประมาณ 1,500 เมตร ความกว้างประมาณ 50 เมตร ลาดชายหาด 70 เมตร บริเวณด้านเหนือน้ำป้องกันการกัดเซาะจากกระแสน้ำโดยเรียงหิน ความสูงของหาดทรายจากพื้นที่ตลิ่งน้ำประมาณ 3 เมตร พื้นที่ใช้สอยประมาณ 100,000 ตารางเมตร

ระยะเวลาดำเนินการ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนมิถุนายน 2547

งบประมาณดำเนินการ 5.00 ล้านบาท

แผนและผลการปฏิบัติงาน



เริ่มดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2547 โดยกำหนดแผนปฏิบัติงาน ถึงเดือนมิถุนายน 2547 แผนและผลการปฏิบัติงาน มีดังนี้

**ตาราง 1 แสดงแผนและผลการปฏิบัติงานก่อสร้างหาดทรายเทียม**

ที่	กิจกรรม	ปริมาณงาน	หน่วยนับ	ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		ความก้าวหน้าทั้งสิ้น	
				แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล
1.	งานถมหาดทราย	255,000	ลบ.ม.	30%	26.08%	40%	-	70%	26.08%
2.	งานขุดร่องแกน	1,560	ลบ.ม.	0%	1.73%	3%	-	3%	1.73%
3.	งานหินทิ้ง	2,420	ลบ.ม.	0%	1.45%	7%	-	7%	1.45%
4.	งานขุดเปิดหน้าดินและถางป่า	21,560	ตร.ม.	2%	4.64%	2.50%	-	4.50%	4.64%
5.	งานปรับแต่งพื้นที่	88,550	ตร.ม.	4%	3.62%	6%	-	10%	3.62%
6.	ควบคุมงานและอื่นๆ	L.S.	L.S.	2.50%	2%	3%	-	5.50%	2%
แผนและผลรวมความก้าวหน้าของงาน ( % )				38.5%	39.52%	61.5%	-	100%	39.52%

**ตาราง 2 แสดงค่าใช้จ่ายการดำเนินงานก่อสร้างหาดทรายเทียม**

ที่	กิจกรรม	งบประมาณ	หน่วยนับ (ล้านบาท)	ไตรมาส 2		ไตรมาส 3		การเบิกจ่ายเงิน	
				แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล
1.	ค่าตอบแทน	0.230	ล้านบาท	0.115	-	0.115	0.036	0.230	0.036
2.	ค่าใช้สอย	0.035	ล้านบาท	0.017	-	0.018	0.000	0.035	0.000
3.	ค่าวัสดุ	4.436	ล้านบาท	2.218	-	2.218	2.490	4.436	2.490
4.	ค่าจ้างแรงงาน	0.299	ล้านบาท	0.149	-	0.150	0.079	0.299	0.079
แผนและผลรวมการเบิกจ่าย ( ล้านบาท )				2.499	-	2.501	2.610	5.000	2.610

#### ปัญหาและอุปสรรค

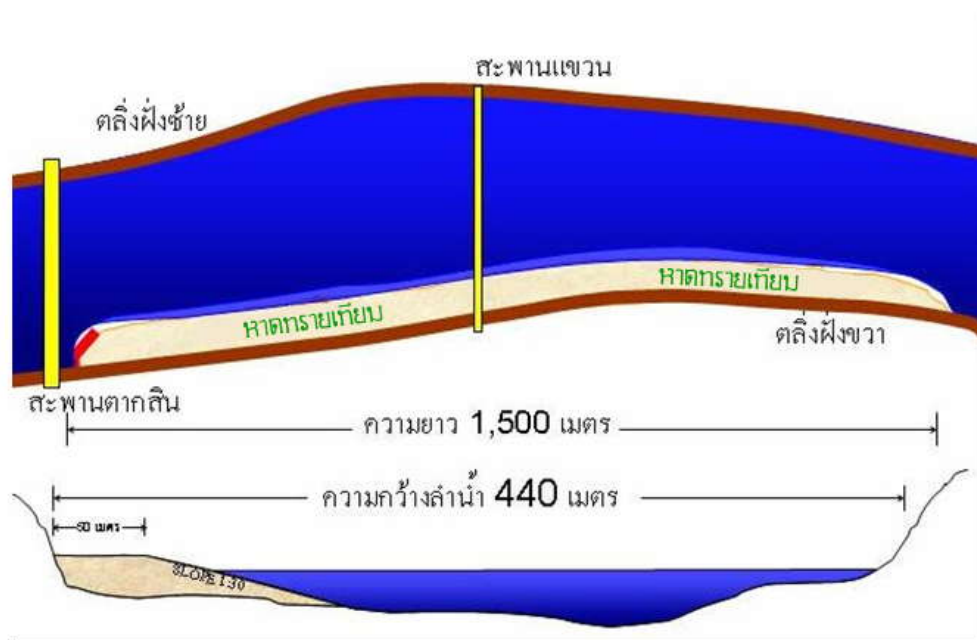
การปฏิบัติงานก่อสร้างเป็นการทำงานในน้ำ ซึ่งระดับน้ำขึ้นและลงอยู่ตลอดเวลา บางครั้งปริมาณน้ำและกระแสน้ำค่อนข้างแรง กัดเซาะและพัดพาหาดบางส่วนที่ดำเนินการไปแล้วเสียหาย ทำให้ต้องซ่อมแซมเพิ่มเติมมากกว่าปริมาณงานตามแผนปกติ แต่ก็ได้ปรับแผนงาน เพิ่มเวลาการทำงานมากขึ้น เพื่อให้งานดำเนินไปได้ตามแผนที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์

ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ

1. เป็นแหล่งพักผ่อนของประชาชนและนักท่องเที่ยวทั่วไป

2. ใช้เป็นสถานที่จัดกิจกรรม และส่งเสริมกีฬาทางน้ำ ในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัด
4. ส่งเสริมการค้าขายสินค้า OTOP
5. อนุรักษ์พื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำปิง บำรุงรักษาและปรับปรุงภูมิทัศน์ให้งดงาม  
ขอคิดเห็นและเสนอแนะ

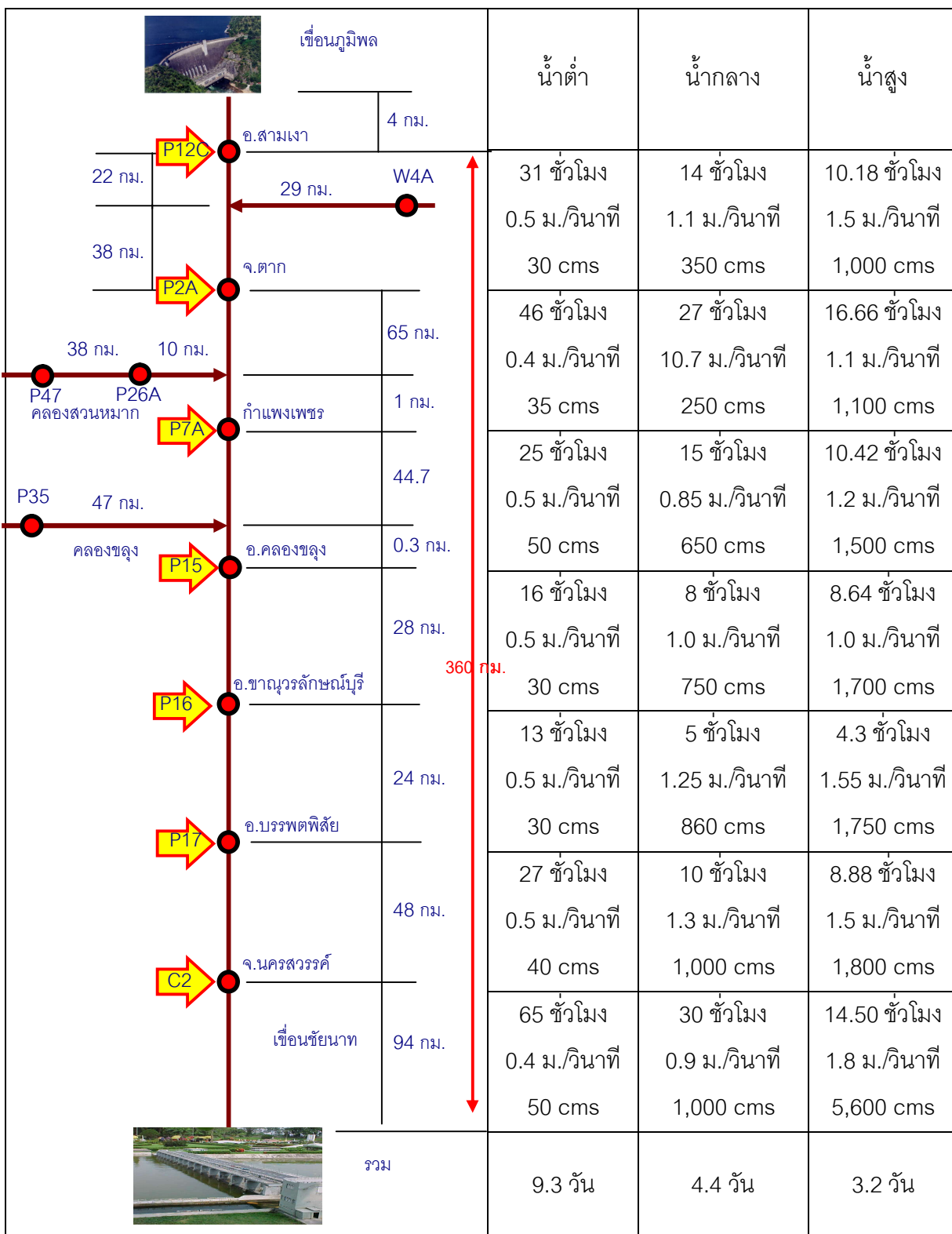
ประชาชนของจังหวัดตากและจังหวัดใกล้เคียง ให้ความสนใจโครงการตามยุทธศาสตร์ของจังหวัดโครงการนี้เป็นจำนวนมาก ผู้คนหลั่งไหลไปใช้บริการ โดยเฉพาะฤดูร้อน ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนเป็นอย่างดี รวมทั้งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนจังหวัดตาก โดยคาดหวังว่าจะมีผู้ใช้บริการ ปีละไม่ต่ำกว่า 8,000 คน จังหวัดมีแผนที่จะพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่อย่างถาวร เพื่อให้ลำน้ำปิงเป็นเอกลักษณ์คู่กับชาวจังหวัดตากสืบต่อไป



ภาพ 5 แสดงแปลนและรูปตัดลำน้ำปิงบริเวณที่ก่อสร้างหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก



ภาพ 6 แสดงแผนที่ตั้งของเขตเทศบาลเมืองจังหวัดตาก



ภาพ 7 แสดงระยะทางการเดินทางของน้ำ แม่ปิง (โดยวิธีคำนวณ)

## แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด

### ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภทตามลักษณะ คุณค่า และความสนใจของนักท่องเที่ยว (มนัส สุวรรณและคณะ, 2544, หน้า 40) ประกอบด้วย

1. ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือธรรมชาติสร้างสรรค์ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกชชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เชือก อ่างเก็บน้ำ และแหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง) ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติของไทย เช่น ภูกระดึง น้ำตกเอราวัณ เกาะเสม็ด ฯลฯ

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ วัด ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ฯลฯ

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ นา สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมือง ตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานช้างจังหวัดสุรินทร์ และสวนสามพราน ฯลฯ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อบริการเพื่อเดินทางท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวจะพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างจากสิ่งที่เคยชินและคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน ดังนั้นความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีหรือประเทศตะวันตก เพื่อดูหิมะตก ชาวอเมริกัน จากมลรัฐโคโรราโดในภาคเหนือของประเทศ เดินทางไปมลรัฐฟลอริดาในฤดูหนาว เพื่อหลีกเลี่ยงหิมะและความหนาวเย็น นักท่องเที่ยวจากมลรัฐทางใต้เดินทางไปเล่นสกีในมลรัฐโคโรราโดในฤดูหนาว ทำให้ธุรกิจการเล่นสกีและบ้านพักตากอากาศในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเฟื่องฟู ฤดูหนาวปีใดที่หิมะตกน้อย เล่นสกีไม่ได้ ธุรกิจการเล่นสกีและบ้านพักตากอากาศก็ตกต่ำ ปัจจุบันสถานที่ตากอากาศดังกล่าวได้รับการสนับสนุนให้เป็นสถานที่เล่นสกีในฤดูหนาว และเล่นสไลด์ในฤดูร้อนเป็นต้น (Weaver and Oppermann, 2000, หน้า 48) ชาวเยอรมันหนีความหนาวเย็นในฤดูหนาว เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งอากาศอบอุ่นกว่า

และนักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเพื่อชมหิมะ เป็นต้น นับได้ว่าความแตกต่างของภูมิอากาศ ทิวทัศน์ที่งดงามเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติและเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ ในทำนองเดียวกัน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และกิจกรรมประเพณี ที่แปลกและแตกต่างจากที่พบเห็นในประเทศหรือในท้องถิ่นของตนยังเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

### องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว

ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย 3 องค์ประกอบ หรือ 3A's (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 50-57) ดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่นั้น ๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มย่อมสนใจสิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทไม่เหมือนกัน เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติ ก็ชอบไปเที่ยวภูเขา หรือหาดทราย หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านศิลปวัฒนธรรม ก็ชอบไปเที่ยวชมวิถีชีวิตของชาวเขา หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านโบราณสถาน ก็ชอบไปเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนั้นภาพลักษณ์และราคาค่าเข้าชมของทรัพยากรท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมด้วย

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทาง หรือโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง แต่ถ้าขาดเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามประทับใจหรือมีคุณค่าสูงส่งเพียงใดก็ตามย่อมจะไร้ความหมายอย่างสิ้นเชิง เพราะไม่สามารถเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรนั้นได้ เช่น ถนน สถานีขนส่งทางรถยนต์ ท่าเรือ และท่าอากาศยาน เป็นต้น เพื่อให้ธุรกิจกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยว เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสุข ความสบาย และความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะ

ท่องเที่ยววันขึ้น โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหา และพัฒนาเพื่อ บริการแก่ประชาชนของตนเองอยู่แล้ว สำหรับนักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้จากการให้บริการ เหล่านี้ ซึ่งอาจแยกประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกออกเป็น 3 ประเภท คือ

3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทการเข้า-ออกเมือง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ เพราะเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวจะผ่านเข้าประเทศ โดยปกตินักท่องเที่ยวต่างชาติจะเดินทางเข้าออกประเทศ จะต้องมียังสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการเข้าออกประเทศอย่างประทับใจแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาซ้ำอีกซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทการเข้า-ออกเมือง ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ 4 ประเภทย่อย ๆ คือ

3.1.1 สิ่งอำนวยความสะดวกในการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง ควรมีความรวดเร็วในการขนถ่ายกระเป๋าเดินทางของนักท่องเที่ยว ถ้าหากล่าช้าจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่าย และฝังตรึงอยู่ในความทรงจำ อาจเข็ดขยาดไม่อยากจะเดินทางมาอีก

3.1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกในการตรวจหนังสือเดินทาง ควรดำเนินการตรวจคนเข้าเมืองให้เร็วขึ้น อาจเพิ่มช่วงตรวจเช็คให้มากขึ้น มีการแบ่งเป็นช่องเฉพาะคนที่ถือหนังสือเดินทางภายในประเทศกับช่องสำหรับคนต่างด้าวที่ถือหนังสือเดินทางต่างประเทศ

3.1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกในการตรวจค้นของติดตัว ควรดำเนินการตรวจค้นสิ่งของติดตัวให้รวดเร็ว อาจจะมีเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว หรือจัดเจ้าหน้าที่ศุลกากรตรวจค้นเป็นคณะ โดยไม่ปะปนกับบุคคลที่ไม่ใช่พนักงานท่องเที่ยว

3.1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกในการต่อวีซ่า เมื่อนักท่องเที่ยวประสงค์จะขออนุญาตอยู่ต่อชั่วคราวหลังจากครบกำหนดตามที่ได้ขออนุญาตไว้ ก็ควรอำนวยความสะดวกในการต่อวีซ่าให้รวดเร็ว เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้อยู่ในประเทศนานวันขึ้น ถ้าหากการต่อวีซ่าล่าช้า หรือมีปัญหา นักท่องเที่ยวก็ไม่อยากต่อวีซ่าจะทำให้ประเทศชาติสูญเสียเงินรายได้จากนักท่องเที่ยว

3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน หรือที่เรียกว่า สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ โดยที่รัฐบาลของแต่ละประเทศ พยายามสร้างสิ่งเหล่านี้แก่ประชาชนในประเทศของตนให้ได้รับความสะดวกสบายอยู่อย่างมีความสุข และส่งผลเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย ประเทศใดมีบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่ดี ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเข้ามาเยี่ยมเยือน และเกิดความประทับใจอยากกลับมาท่องเที่ยวอีก โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นและสำคัญมีดังต่อไปนี้

3.2.1 การสื่อสาร เช่น บริการโทรศัพท์ โทรเลข โทรสาร จดหมาย ไปรษณีย์ อินเทอร์เน็ต ซึ่งนักท่องเที่ยวก็จะสามารถใช้บริการด้านการสื่อสารในการส่งข่าวสารไปยังญาติมิตรที่บ้านเกิดเมืองนอนของตนเอง หรือติดต่อสอบถามข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพิ่มเติม

3.2.2 ระบบน้ำ ต้องมีการให้บริการน้ำใช้และน้ำดื่มที่มีความสะอาดและเพียงพอ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการระบบน้ำในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันได้ เช่น ระบบน้ำประปาที่สะอาดพร้อมทั้งมีการวางท่อให้น้ำไหลอย่างไม่ติดขัด เป็นต้น

3.2.3 ระบบไฟฟ้า มีการให้บริการด้านกระแสไฟฟ้า เพื่อใช้ในการให้แสงสว่าง และใช้กับเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ได้อย่างเพียงพอ เช่น เครื่องปรับอากาศ พัดลม เครื่องโหนด เตารีด เครื่องเป่าผม เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการด้านระบบไฟฟ้าได้ด้วย และจะต้องมีการจัดหาไว้ให้เพียงพอกับความต้องการ ที่อาจเกิดขึ้นจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในอนาคตด้วย

3.2.4 การสุขาภิบาล เช่น การกำจัดน้ำเสีย การกำจัดสิ่งขับถ่ายจากร่างกาย และการกำจัดขยะมูลฝอย เป็นต้น นับว่ามีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวย่อมไม่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือประเทศที่สกปรก

3.2.5 ถนนหนทาง เป็นเส้นทางสัญจรไปมาของประชาชน อีกทั้งเป็นเส้นทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสถานีขนส่งทางรถยนต์ ท่าเรือ และท่าอากาศยานเพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3.2.6 การสาธารณสุข เช่น โรงพยาบาล คลินิก ศูนย์อนามัย ซึ่งสถานพยาบาลเหล่านี้ จะต้องมีแพทย์และพยาบาลไว้รักษาให้ทันทั่วๆ ไป โดยคำนึงถึงการใช้ภาษาที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจด้วย

3.2.7 สวนสาธารณะ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้ร่วมกันได้ ควรจัดสร้างสวนสาธารณะทั้งในตัวเมืองและนอกเมืองไว้ให้บริการแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ควรสร้างให้กลมกลืนกันระหว่างสิ่งก่อสร้างรอบ ๆ กับบริเวณพื้นที่ว่างเปล่าโล่ง ๆ สร้างให้กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้อาจจัดทำสวนสาธารณะขึ้น 2 ข้างถนน เพื่อช่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติและเพิ่มความสวยงามของทิวทัศน์ 2 ข้างทางอีกด้วย

3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย ที่มุ่งให้ความปลอดภัยทางร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สิน แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ในการตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดก็ตาม นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความปลอดภัยทางร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สินเป็น



สำคัญ หากมีข่าวความไม่ปลอดภัยเกิดขึ้นที่ใดนักท่องเที่ยวก็จะรู้สึกไม่ปลอดภัยหากเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ที่ท่องเที่ยว นั้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เช่นกัน ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยที่สำคัญมี 3 ด้าน คือ

3.3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในลักษณะทั่วไป เป็นการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยและบำบัดทุกข์บำรุงสุขแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมมือกับกรมตำรวจจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (ศช.ทท.) เพื่ออำนวยความสะดวกและความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว

3.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยจากการใช้บริการท่องเที่ยว เป็นการให้ความคุ้มครองดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวจากการใช้บริการท่องเที่ยว เพื่อมิให้เกิดอุบัติเหตุหรือถูกหลอกลวงจากผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านการขนส่ง

ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านที่พักแรม

ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยว

ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านนำเที่ยว

ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านสินค้าที่ระลึก

3.3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยอื่น ๆ เช่น การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวด้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การให้ข่าวสารด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

**สรุป** องค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวมี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยว ดังนั้นหากมีการพัฒนาพื้นที่ใดๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบข้างต้นเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญในการวางแผนพัฒนา

#### **การจัดการโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว**

ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวพิจารณาก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ระบบโครงสร้างพื้นฐานบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและการบริการอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว หรือคือโครงสร้างด้านการท่องเที่ยว (ราณี อธิชัยกุล, 2544, หน้า 221-225) ดังต่อไปนี้

## โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

ประกอบด้วยระบบสาธารณูปโภคที่อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทาง และการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ระบบคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า น้ำประปา โทรคมนาคม การระบายน้ำ และการกำจัดน้ำเสีย และการกำจัดขยะ โดยปรกติในประเทศที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวรัฐบาลจะเป็นผู้จัดสร้างให้ โดยใช้เงินงบประมาณที่ได้มาจากภาษีที่มาจากประชาชนและเงินรายได้และเงินรายได้ที่เก็บจากธรรมเนียมการเข้าชม การจัดการโครงสร้างพื้นฐานมีแนวคิดที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิงเป็น 2 นัย ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เพิ่งค้นพบมักอยู่ในพื้นที่ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ที่โครงสร้างพื้นฐานยังไม่สมบูรณ์เพียงพอ รัฐบาลต้องพิจารณาความจำเป็นในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการต้องการของประชาชนในพื้นที่ รัฐบาลหลายประเทศเห็นความจำเป็นในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพราะเห็นว่าจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวตามมา

2. นักพัฒนาบางกลุ่มมองเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งพบใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ แม้ว่าระบบโครงสร้างพื้นฐานยังไม่สมบูรณ์ ดังนั้น ความไม่สมบูรณ์ของระบบโครงสร้างพื้นฐานอาจเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงได้เช่นกัน โครงสร้างพื้นฐานประกอบด้วยระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ดังนี้

- 2.1 ระบบคมนาคมขนส่ง เกี่ยวข้องกับเส้นทางคมนาคมทางถนน ทางรถไฟ ทางน้ำ และทางอากาศ เส้นทางเหล่านี้ช่วยให้การเดินทางเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมมากขึ้น ระบบคมนาคมยังรวมถึงการพัฒนาสถานีขนส่ง สถานีรถไฟ ท่าเรือ ตลอดจนสนามบินเพื่อที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเดินทางเชื่อมโยงจากถิ่นที่อยู่จนถึงจุดหมายปลายทางได้ นอกจากนี้องค์ประกอบของระบบคมนาคมขนส่ง เช่น ป้ายบอกทาง ที่จอดรถ ก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว

- 2.2 ระบบไฟฟ้า หากมีระบบไฟฟ้าเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถใช้แสงสว่างในเวลาากลางคืนได้ และทำให้การบริหารงานของแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น สถานที่ท่องเที่ยวบางประเภท เช่น ถ้าหากมีระบบไฟฟ้าเข้าถึงก็จะอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในถ้าได้สะดวก ระบบไฟฟ้าที่มีอยู่ควรมีปริมาณมากเพียงพอแม้ช่วงที่มีความต้องการใช้ไฟฟ้าสูงสุด เช่น ฤดูกาลท่องเที่ยว และมีกาให้บริการไฟฟ้าอย่าง

ต่อเนื่อง ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรมีการพยากรณ์ปริมาณความต้องการไฟฟ้าสูงสุดก่อนที่จะ ออกแบบระบบไฟฟ้าเพื่อตอบสนองความต้องการ

2.3 ระบบน้ำประปา แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีน้ำสะอาดไว้บริการแก่ผู้มาเยือน อย่างเพียงพอและต่อเนื่องการจัดหาน้ำสำหรับแหล่งท่องเที่ยวอาจมีการจัดสร้างระบบประปาขนาดเล็ก ขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ขึ้นอยู่กับความต้องการในการใช้น้ำของนักท่องเที่ยว

2.4 ระบบโทรคมนาคม การติดต่อสื่อสารจากภายนอกไปยังแหล่งท่องเที่ยว และ จากแหล่งท่องเที่ยวไปยังภายนอกเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว การจัดสร้างโครงข่ายระบบ โทรคมนาคมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกล มิฉะนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้สึกไม่ ปลอดภัย และแม้ว่าปัจจุบันจะมีระบบโครงข่ายโทรศัพท์ที่ไร้สาย แต่การรับสัญญาณในบริเวณที่ ห่างไกลโครงข่ายมากเกินไปอาจยังไม่สามารถติดต่อได้

2.5 ระบบระบายน้ำและกำจัดน้ำเสีย แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีระบบน้ำและ กำจัดน้ำเสีย เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อกิจการการท่องเที่ยว โดยทั่วไป ผู้คนจะมีความ ต้องการระบายน้ำประมาณร้อยละ 90 ของความต้องการใช้น้ำ ท่อระบายน้ำต่างๆ จึงควรมีขนาด ใหญ่เพียงพอต่อปริมาณน้ำสูงสุดที่ต้องการระบายในช่วงของฤดูการท่องเที่ยว เพื่อจะสามารถ ระบายน้ำได้ทันเวลา

2.6 ระบบกำจัดขยะ การกำจัดขยะนับว่ามีความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว ขยะในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเกิดจากนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ธุรกิจ แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องจัดการระบบกำจัดขยะให้เหมาะสม มิฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวจะมี ปัญหาความเสื่อมโทรม ความสกปรก เนื่องจากการขาดการดูแลอย่างทั่วถึงและอาจนำไปสู่ปัญหา ด้านการสาธารณสุขได้

**โครงสร้างด้านการท่องเที่ยว (Superstructure)** ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกสบายหรือบริการต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ร้านขาย สินค้าที่ระลึก แหล่งบันเทิง ศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามปกติแหล่ง อำนาจความสะดวก เหล่านี้เอกชนจะเป็นผู้จัดสร้างหรือจัดหาไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวในรูปแบบ ของการประกอบธุรกิจ แต่อาจมีหลายแห่งที่รัฐบาลเข้าไปดูแลหรือให้เงินสนับสนุนการดำเนินงาน ด้วยโครงสร้างด้านการท่องเที่ยวมาสามารถพัฒนาได้โดยปราศจากการจัดการโครงสร้างพื้นฐานที่ มีการวางแผนและก่อสร้างไว้เป็นอย่างดี

1. ข้อควรคำนึงในการจัดการโครงสร้างด้านการท่องเที่ยว โดยโครงสร้างด้านการ บริการด้านต่างๆ จะประสบผลสำเร็จได้ดี หากตอบสนองความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว

และก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งการจะบรรลุผลสำเร็จดังกล่าว หน่วยงานรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการควรพิจารณาประเด็นต่างๆ ดังนี้

1.1 วัตถุประสงค์ของการให้บริการ โครงสร้างด้านการบริการต่างๆ ควรมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อทำกิจกรรมเพื่อการศึกษา การกีฬา หรือการผจญภัย เพื่อความสะดวกในการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับที่พักแรม เป็นต้น

1.2 ขนาดการให้บริการ กิจการอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อการบริการนักท่องเที่ยวควรมีหลายขนาด เช่น ที่พักแรมควรมีหลายขนาด เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวหลายขนาด เช่น กลุ่มใหญ่ กลุ่มเล็ก บริษัทนำเที่ยวบางแห่งรับนักท่องเที่ยวจำกัดจำนวน บางแห่งรับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ เป็นต้น

1.3 จำนวนและประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก ควรสอดคล้องกับจำนวนและประเภทของนักท่องเที่ยว อาทิ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะต้องการพักแรมในโรงแรมที่หรูหรามีระดับ และซื้อสินค้าในร้านสรรพสินค้าที่มีคุณภาพสูง ร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวควรมีหลายประเภทเพื่อตอบสนองลูกค้าหลายกลุ่ม

1.4 การลงทุน โดยทั่วไปเอกชนจะเป็นผู้ลงทุนในโครงสร้างด้านการท่องเที่ยวซึ่งจะมีทั้งกิจการที่ลงทุนสูง ปานกลางหรือต่ำขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ ผู้ลงทุนอาจเป็นเจ้าของคนเดียว หลายคน หรือในรูปกลุ่มร่วมทุน ลักษณะของการลงทุนอาจมีการลงทุนร่วมกับท้องถิ่น การลงทุนเน้นผลกำไรที่เป็นตัวเงิน หรือเพื่อสังคม หน่วยงานรับผิดชอบในพื้นที่ควรพิจารณาการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวในประเด็นที่กล่าวมานี้ หากพบว่ากลไกของเอกชนไม่สามารถตอบสนองได้อย่างครบถ้วน รัฐบาลอาจเข้าไปดูแลหรือให้เงินสนับสนุนการดำเนินการ เช่น การให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำในการสร้างที่พักแรม เป็นต้น

1.5 ระดับการบริการ หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวควรพิจารณาว่าแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนหรือปานกลาง หรือน้อย และคุณภาพการบริการต่างๆ อยู่ในระดับมาตรฐานสากลระดับทั่วไปหรือระดับท้องถิ่น

1.6 ระบบการจัดการ ผู้ประกอบการบริการด้านต่างๆ ควรมีระบบการจัดการทรัพยากรภายในที่เหมาะสมตามสภาพพื้นที่ เช่น การเงิน บัญชี ทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น

**สรุป** ระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้ว จำเป็นต้องมีการวางแผนและพัฒนาและกำหนดมาตรฐานให้เหมาะสม รวมทั้งมีการกำกับดูแลและควบคุมระบบต่างๆ ให้

อยู่ในมาตรฐานที่กำหนด เพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ โดยทั่วกัน

### **กรอบและแนวทางในการจัดพื้นที่ท่องเที่ยว**

ในการดำเนินการเพื่อให้เกิดการจัดการต่อพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมให้มีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่าและประหยัด รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นตลอดจนหล่อหลอมค่านิยมในทางที่ดีร่วมกันในระบบรวมของสังคม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการจัดการพื้นที่อย่างยั่งยืนจึงมีการจัดกรอบและแนวทางการจัดพื้นที่ (สมชาย สนั่นเมือง, 2541, หน้า 27) ประกอบด้วย

1. การจัดพื้นที่การท่องเที่ยว ในการดำเนินการเพื่อการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวจะมีแนวทางประกอบด้วย

1.1 การกำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการจัดการเขตการใช้ประโยชน์กิจกรรมและขนาดของการท่องเที่ยว

1.2 การควบคุมการท่องเที่ยว กิจกรรมการสร้างหรือทำลายองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเข้มงวดตามระดับการอนุรักษ์ของพื้นที่

1.3 ให้มีการประยุกต์ใช้มาตรการป้องกันและลดผลกระทบต่อนพื้นที่ท่องเที่ยวและระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

2. การให้การศึกษาระดับสื่อความหมาย ในการดำเนินการในเรื่องการให้การศึกษาระดับสื่อความหมายจะมีแนวทางประกอบด้วย

2.1 การส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีระบบการให้ข้อมูล สื่อความหมาย และระบบให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและบริการอื่น ๆ

2.2 การสนับสนุนบริการที่มีคุณภาพและมีโปรแกรมให้ความรู้ที่ชัดเจน ทั้งการบริการ ที่พัก การนำเที่ยวและบริการอื่น ๆ

2.3 ส่งเสริมการใช้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือมัคคุเทศก์เฉพาะทาง

2.4 การจัดเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ และวัฒนธรรมท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทางสื่อมวลชน

2.5 การให้การศึกษาระดับสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งในด้านความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อม การนำเที่ยว และการจัดการบริหารการท่องเที่ยว

3. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ในส่วนของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวจะมีการดำเนินการประกอบด้วย

3.1 การมุ่งเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือสามารถป้องกันและแก้ไขผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้

3.2 การส่งเสริมกิจกรรมที่มีการให้การศึกษา หรือเพิ่มการให้การศึกษาและเรียนรู้ร่วมกันในกิจกรรมท่องเที่ยว

3.3 การจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น เยาวชน กลุ่มอาชีพให้มากขึ้น

3.4 การจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และชุมชน

4. การบริการท่องเที่ยว การดำเนินการในส่วนของการบริการท่องเที่ยวจะประกอบด้วย

4.1 การส่งเสริมในส่วนของการบริการที่มีความรับผิดชอบต่อ กำหนดให้มีมาตรการการรักษาสิ่งแวดล้อม การให้การศึกษา และการบริการที่ได้มาตรฐาน

4.2 การสร้างการมีส่วนร่วมในการบริการของชุมชนในกระบวนการบริการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

4.3 การกำหนดให้สถานบริการ การบริการ และรูปแบบการบริการทุกประเภท สร้างความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม

4.4 การจัดอบรมเพื่อเพิ่มคุณภาพของบุคลากรในหน่วยบริการของพื้นที่ โดยให้มีหลักสูตรการรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกโครงการ

4.5 การกำหนดมาตรฐานการบริการ ออกแบบเครื่องหมายรับรองหน่วยบริการที่ได้มาตรฐานรวมทั้งมีการประกวดการบริการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

4.6 การปรับปรุง หรือใช้มาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ให้เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมและควบคุมการบริการ

4.7 การสนับสนุนให้สถานบริการจัดการบริการที่ได้มาตรฐานตามระบบคุณภาพ

5. การจัดการ ป้องกัน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมการกำหนดแนวทางในการจัดการป้องกัน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย

5.1 การกำหนดมาตรฐานการดำเนินการเก็บ กำจัดขยะมูลฝอย และควบคุมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดขยะมูลฝอยในแหล่งท่องเที่ยว

5.2 การกำหนดมาตรการ และดำเนินการป้องกัน บำบัด และกำจัดสิ่งปฏิกูลและน้ำเสีย

5.3 การเข้มงวดกวดขันต่อกิจกรรมที่อาจทำลายสิ่งแวดล้อม

6. การส่งเสริมการตลาด ในการส่งเสริมการตลาดจะมีแนวทางประกอบด้วย
  - 6.1 การแนะนำและเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่เหมาะสมเท่านั้น
  - 6.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเหมาะสม สอดคล้องกับการท่องเที่ยว

และ

กิจกรรมที่เป็นที่ยอมรับได้ของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยว

- 6.3 การส่งเสริมการตลาดในประเทศให้มากขึ้น โดยเน้นที่กลุ่มเยาวชน กลุ่มครอบครัว กลุ่มทำงาน

7. การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน

- 7.1 การดำเนินการในมีส่วนร่วมของชุมชน
- 7.2 การสนับสนุนการรวมกลุ่มของประชาชน ชุมชน เพื่อการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว
- 7.3 การยกระดับชุมชนท้องถิ่นระดับหมู่บ้าน หรือองค์กรปกครองท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการจัดการสิ่งแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน

- 7.4 จัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจในบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยว โดยเน้นการเรียนรู้ การวางแผนการปฏิบัติการ และการประเมิน

**สรุป** การจัดการพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีแนวทางทั้งหมด 7 แนวทางที่นักวางแผนต้องคำนึงถึง ได้แก่ การจัดพื้นที่การท่องเที่ยว การให้การศึกษาและสื่อความหมาย การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว การจัดการ ป้องกัน และลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการตลาด และการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน

#### **มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว**

คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่าสมควรได้รับการรองรับมาตรฐานคุณภาพหรือไม่ มีลักษณะสรุปไว้ 7 ประการ (มนัส สุวรรณ และคณะ, 2544, หน้า 47-48) ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย
  - 1.1 ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
  - 1.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
  - 1.3 ความสมบูรณ์และควมมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
2. การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย
  - 2.1 การจัดการขยะมูลฝอย
  - 2.2 การจัดการคุณภาพน้ำ
  - 2.3 การจัดการคุณภาพอากาศ

- 2.4 การจัดการคุณภาพเสียง
- 2.5 การเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อม
- 3. เศรษฐกิจ-สังคม ประกอบด้วย
  - 3.1 ผลประโยชน์ต่อชุมชน
  - 3.2 ความสามารถในการพึ่งตนเอง
  - 3.3 ความคุ้มค่าของการเที่ยวชม
  - 3.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน
  - 3.5 ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม
- 4. ศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย
  - 4.1 คุณค่าทางอัตตลักษณ์
  - 4.2 คุณค่าทางภูมิปัญญาและองค์ความรู้
  - 4.3 คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์
  - 4.4 คุณค่าทางประวัติศาสตร์
  - 4.5 คุณค่าทางสังคม
- 5. ประวัติศาสตร์และโบราณคดี ประกอบด้วย
  - 5.1 คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์
  - 5.2 คุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี
  - 5.3 คุณค่าทางวิทยาการและการศึกษา
  - 5.4 คุณค่าทางสังคม
  - 5.5 ขนาด
  - 5.6 ความสำคัญของกลุ่มสิ่งก่อสร้าง
  - 5.7 สภาพทางกายภาพในปัจจุบัน
  - 5.8 ความเสี่ยงต่อการเสื่อมสภาพ
- 6. คุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา ประกอบด้วย
  - 6.1 ผลประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้
  - 6.2 วิธีการเผยแพร่เนื้อหาความรู้และการใช้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และ  
การศึกษา
  - 6.3 การปรับปรุงปัจจัยและกระบวนการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- 7. การบริหารจัดการ ประกอบด้วย



- 7.1 การใช้ประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรและพลังงาน
- 7.2 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก
- 7.3 การให้ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน
- 7.4 การบริหารบุคลากรและงบประมาณ
- 7.5 การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- 7.6 การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว

### การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายทะเล

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายทะเล (กองวางแผนโครงการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 131-136) การเลือกสรรบริเวณที่จะทำการพัฒนาเป็นที่ตั้งสำหรับที่พักนักท่องเที่ยวบริเวณชายทะเลควรได้รับการพิจารณาเป็นสิ่งแรก เนื่องจากการพัฒนาจะได้รับความสำเร็จก็คือเมื่อพื้นที่นั้นมีทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สามารถเข้าถึงได้ และการพักอาศัยในบริเวณนี้มีความสะดวกและปลอดภัยพื้นที่ที่จะทำการพัฒนาขึ้น ควรมีลักษณะเกณฑ์การเลือกสรรดังต่อไปนี้

1. เป็นพื้นที่บริเวณชายทะเลที่มีชายหาดเป็นหาดทรายและสามารถเข้าถึงได้ง่าย
2. จากพื้นที่ที่ตั้งที่พัก สามารถมองเห็นทัศนียภาพที่สวยงาม เช่น เกาะแหลม แนวปะการัง ฯลฯ หรือให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในบริเวณนั้น ๆ และเดินทางกลับสู่ที่พักได้ภายในเวลา 1 วัน
3. จุดที่ตั้งควรมีลักษณะทางภูมิสถาปัตยกรรมที่สวยงาม หรือพื้นที่นั้น ๆ สามารถตกแต่งให้สวยงามได้
4. อยู่ในจุดที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกโดยทางรถยนต์ หรือทางเท้า
5. อยู่ในบริเวณที่มีแหล่งน้ำจืดมีปริมาณมากพอที่จะบริการผู้มาพักได้ตลอดปี หรือมีพื้นที่กว้างขวางพอที่จะขุดบ่อเก็บน้ำปริมาณดังกล่าวไว้ได้
6. ไม่อยู่ในบริเวณที่น้ำท่วมถึง และไม่อยู่ในบริเวณช่องเขาหรือหุบเขาที่เป็นทางระบายน้ำฝนตามธรรมชาติ
7. อยู่ในบริเวณชายทะเลที่สามารถรับลมในฤดูต่าง ๆ และควรหลีกเลี่ยงบริเวณที่มีลมกรรโชกแรง เช่น ลมมรสุมบ่อย ๆ เป็นอันตรายต่อผู้มาพักและทรัพย์สิน
8. ลักษณะทางธรณีวิทยาของพื้นที่โดยทั่วไป ควรอึดตัวกันแน่น ไม่เคยมีการพังทลายมาก่อน โดยสอบถามจากผู้อยู่ในบริเวณนั้นมานาน หรือลักษณะการเอียงเอียงของต้นไม้

## สภาพทั่วไปของพื้นที่ชายทะเล

เป็นการศึกษาถึงสภาพธรรมชาติของบริเวณชายหาด เพื่อนำเป็นข้อพิจารณาในการใช้เนื้อที่ที่เหมาะสมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล ชายทะเลโดยทั่วไปจะมีลักษณะใกล้เคียงกันสามารถแบ่งเขตชายทะเลออกเป็น 4 เขต คือ

เขตที่ (1): ทะเล กำหนดเขตด้วยถือเอาระดับน้ำทะเลขึ้นสูงสุดเป็นเขตในบริเวณนี้ถือเป็นเขตสาธารณะ เป็นเขตที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมทางน้ำ เช่น ว่ายน้ำ ตกปลา เล่นเรือ ดูปะการัง ฯลฯ การกำหนดกิจกรรมขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะที่ เช่น มีความลาดชันสูง หรือมีหินปะการัง ไม่เหมาะในการว่ายน้ำ แต่เหมาะที่จะเป็นที่ตกปลา หรือดูปะการัง นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาในเรื่องความปลอดภัยด้วย เช่น สัตว์ร้าย พืชมีพิษ ความคมของหิน ฯลฯ

เขตที่ (2): หาดทราย มีบริเวณจากแนวระดับน้ำทะเลสูงสุดถึงแนวพืชคลุมดิน เป็นบริเวณที่มักมีระดับเรียบเสมอกัน ถือเป็นที่สาธารณะ ห้ามปลูกสร้างอาคาร เหมาะสำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพักผ่อน เช่น อาบแดด เดินเล่น ก่อเจดีย์ ออกกำลังกาย เล่นกีฬาชายหาด ฯลฯ ความสวยงามของบริเวณนี้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่สุด จึงควรอนุรักษ์ให้คงสภาพเดิม โดยไม่รุกร้าเขตและรักษาความสะอาดของหาด

เขตที่ (3): เนินทราย เป็นบริเวณที่ติดต่อกับเขตหาดทราย มีพืชคลุมดิน เช่น ผักบุ้งทะเล ปกคลุมอยู่ทั่วไป มีลักษณะเป็นสันทรายเตี้ย ๆ เกิดจากการทับถมตัวของทรายที่ถูกลมพัดจากทะเลเป็นตัวกั้นบริเวณถัดไปไม่ให้ทลายลง โดยพืชคลุมดินจะช่วยยึดทรายให้มีความอยู่ตัวสูง จึงไม่ควรทำลายพืชคลุมดินในบริเวณนี้โดยเด็ดขาด ร่องระหว่างเนินทรายมีสภาพอุดมสมบูรณ์พอที่ต้นไม้ยืนต้นจะขึ้นได้ จึงควรปลูกพืชยืนต้นหรือไม้พุ่ม แต่ห้ามการปลูกสร้างอาคาร

เขตที่ (4): พื้นที่เหมาะที่จะทำการก่อสร้าง เป็นบริเวณที่อยู่จากแนวเนินทราย พื้นดินมีความอยู่ตัวสูง และมีความอุดมสมบูรณ์พอที่จะปลูกต้นไม้ได้ ส่วนมากมีแหล่งน้ำจืด บริเวณนี้เป็นบริเวณที่เจ้าของที่ดินมีสิทธิ์ครอบครองเต็มที่ จะปรับปรุงเป็นโครงการบริการที่พักเพื่อการท่องเที่ยวได้โดยสมบูรณ์สามารถปลูกสร้างอาคารเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ ได้

## การพิจารณาเกี่ยวกับแปลงที่ดิน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาแปลงที่ดินที่จะพิจารณาเป็นโครงการที่พักเพื่อการท่องเที่ยว มี ดังนี้

1. ในแต่ละบริเวณย่อมมีลักษณะของพื้นที่ดินและสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น มีหน้าที่ดินแคบหรือมีดินปนแถบต้นยาวขนานไปกับฝั่งทะเล ฯลฯ ลักษณะที่แตกต่างกันเช่นนี้ ย่อมมีข้อได้เปรียบกันจำเป็นต้องใช้หลักในการจัดองค์ประกอบในโครงการช่วยแก้ไขข้อจำกัดที่มีอยู่ ให้

โครงการได้รับประโยชน์สูงสุด ซึ่งหลักการเหล่านี้จะได้กล่าวถึงโดยละเอียดในขั้นตอนอธิบายถึงตัวอย่างการจัดกลุ่มที่พักในแบบต่าง ๆ ต่อไป

2. ควรระวังไม่ให้สิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ รุกล้ำแนวเขตต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในข้อ 1. และไม่ให้อยู่ใกล้ชิดกันเกินไป จนเป็นเหตุให้บังลม บังสายตานอกจากจะเป็นการสร้างบรรยากาศที่ไม่เหมาะสมต่อการพักผ่อน แล้วยังอาจมีการรบกวนซึ่งกันและกันของส่วนต่าง ๆ ได้ และอาจมีปัญหาร้ายแรงเกี่ยวกับอัคคีภัยเกิดขึ้นได้ หากมีปัญหากับความคับแคบของที่ดินและไม่อาจหลีกเลี่ยงปัญหาของความรบกวนที่เกิดขึ้นในแต่ละส่วนได้ ควรใช้แบบรั้วแนวกัน และขอแนะนำในทางภูมิสถาปัตยกรรมในภาคสองเข้าช่วยกันแก้ไขปัญหา

3. การปลูกสร้างอาคารควรจะต้องคล้อยตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ของแปลงที่ดิน ได้แก่ ลักษณะความเอียงลาด พื้นที่ราบ ฯลฯ ไม่ควรทำลายสภาพตามธรรมชาติ เช่น พื้นที่ตั้งเป็นพื้นที่เอียงลาด ควรสร้างอาคารยกระดับพื้นที่ให้สูงลอยจากระดับดิน ปล่อยพื้นที่ให้เอียงลาดตามเดิม จะช่วยในด้านการระบายน้ำได้ดี หรือด้านที่มีลมพัดแรงจัด ควรปลูกต้นไม้เป็นแนวกันลมประกอปกักรั้วไม้กันด้วย ฯลฯ

### องค์ประกอบสำคัญ

ในแต่ละโครงการนั้น หากต้องการให้มีบริการอย่างมีมาตรฐานและสะดวกสบายต่อทุกฝ่าย ควรแบ่งองค์ประกอบบริเวณภายในโครงการเป็น 3 ส่วน คือ

1. ส่วนบ้านพัก ได้แก่ บ้านพักประเภทต่าง ๆ รวมทั้งห้องน้ำด้วย
2. ส่วนพักผ่อนนันทนาการ ได้แก่ สนาม แคมป์ไฟ ลานอเนกประสงค์ทั่วไป สโมสร
3. ส่วนบริการ ได้แก่ สำนักงาน ร้านค้า ที่จอดรถ ครุฑ ที่เก็บของ บ่อกำจัดขยะ

น้ำ

รายละเอียดของแต่ละส่วนจะมีมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับขนาดของโครงการและความสามารถในการให้บริการของโครงการนั้น

**การจัดวางองค์ประกอบสำคัญเหล่านี้ มีหลักการโดยทั่วไปเพื่อใช้เป็นข้อพิจารณา ดังนี้**

1. ส่วนพักบังกาลและส่วนพักผ่อนนันทนาการ ควรได้รับประโยชน์จากธรรมชาติชายหาด และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด
2. ส่วนบริการ ควรให้มีการติดต่อ เข้า-ออก รับ-ส่งของและสินค้าได้โดยง่าย โดยไม่รบกวนส่วนบ้านพักและส่วนนันทนาการ
3. แบ่งแยกบริเวณระหว่างส่วนที่มีกิจกรรมที่รบกวน เช่น กิจกรรมที่มีเสียงดัง ได้แก่ ส่วนที่เล่นกีฬา ควรจะแบ่งแยกออกจากกิจกรรมพักผ่อนที่ต้องการความสงบ

### การจัดเส้นทางสัญจรภายในโครงการ

การจัดเส้นทางสัญจร หมายถึง การทำถนนและทางเดินเพื่อใช้เป็นเส้นทางติดต่อกันในระหว่างส่วนต่าง ๆ ในโครงการที่มีหลักการที่ควรยึดถือโดยทั่วไป คือ

1. ควรแยกและจำกัดเส้นทางของรถยนต์ไว้ต่างหาก จากบริเวณทางเดินภายในบ้านพักและส่วนนันทนาการ
2. บริเวณที่จอดรถและส่วนที่มีความจอแจของยานพาหนะซึ่งมีเสียงดังรบกวน ควรแยกให้อยู่ห่างไกลจากส่วนบ้านพักและส่วนนันทนาการ
3. เส้นทางสัญจร ควรให้เชื่อมต่อกับบริเวณต่าง ๆ ได้โดยสะดวกและตรวจตราให้อยู่ในสภาพที่สะอาดเรียบร้อย ปราศจากหญ้ารกและเศษขยะ

### การจัดสวนประกอบเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ

ส่วนนี้ ได้แก่ บริเวณซุ้มทางเข้า การทำรั้ว ป้ายชื่อขนาดต่าง ๆ การประดับสถานที่ด้วยวัสดุท้องถิ่น การติดตั้งดวงโคมให้แสงสว่าง และการจัดแต่งบริเวณสถานที่ด้วยต้นไม้ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้ประกอบกิจการอาจเลือกแบบวิธีใช้ได้โดยอิสระจากภาคสอง ทั้งนี้โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อมเป็นหลักใหญ่ อย่างไรก็ตามสวนประกอบเหล่านี้ล้วนเป็นส่วนดึงดูดความสนใจจากภายนอกเป็นสิ่งแรก จึงควรให้ความสำคัญไม่ควรละเลยสิ่งเหล่านี้

### การทำแผนภูมิการใช้ที่ดิน

การทำแผนภูมิการใช้ที่ดิน หมายถึง การบันทึกด้วยเส้นสาย แจกแจงการใช้เนื้อที่เพื่อกิจกรรมต่างๆ ในโครงการ การบันทึกเช่นนี้เป็นการเตรียมการและวางแนวทางล่วงหน้ามีการแก้ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นไว้แล้ว เพื่อป้องกันการผิดพลาดในขณะก่อสร้างจริง ผู้ประกอบกิจการสามารถทำแผนภูมิการใช้ที่ดินได้ด้วยตนเอง โดยปฏิบัติตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ทำการศึกษาแปลงที่ดินโดยละเอียด ได้แก่ ขนาด รูปร่างและขอบเขตของที่ดิน สภาพแวดล้อมของบริเวณใกล้เคียง เส้นทางถนน ไฟฟ้า ประปา ทิศทางแดดและลมประจำของที่ตั้งแหล่งน้ำจืด ฯลฯ แล้วบันทึกลงเป็นแผนผังในกระดาษ
2. ศึกษาองค์ประกอบที่แสดงไว้ประกอบกับหลักการในการจัดองค์ประกอบ กำหนดองค์ประกอบต่างๆ แล้วบันทึกตำแหน่งลงเป็นแผนผังที่บันทึกไว้ในข้อ 1
3. กำหนดเส้นทางสัญจรภายในโครงการ เพื่อเชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีการติดต่อกันได้

เมื่อเสร็จขั้นตอนทั้ง 3 ข้างต้นแล้ว จะได้แผนภูมิการใช้ที่ดินที่สมบูรณ์แบบใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนการใช้เนื้อที่ของโครงการ ขั้นตอนต่อไปจึงเป็นการวางผังบริเวณโครงการโดยละเอียด

## การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด

องค์ประกอบพื้นฐานสำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ประกอบด้วย 3 ด้าน (สถาบันสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550, หน้า 4-6) ได้แก่

1. คุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย หมายถึง คุณค่าหรือความสำคัญทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดที่เกิดขึ้นจากหลายองค์ประกอบ ทั้งในด้านสภาพทางกายภาพของชายหาด สภาพชีวภาพ สภาพภูมิทัศน์ คุณค่าทางเศรษฐกิจสังคม รวมถึงสภาพแวดล้อมและความเสี่ยงต่อการถูกทำลายของชายหาด ซึ่งหมายถึงภาวะของปัจจัยต่างๆ ที่อยู่รอบๆ สิ่งแวดล้อมธรรมชาติของชายหาดที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติด้านใดด้านหนึ่ง ปัจจัยต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาตินั้น อาจมาจากภัยธรรมชาติที่มนุษย์ไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าหรือคาดการณ์ล่วงหน้าได้ แต่ไม่สามารถยับยั้งภัยธรรมชาตินั้นได้ และอีกประการหนึ่งเกิดจากการกระทำของมนุษย์ซึ่งอาจจะตั้งใจหรือความรู้อาจไม่ถึงการณ์ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านลบขึ้นกับสิ่งแวดล้อมได้ อาศัยปัจจัย 2 ด้าน ได้แก่

### 1.1 คุณค่าการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1.1.1 องค์ประกอบของวัสดุพื้นทรายบนชายหาด
- 1.1.2 รูปทรงของชายหาด
- 1.1.3 ความกว้างของชายหาด
- 1.1.4 ความชันของชายหาด
- 1.1.5 ลักษณะของพื้นทราย
- 1.1.6 ความใสของน้ำทะเล
- 1.1.7 สัตว์ที่พบบริเวณชายหาด
- 1.1.8 องค์ประกอบของภูมิทัศน์บริเวณชายหาด
- 1.1.9 สภาพบรรยากาศเพื่อการพักผ่อน
- 1.1.10 ความสำคัญทางประวัติศาสตร์
- 1.1.11 กิจกรรมทางเศรษฐกิจสังคมบริเวณชายหาด

### 1.2 ความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ประกอบด้วย

- 1.2.1 สภาพการถูกกัดเซาะ
- 1.2.2 การระบายน้ำลงสู่ชายหาด
- 1.2.3 สภาพการถูกบุกรุกบริเวณชายหาดจากสิ่งก่อสร้างถาวรและชั่วคราว
- 1.2.4 กิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพของชายหาด

### 1.2.5 ภัยธรรมชาติที่ก่อให้เกิดการทำลายสภาพชายหาด

2. ศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยส่งเสริมแหล่งธรรมชาตินั้นๆ ให้มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว เช่น แหล่งธรรมชาติอาจมีสภาพธรรมชาติที่สวยงามมาก แต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวได้น้อยขาดความปลอดภัยในการท่องเที่ยว หรือมีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่

#### 2.1 ศักยภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

2.1.1 ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.1.2 ความสามารถในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว

#### 2.2 การเข้าถึง ประกอบด้วย

2.2.1 ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณเขตบริการ

2.2.2 เส้นทางทางการเข้าถึงชายหาด

2.2.3 ความเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวหลัก

#### 2.3 ความปลอดภัยประกอบด้วย

2.3.1 การเกิดเหตุอันตรายต่อนักท่องเที่ยวจากภัยธรรมชาติ

2.3.2 การเกิดเหตุอันตรายต่อนักท่องเที่ยวจากปัจจัยอื่น

2.3.3 ลักษณะคลื่นและกระแสน้ำ

2.3.4 วัสดุแหลมคมบริเวณชายหาด

#### 2.4 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

2.4.1 ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของตัวแหล่งท่องเที่ยว

2.4.2 ความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่น

2.4.3 ความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่น ภาคเอกชน และหน่วยงานรัฐในการ

พัฒนาการท่องเที่ยว

3. การบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล การดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

3.1 การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งธรรมชาติ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการด้านการท่องเที่ยว

3.2 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการ

ดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว

3.3 การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

หลักเกณฑ์ที่ใช้ประเมินการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่

1. การจัดการด้านการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 หลักเกณฑ์ ได้แก่
  - 1.1 การจัดการกิจกรรมที่เหมาะสม
  - 1.2 การจัดการด้านภูมิทัศน์หรือความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่
  - 1.3 การจัดการขยะมูลฝอยและการรักษาความสะอาด
  - 1.4 การติดตามตรวจสอบคุณภาพน้ำทะเล
  - 1.5 การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
  - 1.6 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว
2. การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 7 หลักเกณฑ์ ได้แก่
  - 2.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณชายหาด
  - 2.2 ความพร้อมของสาธารณูปโภคพื้นฐาน
  - 2.3 การควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยว
  - 2.4 มาตรการด้านความปลอดภัยและระบบเตือนภัย
  - 2.5 เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
  - 2.6 การให้บริการ
  - 2.7 การจัดการด้านการมีส่วนร่วม

**ขีดความสามารถทางการรองรับสำหรับแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล (Coastal carrying capacity)**

จากการรายงานการพัฒนากการท่องเที่ยวพหุภาคี (อ้างอิงใน บัณฑิต, 2528, หน้า 9) สภาพแวดล้อมบริเวณสถานตากอากาศโดยทั่วไป ที่ควรแก่การสงวนรักษาอนุรักษ์และพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมบริเวณชายทะเล (Land environment) และสภาพแวดล้อมในทะเล (marine environment) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ 3S, 3A, 3R ขีด

ความสามารถทางการรองรับสำหรับแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลบรรยากาศชายทะเลโดยทั่วไปควรเป็นธรรมชาติที่สงบเงียบและห่างจากความเป็นเมือง ดังนั้นสถานตากอากาศชายหาดจอมเทียนควรมีการรักษาบรรยากาศชายทะเลเอาไว้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญคือ

3S ได้แก่ Sea, Sun, Sand หมายถึง ความสงบเงียบของทะเล (calm sea) แสงอาทิตย์พอดีๆ (Warm sun) และหาดทรายที่งดงามระยิบระยับ (Glittering sand) ทั้ง 3 อย่างที่ได้กล่าวมานี้เป็นจุดเด่นของสถานตากอากาศที่เป็นธรรมชาติ และในบริเวณชายหาดไม่ควรจะมีสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น (Man made) มากนัก

3A ซึ่งได้แก่ Atmosphere, Activity และ Association ถ้ากล่าวถึงสภาพแวดล้อมที่พึงปรารถนาของคนโดยทั่วไป ภาพพจน์และสิ่งประทับใจของนักท่องเที่ยวมักจะได้แก่ บรรยากาศที่เป็นชายหาดทะเลจริง (Atmosphere) กิจกรรมการท่องเที่ยวควรมีพอสมควรไม่มากเกินไป (Activity) และความเกี่ยวพันระหว่างบุคคลกับสภาพธรรมชาติ (Association) ควรจัดให้มีพอเหมาะกับความต้องการ

3R ได้แก่ Relaxation, Regeneration และ Romantic atmosphere ทั้ง 3R เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวมาก เช่น Relaxation คือ การพักผ่อนคลายอารมณ์หรือพักผ่อนหย่อนใจ Regeneration คือ การที่อยู่ในความเงียบหรือการพักผ่อนอย่างแท้จริงไม่มีใครรบกวน และ Romantic atmosphere ในบรรยากาศที่เงียบสงบและโรแมนติกจะทำให้นักท่องเที่ยวมีจินตนาการ (Image) และมีความชื่นชอบในสถานตากอากาศแห่งนี้

แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลหนึ่งๆ จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนจำกัดจำนวนหนึ่ง โดยไม่ก่อให้เกิดผลเสียใดๆ และในบริเวณนั้นจะสามารถมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้จำนวนหนึ่ง โดยไม่ทำให้พื้นที่นั้นเปลี่ยนสภาพไป จากลักษณะการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้แตกต่างจากอดีตมาก คือ แต่เดิมการท่องเที่ยวจะทำกันในลักษณะกลุ่มก้อน (Mass) จำนวนที่เยอะๆ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ การท่องเที่ยวก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่เคยสงบ และมีความงดงามตามธรรมชาติก็เปลี่ยนแปลงไปจนบางครั้งอาจจะทำให้เกิดขีดความสามารถในการรองรับได้ ผลที่ติดตามมาก็คือ

1. คุณค่าความประทับใจที่นักท่องเที่ยวจะได้รับลดลง เนื่องจากคุณภาพของสภาพแวดล้อมน้อยลง
2. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร บริการให้เช่าเก้าอี้ ร่ม หาบเร่ ร้าน



ขายสินค้าที่ระลึก บุกรุกพื้นที่ชายหาดมากขึ้นทำให้ทัศนียภาพโดยรอบเปลี่ยนแปลงไปจากลักษณะดั้งเดิมที่เคยเป็น

3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปเป็นตัวทำลายลักษณะทางกายภาพของสภาพแวดล้อม ทำให้เกิดความแออัดในบริเวณชายหาด สูญเสียความเป็นส่วนตัวลง ผลเสียเหล่านี้จะรุนแรงขึ้นอีกมาก หากคำนึงถึงยานพาหนะของนักท่องเที่ยวนำเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น ปัญหาการจราจร ปัญหาที่จอดรถ เป็นต้น

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ควรจะต้องมีการศึกษาเพื่อหาความสามารถในการรองรับสำหรับแหล่งท่องเที่ยวชายหาด โดยพิจารณาในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ความสามารถในการรองรับของสภาพแวดล้อม (Environmental carrying capacity) คือระดับที่นักท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจได้เริ่มทำให้สิ่งแวดล้อมลดคุณค่าลง เช่น การทิ้งขยะมูลฝอย การปล่อยน้ำเสียลงในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ความสามารถในการรองรับทางกายภาพ (Physical carrying capacity) คือ ระดับที่เริ่มมีการอึดตัวของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่พักร้านอาหาร เป็นต้น

3. ความสามารถในการรองรับทางจิตวิทยา (Psychological carrying capacity) คือ การที่จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวชายทะเล โดยไม่สร้างความรู้สึกรีดร้นรำคาญให้แก่เจ้าของสถานที่ และในขณะเดียวกันในระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันก็รู้สึกปลอดโปร่งไม่รำคาญอันเนื่องมาจากความแออัด ยัดเยียดของนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาด

จากความหมายและแนวความคิดในเรื่องของขีดความสามารถในการรองรับจึงมีความจำเป็นต้องมีการศึกษา และนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นเครื่องมือหรือกำหนดเป็นกรอบในการวางแผนการจัดการพัฒนาสภาพแวดล้อม ทั้งยังเป็นการป้องกันปัญหาอันอาจเกิดขึ้นในอนาคตได้

**สรุป** จากการศึกษาทฤษฎีข้างต้น ประกอบด้วย ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยว การจัดโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว กรอบและแนวทางในการจัดพื้นที่ท่องเที่ยว มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประเภทชายหาด การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทบนบกและทางน้ำ ก่อให้เกิดแนวคิดต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเต็ม ทั้งหมด 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
3. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย

### แนวคิดในการดำเนินการด้านตลาดท่องเที่ยว

การตลาดการท่องเที่ยว (Marketing of Tourism) เป็นการตลาดระดับจุลภาค ที่มีความหมายโดยทั่วไปว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ดำเนินการเคลื่อนย้ายคุณค่าของสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า (ศิริวรรณ และคณะ, 2535, หน้า 3) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เป็นการตลาดสำหรับผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งได้มีผู้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวไว้ต่างๆ กันดังนี้

Cotman (1989, p. 11) องค์กรท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization) ได้ให้ความหมายว่า “ปรัชญาของการจัดการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยการวิจัยพยากรณ์ และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาด โดยบรรลุวัตถุประสงค์และให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร”

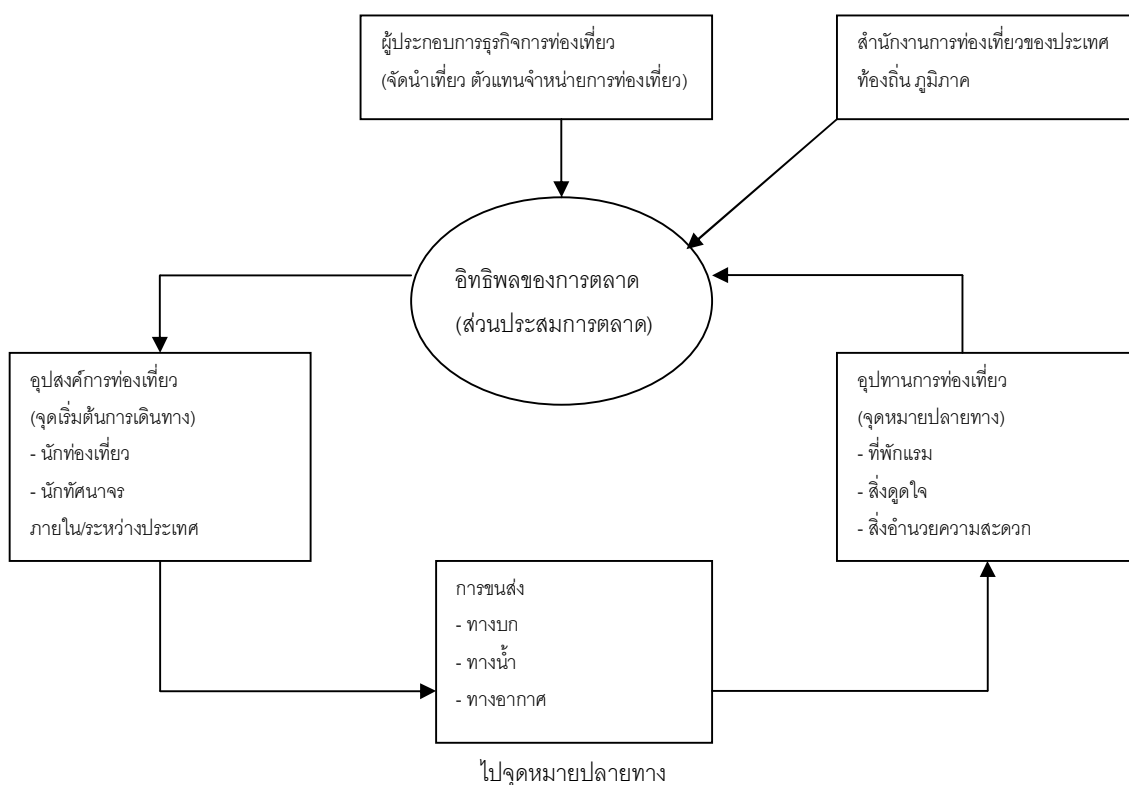
ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ (2529, หน้า 4-5) ได้ให้ความหมายว่า “การศึกษาของค์ประกอบ (การผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการ) ทางการท่องเที่ยว เพื่อใช้กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าทาง การท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบสำคัญ คืออุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand) และอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply)”

Victor T.C. Middleton (1994, p. 11) ได้ให้ความหมายว่า “การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์) และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (อุปทาน) ให้สอดคล้องกับอุปสงค์โดยให้ความสำคัญของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยง”

แนวความคิดของการตลาดระดับจุลภาคนี้ มุ่งประเด็นไปที่การศึกษาความจำเป็น (Needs) และความต้องการ (Wants) ของลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าและบริการโดยมุ่งสนองความต้องการ และความพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ มีการวิเคราะห์ การวางแผน การวิจัย การพยากรณ์ กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ และการควบคุม เพื่อให้ได้ผลกำไรจากการขายและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยมีเป้าหมายสำคัญทางการตลาด (ฉลองศรี พิมลสงพงค์, 2542, หน้า 3) ดังต่อไปนี้

1. ยึดถือความจำเป็น และความต้องการของลูกค้า หรือนักท่องเที่ยว เป็นหลักสำคัญ
2. ต้องการผลกำไรจากการประกอบธุรกิจในระดับที่น่าพอใจ หรือกำไรจากความพอใจสูงสุดของลูกค้า

3. ต้องการเพิ่มยอดปริมาณการขาย และอัตราส่วนแบ่งตลาด
4. ขยายตลาดให้กว้างขวางเพิ่มขึ้น (เช่น เพิ่มจากตลาดวัยหนุ่มสาว เป็นตลาดผู้สูงอายุ)
5. สร้างชื่อเสียง ค่านิยม ให้เป็นที่รู้จัก ใ่วางใจ และน่าเชื่อถือของลูกค้าและประชาชนทั่วไป
6. มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่ดี มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า



ภาพ 8 แสดงบทบาทของการตลาดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จากคำจำกัดความของการตลาดการท่องเที่ยวของ Victor T.C. Middleton ที่ให้ความสำคัญต่อการศึกษาค้นคว้าความต้องการของนักท่องเที่ยว การจัดหาสินค้าและบริการของผู้จัดบริการทางการท่องเที่ยว (Suppliers) ซึ่งจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นตัวเชื่อมโยงที่สำคัญนั้น ทำให้เห็นบทบาทและความสำคัญของส่วนประสมการตลาดมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ทั้งอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) มีความสอดคล้องกัน

### ลักษณะของตลาดการท่องเที่ยว

ตลาดการท่องเที่ยวเป็นตลาดบริการที่ลูกค้ามีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด องค์ประกอบของตลาดมีลักษณะเฉพาะดังต่อไปนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2542, หน้า15-18)

**ผู้ซื้อ** ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนอาจร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศความต้องการเดินทางท่องเที่ยวและบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงสูงมาก เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคาการท่องเที่ยว ฤดูกาล สมัยนิยม รสนิยม ทัศนคติ ประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว และเหตุการณ์สำคัญอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ แต่อาจสามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า ความต้องการการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ความต้องการปัจจุบัน (Actual Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ ในขณะนั้นนักท่องเที่ยวประเภทนี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ และเดินทางทันที

2. ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเดินทางเพราะมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ขาดองค์ประกอบอื่น เช่น เงิน เวลา และการจัดการเพื่อการเดินทาง ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้เป็น Actual Demand ได้โดยอาศัยการพัฒนาการให้บริการและระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

3. ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred Demand) หมายถึง ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีความรู้หรือไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ความต้องการแบบนี้อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อต่าง ๆ ตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูลก็อาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้โดยไม่ยากนัก

**ผู้ขาย** ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Travel Suppliers) เช่น ที่พักในโรงแรม การเดินทางโดยเครื่องบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การเข้าชมการแสดงในสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และสินค้าและบริการอื่น ๆ ในสายของสินค้าเดียวกัน และขายสินค้าให้แก่กลุ่มผู้ซื้อดังนี้

1. ขายตรงให้แก่นักท่องเที่ยว (Direct Sales)
2. ขายให้แก่ผู้ผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Tour Operator)
3. ขายให้แก่บริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent)

**สินค้าและบริการ** สินค้าในตลาดการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สินค้าที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล เขตรักษาพันธุ์พืช และสัตว์ป่า ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ฯลฯ

2. สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็นหลายชนิดได้แก่

สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ทางประวัติศาสตร์ วัด โบสถ์ สถานที่สำคัญทางศาสนา ศิลปะ สถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ สวนสนุก ท่าเรือ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกทางการคมนาคมขนส่ง ฯลฯ

สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมและสังคม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาล ประเพณี ศิลปะ หัตถกรรม สิ่งบันเทิงต่าง ๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม อาหาร การแต่งกาย ทัศนคติ ความเชื่อ ฯลฯ

#### **ลักษณะเฉพาะของสินค้าท่องเที่ยว**

1. สินค้ามีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสก่อนการตัดสินใจซื้อได้

2. สินค้ามีเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ หรือสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งอาจมีบางส่วนของที่สร้างเลียนแบบจนดูเหมือนกันหรือคล้ายกันแต่ผู้ขายก็ต้องพยายามใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าให้มีความแปลกแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่ง และอยู่ในความนิยมของลูกค้าเพื่อรักษาตลาดไว้

3. การผลิตและบริโภคสินค้าเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกัน เช่น การเดินทางโดยเครื่องบิน การเข้าพักในโรงแรม ลูกค้าจะสามารถบริโภคได้ในเวลาและสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น

4. กระบวนการซื้อขายสินค้าและการบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เช่น การซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (package tour) ผู้ประกอบธุรกิจจัดนำเที่ยวต้องให้บริการตั้งแต่เริ่มออกเดินทางจนกลับถึงบ้านหรือกลับมาถึงจุดเริ่มต้นของการเดินทาง กระบวนการซื้อขายจึงสิ้นสุดลง

5. สินค้ามีลักษณะเน่าเสีย ถ้าลูกค้าไม่มาบริโภคหรือใช้บริการในเวลาที่กำหนด เช่น การยกเลิกการเดินทางของกลุ่มทัวร์ สินค้าและบริการจะถูกทิ้งไปเฉย ๆ

6. สินค้าการท่องเที่ยวจะขายได้มากหรือได้น้อยขึ้นอยู่กับฤดูกาล สภาพภูมิอากาศ เวลาของการบริโภค

7. การซื้อขายสินค้าการท่องเที่ยวมักเป็นการซื้อขายร่วมกันในคราวเดียวกันถึงแม้จะต่างเจ้าของกัน จึงต้องการความร่วมมือทางธุรกิจสูง

### ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ส่วนประสมการตลาดถือว่าเป็นปัจจัยภายใน และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งถ้าใช้ให้ถูกต้องเหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย และสัมพันธ์กับปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ก็จะประสบความสำเร็จในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ เป็นที่พอใจของผู้บริโภค และเหนือกว่าคู่แข่ง

**ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 4Ps)** (Victor T.C. Middleton, 1994, หน้า 11) ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ (Product) ประกอบด้วย รูปลักษณะ (Features) คุณภาพ (Quality) รูปแบบ (Style) ขนาด (Size) ตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) สายผลิตภัณฑ์ (Product lines) การรับประกัน (Warranties) การติดตั้ง (Installation) การให้บริการ (Servicing) ฯลฯ

ราคา (Price) ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา (Pricing Objectives) วิธีการตั้งราคา (Pricing Method) นโยบายและกลยุทธ์ราคา (Pricing Policies and Strategies) ฯลฯ

การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ประกอบด้วย ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) และการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Relation) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม นอกจากจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) อาจต้องเพิ่มปัจจัยที่ควบคุมได้ยาก หรือควบคุมไม่ได้ มาช่วยให้แผนงานตลาดประสบความสำเร็จมากขึ้น เช่น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership/Participation) บุคลากรการท่องเที่ยว (Personnel) ประชาชน (People) การเมือง (Politics/Power) ฯลฯ

### ส่วนประสมสินค้าและบริการท่องเที่ยว

ส่วนประสมสินค้าและบริการท่องเที่ยว (Tourism Product and Service Mix) หมายถึง ส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวทั้งหมดส่วนประสมนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถควบคุม ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการของตลาด

**ส่วนประสมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว** (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542, หน้า 66) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourist Attractions) ที่ได้รับการพิจารณาและเลือกสรรว่าอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม สถานที่พักผ่อนหย่อนใจทางธรรมชาติ และเหตุการณ์สำคัญ หรือโอกาสพิเศษ โดยจำแนกอย่างละเอียดว่าแต่ละประเภทมีอะไรบ้าง อยู่ที่ใด มีความแปลกแตกต่างอย่างไร

1.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทาง การเดินทาง ยานพาหนะ โครงสร้างพื้นฐาน การควบคุมการเดินทาง และยานพาหนะในการเข้าออก ระยะเวลา ความถี่ในการให้บริการ อัตราและการเก็บค่าบริการผ่านทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อราคา ค่าเดินทางด้วย

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักแรม ภัตตาคาร การคมนาคมขนส่งในท้องถิ่น สินค้าอุปโภคต่างๆ ฯลฯ

1.4 กิจกรรมการท่องเที่ยวและกีฬา เช่น สกี กอล์ฟ เรือใบ

1.5 การให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ บุคลากรที่ให้บริการ ชมรม หรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง

1.6 ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความคาดหวังให้แก่นักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และการคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และการได้ยินได้ฟังจากสื่อมวลชน ซึ่งมักจะเป็นภาพในอดีตมากกว่าปัจจุบัน และคงอยู่ในจิตใจของนักท่องเที่ยวตลอดเวลาภาพลักษณ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวมากถ้ายังมีภาพลักษณ์ที่เป็นลบ ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต้องปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตลอดจนความเอาใจใส่ และความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

โดยองค์ประกอบของสินค้าที่ต้องพิจารณาร่วมกันมี 4 ส่วน (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549, หน้า 54-56) คือ

ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) เป็นส่วนที่เราซื้อหามาเพื่อใช้ประโยชน์โดยตรง นั่นคือแหล่งท่องเที่ยว คือส่วนหลักที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางเข้ามา

ผลิตภัณฑ์ควบ (Facilitating Product) เป็นส่วนที่มีความจำเป็นพ่วงติดมากับส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์หลัก ถ้าขาดหายไปก็จะเป็นจุดอ่อน หรือ อาจกล่าวได้ว่าเป็นส่วนที่ “ขาดไม่ได้”

ผลิตภัณฑ์เสริม (Supporting Product) คือสินค้าและบริการที่เพิ่มเติมเพื่อทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นกับผลิตภัณฑ์หลัก เช่น กิจกรรมงานประเพณี งานการแสดงต่างๆ และการจับจ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม (Augment Product) คือความเป็นมิตรไมตรี การอำนวยความสะดวก การเข้าถึงได้ง่าย สภาพแวดล้อมและบรรยากาศเป็นมิตร เหล่านี้จะเป็นส่วนเพิ่มเติมที่ไปสนับสนุนผลิตภัณฑ์หลัก ผลิตภัณฑ์ควบ และผลิตภัณฑ์เสริม ให้เป็นที่ถูกใจลูกค้ามากยิ่งขึ้น

### ตาราง 3 แสดงองค์ประกอบของสินค้าทั้ง 4 ส่วน ความสัมพันธ์กันดังตาราง

Augmented Products: การเข้าถึงได้ง่าย ความเป็นมิตรไมตรี		
Core Products	Facilitating Products	Supporting Products
แหล่งท่องเที่ยว	การอำนวยความสะดวก	สินค้าและบริการที่เพิ่มมูลค่า
- ธรรมชาติ	- ระบบ Check in & Check out	- Shopping
- ประวัติศาสตร์	- ด้านตรวจคนเข้าเมือง	- Spa
- มนุษย์สร้างขึ้น		- งานประเพณี

2. ราคา ราคาต่อบริการในแหล่งท่องเที่ยวมีหลายระดับ ไม่สามารถกำหนดได้ว่าราคาใดถูกต้องเหมาะสมที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจพยายามสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการเพื่อดึงดูดลูกค้าเป้าหมายต่างกลุ่มกัน เช่น ในแหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน นักท่องเที่ยวจะจ่ายค่าที่พักต่างๆ กัน เพราะเลือกใช้ที่พักแรมต่างประเภทกัน มีทั้งพักในโรงแรม รีสอร์ท และแคมป์ นอกจากนี้ราคายังแตกต่างกันตามฤดูกาล ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวสำนักงานการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โรงแรมและ บริษัทนำเที่ยว

4. การส่งเสริมการตลาด เป็นไปในลักษณะส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ความร่วมมือในการอนุรักษ์เพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) มากขึ้น โดยการเลือกใช้ส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ประเภทคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย ตามลักษณะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย



การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเป็นหัวใจของความสำเร็จของพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะไม่มีคามหมาย หากนักท่องเที่ยวไม่รู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรบริหารแหล่งท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศให้เดินทางมาเที่ยว นักท่องเที่ยวที่กล่าวนี้ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต นักเขียนบทความหรือ สารคดีท่องเที่ยว นักข่าว ตลอดจนองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ราณี อธิชัยกุล, 2544, หน้า 231-232)

การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์สำคัญ เพื่อ

1. แนะนำนักท่องเที่ยวใหม่ถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นใหม่
  2. เตือนนักท่องเที่ยวเดิมถึงแหล่งท่องเที่ยวเคยประทับใจ เพื่อที่จะได้กลับมาเที่ยวใหม่
  3. โน้มน้าวนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่สนใจ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความพิเศษเฉพาะตัว
- แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

1. การโฆษณาเผยแพร่ทางการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำ โน้มน้าวและกระตุ้นเตือนนักท่องเที่ยวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ควรไปเยือน การโฆษณาจะต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมากโดยโฆษณาผ่านสื่อหลายประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และงานนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. การประชาสัมพันธ์เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้สาธารณชนรู้จักแหล่งท่องเที่ยว และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ในลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ควรกระทำอย่างต่อเนื่อง และในโอกาสพิเศษต่างๆ เพื่อกระตุ้นความสนใจฉบับพลัน

3. การส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวเป็นเทคนิคช่วยให้การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ได้ผลดีขึ้นและเป็นตัวเร่งให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ การจัดโครงการรณรงค์ท่องเที่ยวการเข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย การจัดงานท่องเที่ยวภายในประเทศร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน การจัดโครงการนำเที่ยวประชาชน การให้การสนับสนุนภาคเอกชนในการจัดนำเที่ยวในราคาพิเศษ การส่งเสริมการท่องเที่ยวบางกลุ่ม การจัดนิทรรศการและการจัดสิ่งพิมพ์ และสินค้าส่งเสริมการขาย

### **การวางแผนการตลาด (Marketing Planning)**

การวางแผนการตลาด (Marketing Planning) หมายถึง การกำหนดนโยบาย จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ โปรแกรม แผนงาน กิจกรรมทางการตลาด และการใช้ความ

พยายามทางการตลาดอื่นๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (ฉลองศรี พิมพ์สงพงศ์, 2542, หน้า 129-134) ประกอบด้วย

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective) หมายถึง การกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อเป็นเครื่องชี้ทางและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยยึดนโยบายของธุรกิจเป็นหลัก

2. การกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Strategies and Activities)

กลยุทธ์ หมายถึง แผนการปฏิบัติงานที่ผู้ประกอบการธุรกิจ หรือฝ่ายการตลาดกำหนดไว้ อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

กิจกรรมทางการตลาด หมายถึง รายละเอียดที่ระบุขั้นตอน วิธีการ ผู้ปฏิบัติ วัน เวลา ค่าใช้จ่าย โดยแสดงอยู่ในแผนการตลาด

กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง หมายถึง กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้น โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง นำมาวางแผน พัฒนาและใช้ความพยายามอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

2.1 การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) เพื่อผลิตและพัฒนาสินค้าบริการการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดเป้าหมาย สร้างความพึงพอใจ ประทับใจ ในความเป็นเลิศของสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว และสร้างกำไรตามที่ต้องการให้แก่ธุรกิจด้วย กลยุทธ์ดังกล่าว ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน กลยุทธ์และองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

2.2 การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) เพื่อให้ราคาสินค้าและบริการเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาอำนาจการซื้อของลูกค้า ต้นทุนในการผลิต ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กำไรที่ธุรกิจต้องการ และราคาของคู่แข่ง

2.3 การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place/Distribution Strategies) เป็นกลยุทธ์ที่ต้องการกระจายสินค้าและบริการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง โดยผ่านผู้ค้าส่งและค้าปลีกซึ่งทำหน้าที่ทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายและเป็นคนกลางในการนำสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว

2.4 การกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสาร สร้างความรู้จัก กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการและซื้อสินค้าและ

บริการการท่องเที่ยวที่ผลิตขึ้นในที่สุด โดยใช้ส่วนผสมทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง และใช้ส่วนผสมทางการสื่อสาร (Communication Mix) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ป้ายโฆษณา ไปรษณีย์ เป็นเครื่องมือสื่อข้อความไปถึงตลาดเป้าหมาย

**สรุป** จากการศึกษาทฤษฎีทางการตลาด ประกอบด้วย บทบาทของการตลาดต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะของตลาดการท่องเที่ยว ที่มีทั้งผู้ซื้อ และผู้ขาย ที่จะมาเป็นผู้กำหนดตัวสินค้าและบริการในตลาดการท่องเที่ยว ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix: 4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นแนวความคิดในการดำเนินการด้านตลาดท่องเที่ยวเป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และวางแผนด้านการตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียมต่อไป

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

คำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว” ได้มีผู้ให้คำจำกัดไว้ต่างๆ กันดังนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542, หน้า 33) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว “หมายถึง การศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภคนั้น ๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด”

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 30) กล่าวว่า “พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความพอใจ”

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, หน้า 2) ให้ความเห็นว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง บุคคลต่างๆ ที่มีความหมายในการซื้อ (Ability to Buy) หรืออีกนัยหนึ่ง ถ้ามองในแง่ทางเศรษฐกิจที่ใช้เงินเป็นสื่อกลาง คือ ทุกคนที่มีเงิน ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจในการซื้อ (Willingness to Buy) สินค้าหรือบริการด้วย”

Schiffman and Kanuk ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 124)

Engel, Roger and Paul ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคล เมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) การใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (กุลวรี ศักดิ์สุริยา, 2545, หน้า 7)

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมานี้ สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อ ตลอดจนวิธีการและการใช้สินค้านั้นๆ

### การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) คือการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How เพื่อค้นหา คำตอบ 7 ประการ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2542, หน้า 33-47) ซึ่งสรุปได้ดังนี้

### ตาราง 4 แสดงคำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants)  - ประชากรศาสตร์  - ภูมิศาสตร์  - จิตวิทยา  - พฤติกรรมผู้บริโภค	- กลยุทธ์ 4Ps หรือมากกว่า (Product, Price, Place, Promotion)  ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects)  ได้แก่สินค้าและบริการ  คุณสมบัติ และองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ (Product Components)	- กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)  - ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ บุคลากร ราคา ภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives)  - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัย ภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคล	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies)  ศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อ ปัจจัยที่ ทำให้เกิดความต้องการเดินทาง ท่องเที่ยว กำหนดแนวความคิด และจุดขายในการโฆษณา

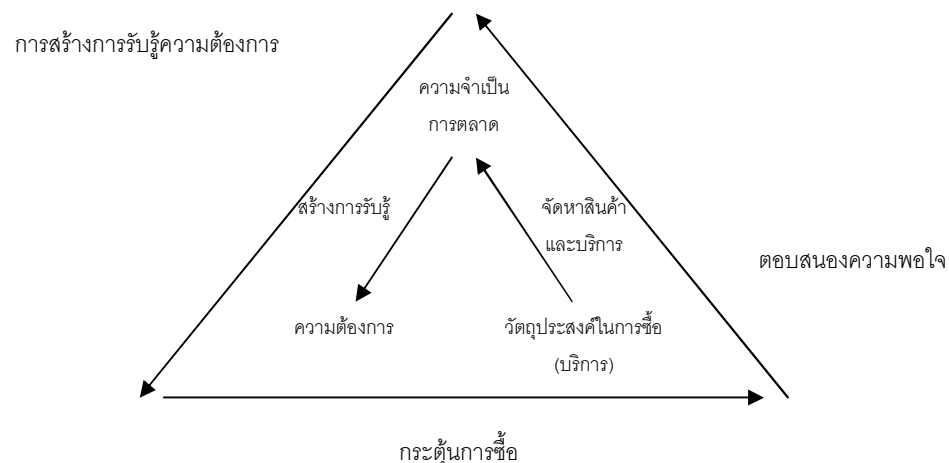
## ตาราง 4 (ต่อ)

คำถาม	คำตอบ	กลยุทธ์ในแผนงานตลาด
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	- บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้	- กลยุทธ์การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล และกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางสร้างสรรค์การโฆษณา และเลือกใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะกับกลุ่ม (นักท่องเที่ยง)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy)	- โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงฤดูกาลของปี ฤดูกาลท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลารว่าง	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ส่งเสริมการตลาดนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การส่งเสริมการขาย ความร่วมมือระหว่างธุรกิจ (Partnership)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	- แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย (Outlets) เช่น สำนักงานตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ	- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) โดยผ่านสถาบันการค้าส่ง สถาบันการค้าปลีก และช่องทางพิเศษ อื่นๆ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy)	- ขั้นตอน (Operations) ในการตัดสินใจซื้อ - การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลพฤติกรรม - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ	- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) และราคาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

## ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

### ปัจจัยภายใน (Personal Factor/Internal Variables)

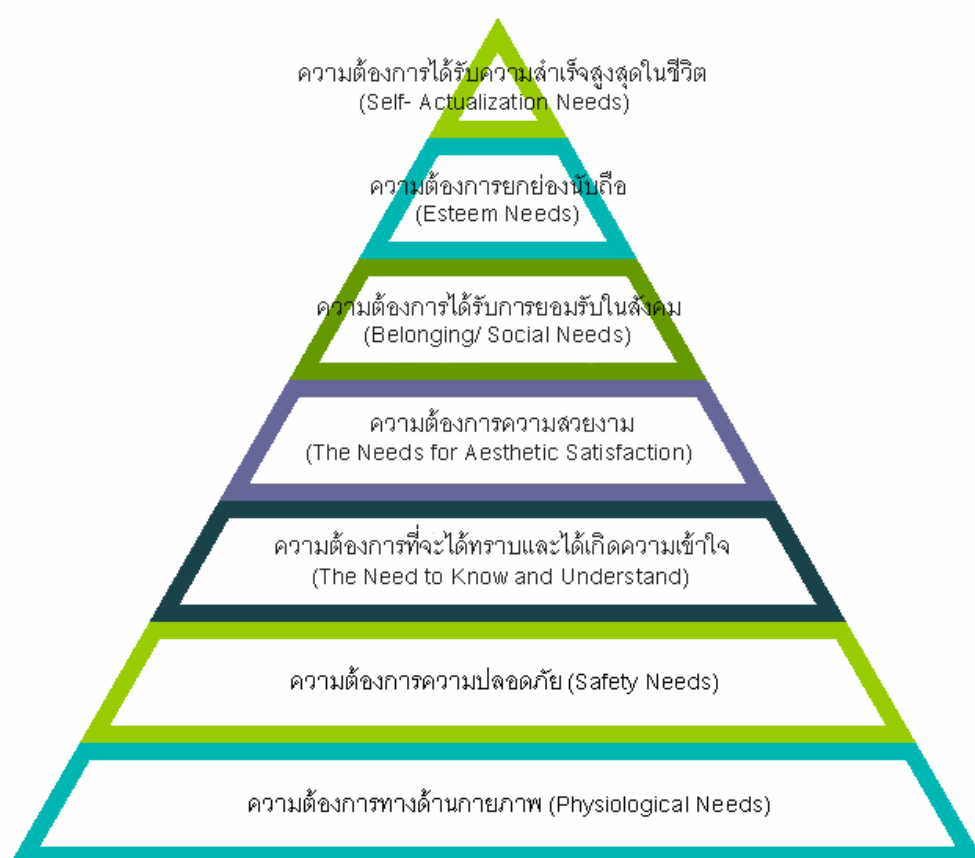
#### ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation)



ภาพ 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความจำเป็น ความต้องการ การจูงใจและ วัตถุประสงค์ในการซื้อ

**ความจำเป็น (Needs)** ความจำเป็นเกิดจากสภาพทางร่างกายและจิตใจของลูกค้าแต่ละคน เกิดจากช่องว่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่แล้วและอยากจะมี และมักจะไม่ว่าตนเองมีความจำเป็นอะไรบ้าง หน้าที่สำคัญของงานการตลาดคือต้องทำให้ลูกค้ารู้จักความจำเป็นอันนี้ และเกิดความต้องการพร้อมทั้งเหตุผลต่างๆ ที่สามารถไปกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการตามวัตถุประสงค์ของตนและตอบสนอง สร้างความพอใจให้แก่ความจำเป็นนั้นๆ ได้

**ความต้องการ (Wants)** ความต้องการต่างๆ ของบุคคลเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมต่างกัน โดยแบ่งออกไปตามระดับความต้องการ ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันออกมา



ภาพ 10 แสดงความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์

**การจูงใจ (Motivation)** คือ การกระตุ้นให้กระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ นับว่าเป็นปัจจัยภายในตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ต้องได้รับการกระตุ้น

**แรงจูงใจ (Motives)** คือ ความต้องการที่จะได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย และแรงกระตุ้น (Drive) เป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรงเพื่อจะให้เกิดการตอบสนองที่พอใจ

#### แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา (Physical and Psychological Motives)
2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Cultural/Personal Education Motives)
3. แรงจูงใจทางด้านสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social/ Interpersonal/Ethnic Motives)

4. แรงจูงใจทางการงานและธุรกิจ (Business/ Work Related Motives)
5. แรงจูงใจด้านการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน (Entertainment/ Amusement/ Pleasure/ Pastime Motives)
6. แรงจูงใจทางศาสนา (Religious Motives)
7. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Prestige and Status Motives)

**การรับรู้ (Perception)** กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้กลิ่น การได้ยิน การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ ดังนั้น การโฆษณาจึงต้องพยายามสร้างให้เกิดความรู้ทางด้านการอารมณ์ และความน่าเชื่อถือ กระบวนการรับรู้ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure)
2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Attention)
3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehension)
4. การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Retention)

**การเรียนรู้** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และ/หรือ ความเข้าใจอันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดและเกิดการตอบสนอง (Response) ตามทฤษฎีสิ่งกระตุ้น-ตอบสนอง (Stimulus-Response Theory)

**บุคลิกภาพ (Personality)** เป็นลักษณะเด่นของแต่ละบุคคลเกิดจากความรู้สึกนึกคิด ความรับผิดชอบ ความต้องการภายใน การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ของบุคคล และแสดงออกมาเป็นบุคลิกภาพเฉพาะตนตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเอง นักท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพแตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และสังคม ดังนั้นการเรียนรู้และเข้าใจบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางและการบริโภค

**รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)** ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกบริโภค หรือ เลือกซื้อสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล รูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับความสนใจ ทัศนคติ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ซึ่งสามารถชื่อบอกพฤติกรรมการซื้อได้ โดยเป็นปัจจัยหนึ่งในการแบ่งส่วนตลาด รูปแบบการดำรงชีวิตจะควบคู่กันไปกับค่านิยม (Values) ของสังคม



**แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self-Concept)** หมายถึง ความคิดหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้นภายในของบุคคลพร้อมๆ กับการรับรู้ (Perception) เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยว และต้องการสร้างความประทับใจให้แก่บุคคลใกล้ชิดด้วย ประกอบด้วย

1. แนวคิดของตนเองที่แท้จริง (Real Self) ความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง ว่ามีนิสัยความชอบอย่างไร
2. แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal Self Concept) ความนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้เป็นเช่นนั้น หรือมีผู้เข้าใจว่าตนเองเป็นเช่นนั้น และแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดตนเองในอุดมคติ
3. แนวคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริง (Reference-Group Self Concept) ภาพที่บุคคลคิดเห็นว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร
4. แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-Image Concept) ภาพที่บุคคลต้องการให้คนอื่นคิดถึงเขาในแง่ใดแง่หนึ่ง

**ทัศนคติ (Attitudes)** หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ หรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดทัศนคติเป็นพลังที่สำคัญและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยพยายามกลั่นกรองสิ่งที่ตนเองคิดว่าดี ไม่ขัดแย้งกับทัศนคติที่มีอยู่ ทัศนคติสามารถบิดเบือนข่าวสาร ข้อมูลที่เป็นความจริงได้ในลักษณะโต้แย้ง ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ที่ตนได้รับ ซึ่งการเกิดจากกลุ่มอ้างอิงอื่นๆ เช่น ครอบครัว เพื่อน กลุ่มสังคม ฯลฯ การเปลี่ยนทัศนคติต้องใช้เวลาและเครื่องมือสื่อสารมาก และต้องประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

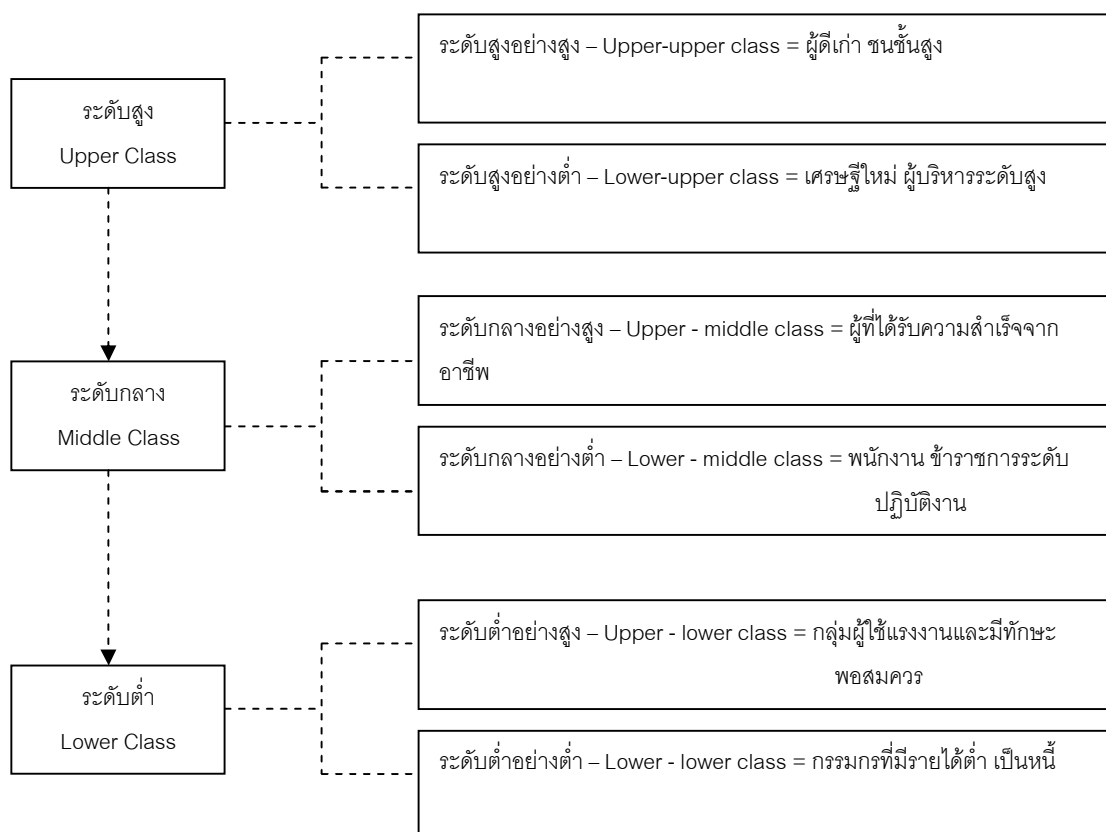
### ปัจจัยภายนอก

**วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (Culture and Subculture)** วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในสังคมเดียวกันไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมแสดงออกมาในรูปแบบความเชื่อถือ (Beliefs) ค่านิยม (Values) ทัศนคติ (Attitudes) อุปนิสัย (Habits) ประเพณี (Traditions) ขนบธรรมเนียม และพฤติกรรมของบุคคล

1. วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวหล่อหลอมลักษณะนิสัย และความคิดของคน และวัฒนธรรมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากแบบแผนเก่าไปสู่แผนใหม่อยู่เสมอ
2. วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หรือขนบธรรมเนียมประเพณี (Subculture) เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นวัฒนธรรมของกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม และอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนมาก มีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา ถิ่นที่อยู่ทาง

ภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน แม้จะอยู่ในประเทศเดียวกัน ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเดียวกันย่อมมีความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวคล้ายๆ กัน การให้บริการควรสอดคล้องกับวัฒนธรรมของกลุ่มนั้นๆ และไม่ขัดต่อวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยแบ่งออกเป็น กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality Groups) กลุ่มศาสนา (Religious Groups) กลุ่มสีผิว (Racial Groups) และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Areas)

**ชั้นของสังคม (Social Classes)** เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จากระดับสูงไประดับต่ำ สิ่งที่น่ามาใช้ในการแบ่งชั้นของสังคมคือ อาชีพ ฐานะ รายได้ ชาติกำเนิด สถานที่พำนัก ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และบุคลิกลักษณะของบุคคล ชั้นของสังคมมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเนื่องจากมีความสัมพันธ์ซึ่งกันกับกิจกรรมเวลาว่างของแต่ละระดับ และแตกต่างกันในด้านอุปนิสัย และสื่อที่ใช้ในการติดต่อซึ่งกันและกัน ระดับชั้นของสังคมแบ่งออกเป็น



ภาพ 11 แสดงระดับชั้นของสังคม

**กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups)** เป็นกลุ่มที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อสภาวะจิตใจอย่างมาก เช่น ความคิดเห็น ทักษะคติ ความชอบ/ไม่ชอบ และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เพราะจะให้นิยามแนวคิดซึ่งจะทำให้บุคคลคล้อยตามได้ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่ม จึงมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ และตัดสินใจเป็นอย่างสูง แบ่งออกเป็น

1. กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups): เพื่อนสนิท ครอบครัว
2. กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups): เพื่อนร่วมงาน ร่วมวิชาชีพ ร่วมสถาบัน ร่วมองค์กร และบุคคลกลุ่มต่างๆในสังคม

**ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)** เป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีอำนาจ และความคิดเห็นของเขา มักเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มักจะเป็นผู้รู้ช่องทางข้อมูลมากกว่าสมาชิกคนอื่นๆ

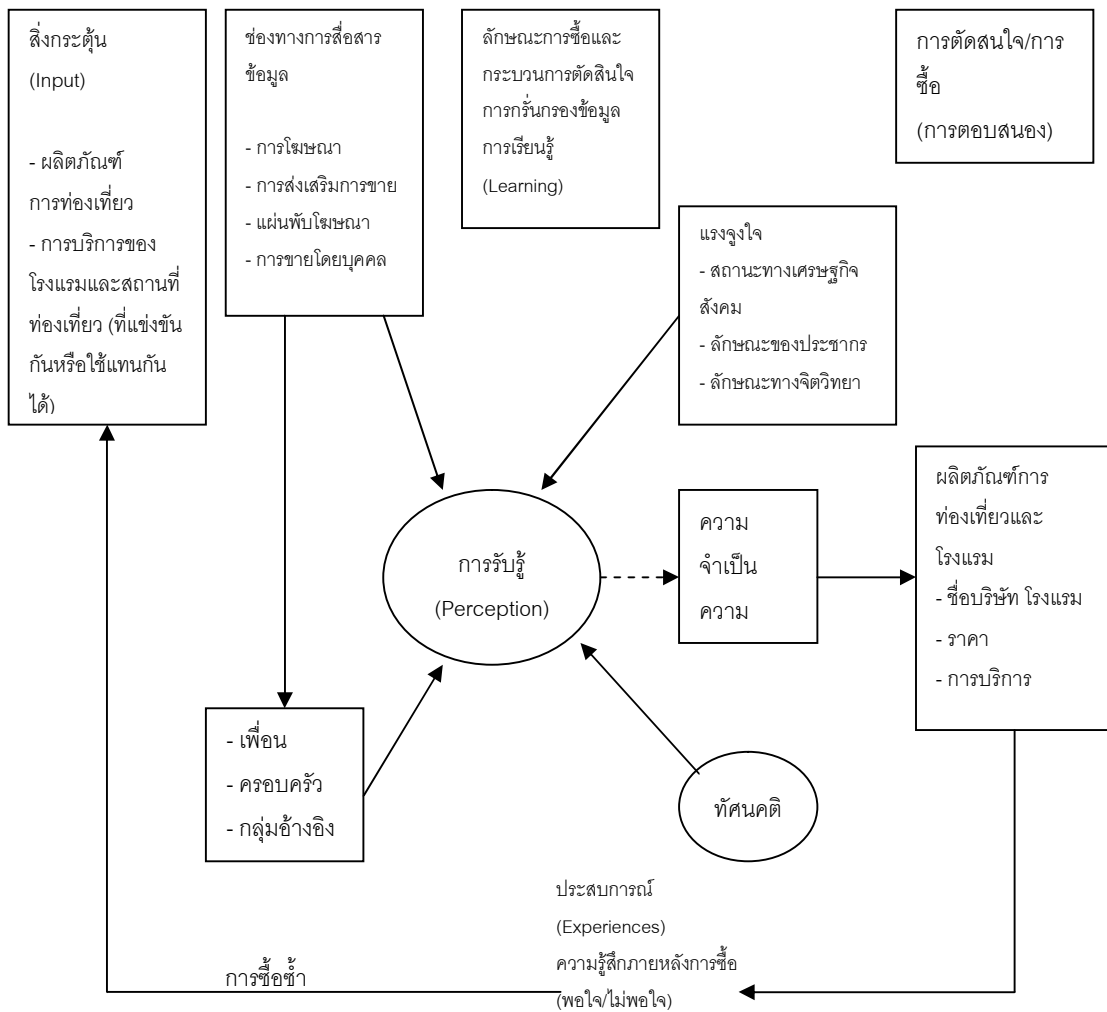
**ครอบครัว (The Family)** คือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกันทางกำเนิด โดยการแต่งงานกัน หรือโดยการอุปการะเข้ามาใช้ชีวิตในครอบครัวเดียวกัน ค่านิยมและทัศนคติของบุคคลจะได้รับมาจากครอบครัวมากที่สุด ความคิดจะถูกหล่อหลอมมาตั้งแต่เด็ก ลักษณะครอบครัวที่แตกต่างกันจะทำให้รูปแบบการดำรงชีวิตต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคของครอบครัวจะแตกต่างกันตามลำดับขั้นของวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family life-Cycle)

#### บทบาทของผู้บริโภคที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นผู้เสนอ หรือแนะนำความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล (Influence) เป็นผู้กระตุ้น หรือชักจูงว่าควรซื้อ หรือไม่ควรซื้อสินค้าและบริการ
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการ เช่น พ่อบ้านแม่บ้าน
4. ผู้ซื้อ (Buyer) เป็นผู้ไปทำการซื้อ หรือลงมือซื้อโดยนำเงินไปแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าและบริการ
5. ผู้ใช้ (User) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าและบริการนั้นๆ

#### กระบวนการซื้อของผู้บริโภค

1. การรับรู้ความต้องการ (Need Awareness) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition)
2. การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ (Information Search)
3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives)
4. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)



ภาพ 12 แสดงรูปแบบการกระตุ้น-ตอบสนองของพฤติกรรมบริการของนักท่องเที่ยว

ผู้มาท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่ม ได้แก่ ผู้มาท่องเที่ยวที่ใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว มักต้องการรวบรวมกลุ่ม และการได้รับการบอกเล่าเกี่ยวกับรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวและมีความต้องการในเรื่องดังกล่าวค่อนข้างสูง

สำหรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเมืองที่มีอยู่ในปัจจุบัน พอจำแนกได้ดังนี้

1. การชมเมืองโดยรวม ได้แก่ การเดินหรือนั่งรถไปตามเส้นทางสำคัญของเมือง
2. การเข้าชมสถานที่สำคัญและสถานที่ที่น่าสนใจ มักเป็นสถาปัตยกรรมในเชิง

วัฒนธรรม

3. การขึ้นที่สูงเพื่อชมเมือง อาจเป็นหอคอย ตึกสูง อาจจัดเป็นร้านอาหาร หรือจุดชมเมืองในราคากลางคืนได้ด้วย
4. การชมการละเล่นพื้นเมือง หรือขบวนในงานเทศกาล
5. การจับจ่ายซื้อของ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อของที่ระลึกผลิตภัณฑ์พื้นเมือง
6. การนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มักเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย

### วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความอยากรู้อยากเห็นด้านต่างๆ เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ได้แก่ วัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างออกไป ทั้งทางด้านการเมือง ด้านสามคม และบุคคล ด้านลักษณะพิเศษของธรรมชาติ ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ กล่าวคือ การได้รับรู้เรื่องราวที่แตกต่างไปจากที่ตนเองเคยได้รับรู้นั่นเอง

การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความต้องการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน ได้แก่ การไปเล่นกีฬาประเภทต่างๆ การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริเวณที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ งานศิลปะและการดนตรี หรือความบันเทิงอื่นๆ ซึ่งอาจรวมถึงการท่องเที่ยวตามสวนสนุก สวนสัตว์ ผับ และการจับจ่ายซื้อของไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจของผู้ท่องเที่ยวเอง

การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความสนใจทางด้านศาสนาและไสยศาสตร์ ซึ่งได้แก่ การจาริกแสวงบุญ การนมัสการศาสนาหรือเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงที่ผู้มาท่องเที่ยวนับถือรวมถึงการท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือศาสนา และกิจกรรมทางศาสนา

การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากอาชีพและธุรกิจของผู้ท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การดูงาน การศึกษา ซึ่งเปรียบเสมือนการเดินทางทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มความรู้ หรือเป็นเกียรติและศักดิ์ศรีของผู้ท่องเที่ยวเอง

การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากสาเหตุอื่นๆ เช่น การเดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องเพื่อนฝูงในต่างถิ่น มักเกิดขึ้นในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันเทศกาลต่างๆ

**สรุป** ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าเป็นพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมที่ทำการค้นหา การประเมินผล การซื้อหรือใช้จ่าย การใช้สอยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อและลักษณะกิจกรรมของผู้บริโภคแต่ละบุคคล ตลอดจนวิธีการและการใช้สินค้านั้นๆ สามารถวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค 7 ประการ คือ 6Ws และ H ประกอบด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค นั่นคือ ปัจจัยภายใน (Personal Factor/Internal Variables) ได้แก่ ความจำเป็น ความ

ต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) บุคลิกภาพ (Personality) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self Concept) ทศนคติ (Attitudes) และปัจจัยภายนอก (Interpersonal Factors/External Variables) ได้แก่ วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย (Cultural and Subcultures) ชั้นของสังคม (Social Classes) กลุ่มอ้างอิง (References Groups) ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) ครอบครัว (The family)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มังแม่บทพัฒนาพื้นที่เฉพาะเพื่อการท่องเที่ยว เกาะช้าง จังหวัดตราด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป. หน้า 2-78) พบว่าพื้นที่ที่สาธารณชนติดหน้าชายหาดส่วนใหญ่ถือครองโดยเอกชน จึงต้องจัดหาทางลงหาดสำหรับนักท่องเที่ยวและชาวประมงพื้นบ้าน ให้สามารถมีทางลงไปยังชายหาดได้โดยไม่ต้องผ่านที่เอกชน ซึ่งบริเวณที่มีความเป็นไปได้ คือ เลียบไปตามทางริมน้ำสาธารณะ ซึ่งต้องปักปันพื้นที่เป็นพื้นที่สาธารณะ ทางลงชายหาดมีองค์ประกอบ คือ

1. ที่จอดรถ อย่างน้อย 5 คัน
2. ห้องน้ำและส้วม
3. ทางเดินลงชายหาด อย่างน้อย 1 จุด
4. บริเวณที่นั่งเล่น
5. ศาลาพักร้อน และกระดานข่าวสาร ( Information Board )
6. ชุมน้ำอาหาร เครื่องดื่มและของที่ระลึก
7. งานปลูกต้นไม้ พันธุ์ธรรมชาติ ถ้ามี

(จงจิตต์ ปิ่นทอง, 2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี พบว่า ความคิดเห็นเป็นรายด้านต่อสภาพแวดล้อมชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสภาพพื้นที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านวัฒนธรรมประเพณี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เทศบาลเมืองแสนสุขควรเพิ่มบุคลากรด้านการรักษาความสะอาด และร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการปลูกฝังให้ประชาชนรู้จักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และจัดประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ให้ประชาชนรับทราบอย่างทั่วถึง ตลอดจนประสบความสำเร็จระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด เพื่อร่วมมือกันในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว

(สุภาภรณ์ หาญทอง, 2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว มีศักยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาด

หน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือ งบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่จำกัด จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอกับงานและขนาดของพื้นที่รับผิดชอบ ปัญหาในเรื่องการประสานงาน และขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง

(บุปผา วงษ์พันธุ์ทา, 2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า มีความจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยภายนอกเช่น ด้านการตลาด การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และนโยบายของอำเภอหัวหินที่ให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมกำหนดนโยบายการรองรับการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง การให้การศึกษาอบรม และสร้างความเข้าใจกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ นโยบายที่มีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และคนในท้องถิ่น ส่วนความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาควรมุ่งเน้นในรูปแบบสำหรับระบบนิเวศแบบเรียบง่ายมากที่สุด

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทาง ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายังแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก เป็นประชากรที่มีจำนวนไม่จำกัด (Infinite population) นั่นคือ ไม่สามารถนับจำนวนได้ครบแน่นอน เนื่องจากไม่เคยมีการเก็บข้อมูลมาก่อนจึงไม่มีตัวเลขที่ชัดเจนจึงใช้สูตรในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Khazanie, 1996, หน้า 438) ดังนี้

สูตรการคำนวณ

$$n = \frac{Z^2 \alpha_2}{4E^2}$$

n	หมายถึง	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
Z	หมายถึง	คะแนนมาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น $(1-\alpha)100\%$ ซึ่งในที่นี้ $\alpha = 0.05$ จะมีค่าระดับความเชื่อมั่น 95% และ $Z_{\alpha_2} = 1.96$
E	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่กำหนด ซึ่งในที่นี้ มีค่าเท่ากับ 0.05



แทนค่าสูตร

$$n = \frac{Z^2 \alpha/2}{4E^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416}{4(0.0025)}$$

$$n = \frac{38416}{0.0100}$$

$$n = 384.16 \sim 385$$

สรุปได้ว่า จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 385 ราย และในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน เท่ากับ 400 ราย

2. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจังหวัดตาก มีกลุ่มขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 5 ราย

3. หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง (อบต.) สำนักงานจังหวัดตาก ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสาขาทาก (ททท.) ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดตาก ผู้อำนวยการกรมชลประทานจังหวัดตากมีกลุ่มขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 5 ราย

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็นสัดส่วนตามประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยจะมีลักษณะข้อคำถามแบบให้เลือกตอบ (Structured questions) และข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended questions) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยมีลักษณะคำถามแบบมาตรวัด (Scale) ชนิด 5 ระดับ คือ

- ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าต้องการอย่างยิ่ง
- ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าต้องการ
- ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าต้องการปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าไม่ต้องการ
- ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าไม่ต้องการอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินการด้านตลาดของการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากในปัจจุบัน โดยมีลักษณะคำถามแบบมาตรวัด (Scale) ชนิด 5 ระดับ คือ

- ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าพอใจอย่างยิ่ง
- ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าพอใจ
- ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าพอใจปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าไม่พอใจ
- ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีความเห็นว่าไม่พอใจอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended questions)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐ เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก คือ แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง (Structured Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth Interview)

### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การตรวจสอบเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง ที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไข I.O.C. ได้ค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน สำหรับการทดสอบครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 1.96

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability Analysis scale – Alpha) นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด มาทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามที่รวบรวมได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 400 ชุด อาศัยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มที่ไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม (Non-Probability Sampling) โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มจากสมาชิกของกลุ่มประชากรเป้าหมายเท่าที่จะหาได้ และแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้างของผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 10 ชุด อาศัยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มที่ไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม (Non-Probability Sampling) โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposing Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาสัมภาษณ์ผู้ที่หน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรง ข้อมูลในเชิงลึก

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลเคยที่มีการตีพิมพ์เผยแพร่แก่สาธารณชน เช่น เอกสารที่เป็นบทความทางวิชาการ จากหนังสือ จากรายงานการวิจัย รวมทั้งเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ เกี่ยวกับแนวคิด วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. รวบรวมแบบสอบถามที่ทำการเก็บตัวอย่างและตรวจสอบความถูกต้อง

2. นำแบบสอบถามมาลงรหัสตัวเลข (Code) และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows แล้วนำผลจากการประมวลมาวิเคราะห์ต่อไป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่ช่วยให้ทราบถึงคุณลักษณะของกลุ่มต่างๆ ที่ต้องการศึกษาในตัวแปรต่าง ๆ การหาจำนวนร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential) ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ทดสอบค่าเฉลี่ยโดยใช้ T-Test และ One Way ANOVA ต่อด้วย Scheffe Method หรือ Least Significant Difference (LSD) จากแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

3. การแปลผล จากการแบ่งระดับการประเมินค่า 5 ระดับในแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตาก สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการกำหนดอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงกำหนดระดับค่าคะแนน เป็น 5 ระดับ แต่ละระดับมีค่าคะแนนแตกต่างกัน 0.80 ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง ต้องการ/พอใจอย่างยิ่ง

3.41 – 4.20 หมายถึง ต้องการ/พอใจ

2.61 – 3.40 หมายถึง ต้องการ/พอใจปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่ต้องการ/พอใจ

1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่ต้องการ/พอใจอย่างยิ่ง

4. นำข้อมูลการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ได้จากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐจำนวน 10 กลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการสร้างแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาด หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมืองจังหวัดตาก

5. สรุปและเขียนรายงานการวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียมหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากครั้งนี้ นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางและบรรยายสรุปตารางเชิงพรรณนา แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก
5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการตลาดท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียมหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

7. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียมหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

นำเสนอการสรุปข้อมูลข้อเสนอแนะและผลการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

8. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก
9. ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ
10. ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคเอกชน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	202	50.50
หญิง	198	49.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.50 เป็นเพศหญิง จำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.50

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	111	27.75
25-34 ปี	161	40.25
35-44 ปี	67	16.75
45-54 ปี	44	11.00
55-64 ปี	12	3.00
65 ปี ขึ้นไป	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.75 ช่วงอายุ 35-44 ปี จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.75 ช่วงอายุ 45-54 ปี จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00 ช่วงอายุ 55-64 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 และอายุ 65 ปีขึ้นไป จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

**ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ย**

รายได้เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	54.00
10,000 - 15,000 บาท	76	19.00
15,001 - 30,000 บาท	76	19.00
30,001 - 45,000 บาท	20	5.00
45,001 - 60,000 บาท	11	2.75
60,001 บาท ขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือช่วงรายได้เฉลี่ย 10,000 – 15,000 บาท และ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.00 ช่วงรายได้เฉลี่ย 30,001 - 45,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 ช่วงรายได้เฉลี่ย 45,001 - 60,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 และ รายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 60,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

**ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ย  
(ปรับเพื่อทดสอบสมมติฐาน)**

รายได้เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	54.00
10,000 - 15,000 บาท	76	19.00
15,001 - 30,000 บาท	76	19.00
30,001 - 45,000 บาท	20	5.00
45,001 ขึ้นไป	12	3.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือช่วงรายได้เฉลี่ย 10,000 – 15,000 บาท และ 15,0001 – 30,000 บาท จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.00 ช่วงรายได้เฉลี่ย 30,001 - 45,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 45,001 ขึ้นไป จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

#### ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	42	10.50
ข้าราชการ-วิสาหกิจ	83	20.75
พนักงานบริษัท	58	14.50
แม่บ้าน-ว่างงาน	3	0.75
นักเรียน-นักศึกษา	85	21.25
เกษียณ	7	1.75
เกษตรกร	5	1.25
ลูกจ้าง/รับจ้าง	117	29.25
อื่นๆ		
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาคือ นักเรียน-นักศึกษา จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.25 ข้าราชการ-วิสาหกิจ จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.75 พนักงานบริษัท จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.50 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 เกษียณอายุ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 เกษตรกร จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ



ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่มา

ที่มา	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดตาก	264	66.00
กรุงเทพมหานคร	41	10.25
ภาคเหนือ	65	16.25
ภาคตะวันออก	1	0.25
ภาคใต้	7	1.75
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3	0.75
ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร)	12	3.00
ภาคตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากจังหวัดตาก จำนวน 264 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาคือ ภาคเหนือ จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.25 กรุงเทพมหานคร จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25 ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร) จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ภาคใต้และภาคตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก) จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 และภาคตะวันออก จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

**ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่มา  
(ปรับเพื่อทดสอบสมมติฐาน)**

ที่มา	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดตาก	264	66.00
กรุงเทพมหานคร	41	10.25
ภาคเหนือ	65	16.25
ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร)	16	4.00
ภาคใต้และภาคตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากจังหวัดตาก จำนวน 264 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาคือ ภาคเหนือ จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.25 กรุงเทพมหานคร จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25 ภาคตะวันออก/ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร) จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 และภาคใต้/ภาคตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก) จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

#### **ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว**

**ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกระยะเวลาการเดินทาง  
ท่องเที่ยว**

ระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 วัน	223	55.75
3 - 4 วัน	152	38.00
5 วันขึ้นไป	25	6.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว 1 – 2 วัน จำนวน 223 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมาคือ 3 - 4 วัน จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.00 และ 5 วันขึ้นไป จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

**ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง**

พาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถโดยสารประจำทาง	32	8.00
รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง, รถกระบะ)	246	61.50
รถจักรยานยนต์	115	28.75
รถบัส/รถตู้ของบริษัททัวร์	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง, รถกระบะ) จำนวน 246 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์ จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.75 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.00 และรถบัส/รถตู้ของบริษัททัวร์ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

**ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง**

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	201	50.25
1,000-1,500 บาท	52	13.00
1,501-2,000 บาท	31	7.75
2,001-2,500 บาท	18	4.50
2,501-3,000 บาท	24	6.00
3,001 บาทขึ้นไป	74	18.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 201 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายช่วง 3,001 ขึ้นไป จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.50 ช่วง 1,000-1,500 บาท จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.00 ช่วง 1,501-2,000 บาท จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 ช่วง 2,501-3,000 บาท จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 และ 2,001-2,500 บาท จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50ตามลำดับ

#### ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกลักษณะการเดินทางในครั้งนี้

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาเอง	336	84.00
ซื้อทัวร์/ทัศนอาจรที่จัดการเดินทางมาเอง	1	0.25
ซื้อทัวร์/ทัศนอาจรที่มีมัคคุเทศก์ดูแล	2	0.50
หน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง	11	2.75
เพื่อนจัดให้/ญาติจัดให้เดินทาง	50	12.50
อื่นๆ		
รวม	400	100.00

จากตาราง 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทาง คือ จัดการเดินทางมาเอง จำนวน 336 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมาคือ เพื่อนจัดให้/ญาติจัดให้เดินทาง จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 หน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 ซื้อทัวร์/ทัศนอาจรที่มีมัคคุเทศก์ดูแล จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 และซื้อทัวร์/ทัศนอาจรที่จัดการเดินทางมาเอง จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางในครั้งนี

วัตถุประสงค์หลัก	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อพักผ่อน	269	67.25
เพื่อประกอบธุรกิจ	11	2.75
เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ	41	10.25
เพื่อเยี่ยมญาติ	44	11.00
บังเอิญผ่านมา/แวะเที่ยว	35	8.75
เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ อื่นๆ		
รวม	400	100.00

จากตาราง 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางในครั้งนีคือ เพื่อพักผ่อน จำนวน 269 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.25 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมญาติ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00 เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25 บังเอิญผ่านมา/แวะเที่ยว จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.75 และเพื่อประกอบธุรกิจ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงจำนวนและร้อยละความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิงในครั้งนี

ความถี่ของการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
มาเป็นครั้งแรก	60	15.00
มาเป็นครั้งที่ 2	41	10.25
มาเป็นครั้งที่ 3	33	8.25
มาเป็นครั้งที่สี่ขึ้นไป	266	66.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางยังหาดทรายทองแม่ปิงในครั้งนี้เป็นครั้งที่สี่ขึ้นไป จำนวน 266 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ มาเป็นครั้งแรก จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 มาเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25 และมาเป็นครั้งที่ 3 จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

**ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี**

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	29	7.25
เดินทาง 2-3 คน	142	35.50
เดินทาง 4-5 คน	162	40.50
เดินทางตั้งแต่ 6 คน ขึ้นไป	67	16.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี คือเดินทาง 4-5 คน จำนวน 162 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือเดินทาง 2-3 คน จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.50 เดินทางคนเดียว จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 เดินทางตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

**ตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกลักษณะของผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี**

ลักษณะของผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาเอง	29	7.25
มากับญาติหรือคนในครอบครัว	193	48.25
เพื่อน	178	44.50
อื่นๆ		
รวม	400	100.00

จากตาราง 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะของผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้อยู่คือ มา กับญาติหรือคนในครอบครัว จำนวน 193 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือเพื่อน จำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.50 และเดินทางคนเดียว 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละความถี่ของกลุ่มตัวอย่างในการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ

ประเภทสื่อ	ทุกวัน	เกือบทุกวัน	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย	รวม
โทรทัศน์	261 (65.25%)	95 (23.75%)	29 (7.25%)	15 (3.75%)	400 (100%)
วิทยุ	56 (14.00%)	141 (35.25%)	184 (46.00%)	19 (4.75%)	400 (100%)
หนังสือพิมพ์	95 (23.75%)	144 (36.00%)	133 (33.25%)	28 (7.00%)	400 (100%)
นิตยสาร	31 (7.75%)	98 (24.50%)	217 (54.25%)	54 (13.50%)	400 (100%)
อินเตอร์เน็ต	129 (32.25%)	127 (31.75%)	83 (20.75%)	61 (15.25%)	400 (100.00%)
อื่นๆ เช่น	1 (0.25%)		1 (0.25%)		2 (0.50%)
SMS, แอปพลิเคชัน					

จากตาราง 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ คือ ทุกวัน จำนวน 261 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมา คือ เกือบทุกวัน จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.75 นานๆ ครั้ง จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 และไม่เคย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ ส่วนใหญ่ คือ นานๆ ครั้ง จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ เกือบทุกวัน จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.25 ทุกวัน จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.00 และไม่เคย จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่ คือ เกือบทุกวัน จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ นานๆ ครั้ง จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.25 ทุกวัน จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.75 และไม่เคย จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ คือ นานๆ ครั้ง จำนวน 217 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมาคือ เกือบทุกวัน จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.50 ไม่เคย จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.50 และทุกวัน จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ คือ ทุกวัน จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมาคือ เกือบทุกวัน จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.75 นานๆ ครั้ง จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.75 และไม่เคย จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.25 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออื่นๆ ได้แก่ SMS ความถี่ทุกวัน จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 และผ่านพับ ความถี่นานๆ ครั้ง จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25



**ตาราง 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการรับข้อมูล/ข่าวสารก่อนการเดินทางเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง**

การรับข้อมูล/ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
เคย	274	68.50
ไม่เคย	126	31.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 21 พบว่าในการรับรู้ข้อมูล/ข่าวสารก่อนการเดินทางเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง เมืองตาก จังหวัดตาก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จำนวน 274 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.50 และไม่เคยรับรู้ข้อมูล/ข่าวสารมาก่อน จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.50

**ตาราง 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการรับข้อมูล/ข่าวสารก่อนการเดินทางเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงผ่านสื่อต่างๆ**

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	16	4.00
วิทยุ	72	18.00
หนังสือพิมพ์	25	6.25
วารสาร/นิตยสาร	10	2.50
เพื่อน/ญาติ	216	54.00
เว็บไซต์	9	2.25
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	21	5.25
อื่นๆ (แผ่นป้ายโฆษณา)	1	0.25

**หมายเหตุ:** ตาราง 22 แสดงเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เลือกตอบประเภทสื่อข้างต้นนี้

จากตาราง 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง ส่วนใหญ่จาก เพื่อน/ญาติ จำนวน 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ วิทยุ จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.00 หนังสือพิมพ์ จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเทศไทย จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.25 โทรทัศน์ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 วารสาร/นิตยสาร จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 เว็บไซต์ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 และแผ่นป้ายโฆษณา จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ตาราง 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว</b>								
1. การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)	105 (26.25%)	158 (39.50%)	113 (28.25%)	20 (5.00%)	4 (1.00%)	3.85	0.90	ต้องการ
2. บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย	106 (26.50%)	141 (35.25%)	109 (27.25%)	42 (10.50%)	2 (0.50%)	3.77	0.98	ต้องการ
3. หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย	113 (28.25%)	148 (37.00%)	104 (26.00%)	32 (8.00%)	3 (0.75%)	3.84	0.95	ต้องการ
4. คุณภาพของน้ำ	128 (32.00%)	155 (38.75%)	91 (22.75%)	20 (5.00%)	6 (1.50%)	3.95	0.94	ต้องการ
5. อื่นๆ								
	รวม					3.85	0.75	ต้องการ

จากตาราง 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยรวม 3.85 ประกอบด้วย มีความต้องการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.25 มีความต้องการบันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.50 มีความต้องการหาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.25 มีความต้องการคุณภาพของน้ำ จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.00 และต้องการอื่นๆ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตาราง 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>								
1. ระบบไฟฟ้า	106 (26.50%)	131 (32.75%)	116 (29.00%)	38 (9.50%)	9 (2.25%)	3.72	1.03	ต้องการ
2. น้ำประปา สาธารณะ	92 (23.00%)	123 (30.75%)	111 (27.75%)	55 (13.75%)	19 (4.75%)	3.54	1.13	ต้องการ
3. ถังขยะในบริเวณชายหาด	104 (26.00%)	121 (30.25%)	112 (28.00%)	49 (12.25%)	14 (3.50%)	3.63	1.10	ต้องการ
4. โทรศัพท์สาธารณะ	59 (14.75%)	119 (29.75%)	139 (34.75%)	69 (17.25%)	14 (3.50%)	3.35	1.04	ต้องการ ปานกลาง
5. สถานที่จอดรถ	85 (21.25%)	153 (38.25%)	121 (30.25%)	37 (9.25%)	4 (1.00%)	3.70	0.94	ต้องการ
6. ชุมน้ำดื่มและเครื่องดื่ม	72 (18.00%)	122 (30.50%)	135 (33.75%)	62 (15.50%)	9 (2.25%)	3.47	1.03	ต้องการ
7. ชุมน้ำดื่มที่ระลึก	54 (13.50%)	94 (23.50%)	144 (36.00%)	76 (19.00%)	32 (8.00%)	3.16	1.12	ต้องการ ปานกลาง
8. ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ	111 (27.75%)	95 (23.75%)	84 (21.00%)	69 (17.25%)	41 (10.25%)	3.42	1.33	ต้องการ
9. ศาลา ชุมน้ำพักผ่อน	75 (18.75%)	104 (26.00%)	134 (33.50%)	67 (16.75%)	20 (5.00%)	3.37	1.12	ต้องการ ปานกลาง
10. เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด	54 (13.50%)	101 (25.25%)	136 (34.00%)	66 (16.50%)	43 (10.75%)	3.14	1.17	ต้องการ ปานกลาง
11. แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด	71 (17.75%)	115 (28.75%)	116 (29.00%)	65 (16.25%)	33 (8.25%)	3.32	1.18	ต้องการ ปานกลาง
12. บริเวณที่ตั้งแผงลอยหาบเร่	31 (7.75%)	76 (19.00%)	171 (42.75%)	88 (22.00%)	34 (8.50%)	2.96	1.03	ต้องการ ปานกลาง
13. ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว	32 (8.00%)	75 (18.75%)	140 (35.00%)	92 (23.00)	61 (15.25%)	2.81	1.15	ต้องการ ปานกลาง
14. อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	63 (15.75%)	111 (27.75%)	120 (30.00%)	68 (17.00%)	38 (9.50%)	3.23	1.19	ต้องการ ปานกลาง
15. มัคคุเทศก์	29 (7.25%)	52 (13.00%)	116 (29.00%)	112 (28.00%)	91 (22.75%)	2.54	1.18	ไม่ต้องการ
16. อื่นๆ								
		รวม				3.29	0.83	ต้องการ

จากตาราง 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ยรวม 3.29 ประกอบด้วย มีความต้องการระบบไฟฟ้าจำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.75 มีค่าเฉลี่ย 3.72 ต้องการน้ำประปา สาธารณะ จำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.75 มีค่าเฉลี่ย 3.54 ต้องการถังขยะในบริเวณชายหาด จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.25 มีค่าเฉลี่ย 3.63 ต้องการโทรศัพท์สาธารณะ จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.75 มีค่าเฉลี่ย 3.35 ต้องการสถานที่จอดรถ จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.25 มีค่าเฉลี่ย 3.70 ต้องการร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.75 มีค่าเฉลี่ย 3.47 ต้องการช้อปปิ้งของที่ระลึกปานกลาง จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีค่าเฉลี่ย 3.16 ต้องการห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.75 มีค่าเฉลี่ย 3.42 ต้องการศาลา ชุมนุมพักผ่อนปานกลาง จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.50 มีค่าเฉลี่ย 3.37 ต้องการเตียงผ้าใบ/เตียงชายหาดปานกลาง จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.00 มีค่าเฉลี่ย 3.14 ต้องการแผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียดปานกลาง จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.00 มีค่าเฉลี่ย 3.32 ต้องการบริเวณที่ตั้งแผงลอยหาบเร่ปานกลาง จำนวน 171 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.75 มีค่าเฉลี่ย 2.96 ต้องการตลาดนัด ตลาดชั่วคราวปานกลาง จำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.00 มีค่าเฉลี่ย 2.81 ต้องการอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวปานกลาง จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีค่าเฉลี่ย 3.23 และไม่ต้องการมัคคุเทศก์ จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.00 มีค่าเฉลี่ย 2.54

**ตาราง 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว**

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>								
1. ความสวยงามของทัศนียภาพ	152 (38.00%)	170 (42.50%)	68 (17.00%)	8 (2.00%)	2 (0.50%)	4.16	0.81	ต้องการ
2. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	137 (34.25%)	154 (38.50%)	88 (22.00%)	18 (4.50%)	3 (0.75%)	4.01	0.90	ต้องการ
3. ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น	154 (38.50%)	145 (36.25%)	85 (21.25%)	13 (3.25%)	3 (0.75%)	4.09	0.89	ต้องการ
4. อื่นๆ (โปรดระบุ)								
	รวม					4.08	0.78	ต้องการ

จากตาราง 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยรวม 4.08 ประกอบด้วย มีความต้องการความสวยงามของทัศนียภาพจำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.50 มีค่าเฉลี่ย 4.16 ต้องการความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีค่าเฉลี่ย 4.01 และต้องการความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีค่าเฉลี่ย 4.09

### ตาราง 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของ แหล่งท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>								
1. เล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)	124 (31.00%)	127 (31.75%)	114 (28.50%)	25 (6.25%)	10 (2.50%)	3.83	1.02	ต้องการ
2. ซิม้ผ้า	31 (7.75%)	79 (19.75%)	135 (33.75%)	81 (20.25%)	74 (18.50%)	2.78	1.19	ต้องการ ปานกลาง
3. วอลเลย์บอลชายหาด	63 (15.75%)	111 (27.75%)	124 (31.00%)	32 (8.00%)	70 (17.50%)	3.26	1.16	ต้องการ ปานกลาง
4. ฟุตบอลชายหาด	69 (17.25%)	100 (25.00%)	131 (32.75%)	63 (15.75%)	37 (9.25%)	3.25	1.19	ต้องการ ปานกลาง
5. อาบแดด	36 (9.00%)	61 (15.25%)	140 (35.00%)	97 (24.25%)	66 (16.50%)	2.76	1.17	ต้องการ ปานกลาง
6. พายเรือแคนู	46 (11.50%)	86 (21.50%)	106 (26.50%)	76 (19.00%)	86 (21.50%)	2.83	1.30	ต้องการ ปานกลาง
7. เรือลากชูชีพ	41 (10.25%)	63 (15.75%)	120 (30.00%)	81 (20.25%)	95 (23.75%)	2.69	1.27	ต้องการ ปานกลาง
8. สกีน้ำ	43 (10.75%)	59 (14.75%)	112 (28.00%)	85 (21.25%)	101 (25.25%)	2.65	1.30	ต้องการ ปานกลาง
9. ล่องเรือ	61 (15.25%)	86 (21.50%)	108 (27.00%)	65 (16.25%)	80 (20.00%)	2.96	1.34	ต้องการ ปานกลาง
10. เรือกล้วย (Banana Boat)	54 (13.50%)	74 (18.50%)	111 (27.75%)	69 (17.25%)	92 (23.00%)	2.82	1.34	ต้องการ ปานกลาง
11. เทศกาลและงานประเพณี	155 (38.75%)	121 (30.25%)	86 (21.50%)	28 (7.00%)	10 (2.50%)	3.96	1.05	ต้องการ
12. อื่นๆ ได้แก่ การแสดงดนตรี ออกกำลังกาย	3 (0.75%)					5.00	0.00	ต้องการ อย่างยิ่ง
			รวม			3.07	0.93	ต้องการ ปานกลาง

จากตาราง 26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการปานกลางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยรวม 3.07 ประกอบด้วย มีความต้องการเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.75 มีค่าเฉลี่ย 3.83 ต้องการขี่ม้า จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.75 มีค่าเฉลี่ย 2.78 ต้องการวอลเลย์บอลชายหาด จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีค่าเฉลี่ย 3.26 ต้องการฟุตบอลชายหาด จำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.75 มีค่าเฉลี่ย 3.25 ต้องการอาบแดดจำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.00 มีค่าเฉลี่ย 2.76 ต้องการพายเรือแคนู จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.50 มีค่าเฉลี่ย 2.83 ต้องการเรือลากชูชีพ จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีค่าเฉลี่ย 2.69 ต้องการสกีน้ำ จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.00 มีค่าเฉลี่ย 2.65 ต้องการล่องเรือ จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีค่าเฉลี่ย 2.96 ต้องการเรือกล้วย (Banana Boat) จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.75 มีค่าเฉลี่ย 2.82 ต้องการเทศกาลและงานประเพณี จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.75 มีค่าเฉลี่ย 3.96 และต้องการอื่นๆ ได้แก่ การแสดงดนตรี และการออกกำลังกาย จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 มีค่าเฉลี่ย 5.00

#### ตาราง 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย</b>								
1. การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย	135 (33.75%)	129 (32.25%)	83 (20.75%)	40 (10.00%)	13 (3.25%)	3.83	1.10	ต้องการ
2. การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย	138 (34.50%)	107 (26.75%)	84 (21.00%)	51 (12.75%)	20 (5.00%)	3.73	1.20	ต้องการ
3. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	127 (31.75%)	96 (24.00%)	90 (22.50%)	56 (14.00%)	31 (7.75%)	3.58	1.28	ต้องการ
4. อื่นๆ (โปรดระบุ)								
	รวม					3.71	1.13	ต้องการ

จากตาราง 27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยรวม 3.71 ประกอบด้วย ต้องการการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.75 มีค่าเฉลี่ย 3.83 ต้องการการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย จำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.50 มีค่าเฉลี่ย 3.73 และต้องการเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.75 มีค่าเฉลี่ย 3.58

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีการจัดการตลาด  
ท่องเที่ยวของหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ตาราง 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความ  
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์)

องค์ประกอบของ การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านแหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์)</b>								
1. ภาพรวมของหาดทรายทอง แม่ปิง	68 (17.00%)	153 (38.25%)	143 (35.75%)	25 (6.25%)	11 (2.75%)	3.61	0.93	พอใจ
2. กิจกรรมโดยรวมในหาดทราย ทองแม่ปิง	36 (9.00%)	140 (35.00%)	151 (37.75%)	62 (15.50%)	11 (2.75%)	3.32	0.94	พอใจ ปานกลาง
3. การเข้าถึงหาดทรายทอง แม่ปิง	71 (17.75%)	152 (38.00%)	140 (35.00%)	29 (7.25%)	8 (2.00%)	3.62	0.93	พอใจ
4. สิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง	40 (10.00%)	106 (26.50%)	169 (42.25%)	70 (17.50%)	15 (3.75%)	3.22	0.97	พอใจ ปานกลาง
5. เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้น หาดทรายทองแม่ปิง	67 (16.75%)	123 (30.75%)	154 (38.50%)	46 (11.50%)	10 (2.50%)	3.48	0.98	พอใจ
	รวม					3.45	0.79	พอใจ

จากตาราง 28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์) ค่าเฉลี่ยรวม 3.45 ประกอบด้วย มีความพอใจในภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.25 มีค่าเฉลี่ย 3.61 พอใจปานกลางต่อกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.75 มีค่าเฉลี่ย 3.32 พอใจต่อการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีค่าเฉลี่ย 3.62 พอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง จำนวน 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.25 มีค่าเฉลี่ย 3.22 และพอใจต่อเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีค่าเฉลี่ย 3.48

ตาราง 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการด้านราคา

องค์ประกอบของ การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านราคา</b>								
1. ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาด ทรายทองแม่ปิ้ง	48 (12.00%)	104 (26.00%)	185 (46.25%)	49 (12.25%)	14 (3.50%)	3.31	0.95	พอใจ ปานกลาง
2. ค่าใช้จ่ายอาหารและ เครื่องดื่ม	35 (8.75%)	123 (30.75%)	192 (48.00%)	41 (10.25%)	9 (2.25%)	3.34	0.86	พอใจ ปานกลาง
3. ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม (เช่าห่วงยาง ชีมน้ำ เล่นกีฬา)	30 (7.50%)	103 (25.75%)	193 (48.25%)	56 (14.00%)	18 (4.50%)	3.18	0.92	พอใจ ปานกลาง
	รวม					3.27	0.83	พอใจ ปานกลาง

จากตาราง 29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจปานกลางต่อการจัดการด้านราคา ค่าเฉลี่ยรวม 3.27 ประกอบด้วย มีความพอใจปานกลางต่อค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิ้ง จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.25 มีค่าเฉลี่ย 3.31 พอใจปานกลางต่อค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีค่าเฉลี่ย 3.34 และพอใจปานกลางต่อค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม (เช่าห่วงยาง ชีมน้ำ เล่นกีฬา) จำนวน 193 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.25 มีค่าเฉลี่ย 3.18



ตาราง 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว

องค์ประกอบของ การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว</b>								
1. การให้ข้อมูลของการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	35 (8.75%)	83 (20.75%)	163 (40.75%)	89 (22.25%)	30 (7.50%)	3.01	1.04	พอใจ ปานกลาง
2. การให้ข้อมูลของคนใน ท้องถิ่น	46 (11.50%)	119 (29.75%)	166 (41.50%)	59 (14.75%)	10 (2.50%)	3.33	0.95	พอใจ ปานกลาง
3. การให้ข้อมูลของ ผู้ประกอบการ เช่น บริษัทนำ เที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร	33 (8.25%)	87 (21.75%)	162 (40.50%)	88 (22.00%)	30 (7.50%)	3.01	1.03	พอใจ ปานกลาง
4. การให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด (ญาติ เพื่อน ฯลฯ)	57 (14.25%)	139 (34.75%)	150 (37.50%)	40 (10.00%)	14 (3.50%)	3.46	0.97	พอใจ
5. การหาข้อมูลในเว็บไซต์	23 (5.75%)	63 (15.75%)	132 (33.00%)	123 (30.75%)	59 (14.75%)	2.67	1.09	พอใจ ปานกลาง
		รวม				3.27	0.83	พอใจ ปานกลาง

จากตาราง 30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจปานกลางต่อการจัดการด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยรวม 3.27 ประกอบด้วย มีความพอใจปานกลางต่อการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.75 มีค่าเฉลี่ย 3.01 พอใจปานกลางต่อการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น จำนวน 166 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.50 มีค่าเฉลี่ย 3.33 พอใจปานกลางต่อการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร จำนวน 162 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.50 มีค่าเฉลี่ย 3.01 พอใจปานกลางต่อการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด (ญาติ เพื่อน ฯลฯ) จำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีค่าเฉลี่ย 3.46 และพอใจปานกลางต่อการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.00 มีค่าเฉลี่ย 2.67

**ตาราง 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด**

องค์ประกอบของ การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>								
1. เนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความ น่าสนใจ	31 (7.75%)	82 (20.50%)	146 (36.50%)	112 (28.00%)	29 (7.25%)	2.94	1.04	พอใจ ปานกลาง
2. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ หาดทรายทองแม่ปิง อย่าง ต่อเนื่อง	33 (8.25%)	82 (20.50%)	150 (37.50%)	99 (24.75%)	36 (9.00%)	2.94	1.07	พอใจ ปานกลาง
3. การจัดงานต่างๆ ในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว เช่น งานกีฬา ที่ล่อชูเกมส์ งานลอยกระทง	52 (13.00%)	135 (33.75%)	139 (34.75%)	59 (14.75%)	15 (3.75%)	3.38	1.01	พอใจ ปานกลาง
		รวม				3.08	0.91	พอใจ ปานกลาง

จากตาราง 31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจปานกลางต่อการจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวม 3.08 ประกอบด้วย มีความพอใจปานกลางต่อเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ/โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.50 มีค่าเฉลี่ย 2.94 พอดีปานกลางต่อการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่อง จำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีค่าเฉลี่ย 2.94 และพอใจปานกลางต่อการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น งานกีฬาที่ล่อชูเกมส์ งานลอยกระทง จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.75 มีค่าเฉลี่ย 3.38

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานที่ 1** นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ย อาชีพ และที่มาแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1** เพศของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภท ชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบ Independent Samples T-Test เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านเพศ**

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ความเห็นต่อการพัฒนาในภาพรวม	3.56	0.76	3.64	0.71	-1.01	0.31
<b>1. ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว</b>						
- การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)	4.01	0.83	3.69	0.95	3.63	0.00*
- บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย	3.76	0.95	3.77	1.00	-0.11	0.92
- หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย	3.82	0.95	3.86	0.96	-0.39	0.70
- คุณภาพของน้ำ	4.00	0.88	3.89	1.00	1.13	0.26
- อื่นๆ						
<b>2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>						
- ระบบไฟฟ้า	3.69	1.02	3.74	1.04	-0.48	0.63
- น้ำประปา สาธารณะ	3.55	1.10	3.52	1.16	0.35	0.73
- ถึงขยะในบริเวณชายหาด	3.60	1.07	3.66	1.13	-0.48	0.63
- โทรศัพท์สาธารณะ	3.37	1.00	3.33	1.08	0.32	0.75
- สถานที่จอดรถ	3.65	0.94	3.74	0.94	-0.89	0.37
- ตู้มอาหารและเครื่องดื่ม	3.49	1.01	3.44	1.04	0.49	0.62
- ตู้ขายของที่ระลึก	3.07	1.10	3.24	1.14	-1.54	0.12
- ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ	3.39	1.32	3.44	1.34	-0.36	0.72
- ศาลา ชุมนพักผ่อน	3.29	1.10	3.45	1.13	-1.46	0.15
- เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด	3.14	1.13	3.14	1.21	0.02	0.99
- แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด	3.31	1.17	3.32	1.19	-0.05	0.96
- บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่	2.92	1.05	2.99	1.01	-0.67	0.50
- ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว	2.74	1.12	2.89	1.17	-1.32	0.19
- อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	3.19	1.14	3.28	1.23	-0.76	0.45
- มัคคุเทศก์	2.47	1.19	2.62	1.18	-1.27	0.20

ตาราง 32 (ต่อ)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
- อื่นๆ						
<b>3. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>						
- ความสวยงามของทัศนียภาพ	4.15	0.82	4.16	0.80	-0.04	0.97
- ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.03	0.89	3.99	0.91	0.44	0.66
- ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น	4.06	0.88	4.11	0.90	-0.47	0.64
- อื่นๆ						
<b>4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>						
- เล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)	3.75	1.06	3.90	0.98	-1.44	0.15
- ซิม้่า	2.71	1.20	2.85	1.17	-1.23	0.22
- วอลเลย์บอลชายหาด	3.13	1.20	3.38	1.11	-2.17	0.03*
- ฟุตบอลชายหาด	3.34	1.24	3.17	1.12	1.43	0.15
- อาบแดด	2.76	1.25	2.76	1.08	-0.04	0.96
- พายเรือแคนู	2.69	1.35	2.96	1.24	-2.13	0.03*
- เรือลากชูชีพ	2.51	1.25	2.86	1.28	-2.80	0.01*
- สกีน้ำ	2.50	1.29	2.80	1.29	-2.35	0.02*
- ล่องเรือ	2.82	1.38	3.10	1.28	-2.06	0.04*
- เรือกล้วย (Banana Boat)	2.65	1.32	3.00	1.34	-2.65	0.01*
- เทศกาลและงานประเพณี	3.90	1.09	4.02	1.01	-1.08	0.28
- อื่นๆ	5.00	0.00	5.00	0.00	-1.09	0.28
<b>5. ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย</b>						
- การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย	3.73	1.11	3.93	1.08	-1.84	0.07
- การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย	3.64	1.27	3.82	1.12	-1.54	0.12
- เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.45	1.32	3.72	1.21	-2.14	0.03*
- อื่นๆ						

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามเพศ พบว่าความเห็นต่อการพัฒนาในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ การพัฒนาการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) โดยเพศชายให้ความต้องการพัฒนาการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) มากกว่าเพศหญิง การพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่าเพศชาย การพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูมากกว่าเพศชาย การพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพมากกว่าเพศชาย การพัฒนากิจกรรมสกีน้ำโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำมากกว่าเพศชาย การพัฒนากิจกรรมล่องเรือโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือมากกว่าเพศชาย การพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) โดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่าเพศชายและการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่าเพศชาย

**สมมติฐานที่ 1.2** อายุแตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบค่าสถิติ One Way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของความต้องการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากต่อไปของกลุ่มอายุ ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) นั่นคือ มีความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวแปรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

ตาราง 33 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ  
จัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)	ระหว่างกลุ่ม	5	3.74	0.75	0.918	0.469
	ภายในกลุ่ม	394	321.26	0.82		
รวม		399	325			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 32 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาบันได  
ทางลงสู่บริเวณหาดทราย จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย	ระหว่างกลุ่ม	5	1.69	0.34	0.352	0.881
	ภายในกลุ่ม	394	377.69	0.96		
รวม		399	379.38			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 34 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาบันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 35 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย	ระหว่างกลุ่ม	5	3.09	0.62	0.678	0.640
	ภายในกลุ่ม	394	358.67	0.91		
รวม		399	361.76			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 35 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาหาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาคุณภาพ  
ของน้ำ จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
คุณภาพของน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.76	0.75	0.852	0.514
	ภายในกลุ่ม	394	348.13	0.88		
รวม		399	351.90			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 36 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาคุณภาพของน้ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 37 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาระบบไฟฟ้า จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระบบไฟฟ้า	ระหว่างกลุ่ม	5	9.50	1.90	1.810	0.110
	ภายในกลุ่ม	394	413.58	1.05		
	รวม	399	423.08			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 37 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาระบบไฟฟ้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 38 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา น้ำประปา สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
น้ำประปา สาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	5	9.38	1.88	1.483	0.194
	ภายในกลุ่ม	394	498.13	1.26		
	รวม	399	507.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 38 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาน้ำประปา สาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 39 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาถึงขยะ  
ในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ถึงขยะในบริเวณชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	5	0.55	0.11	0.090	0.994
	ภายในกลุ่ม	394	482.69	1.23		
รวม		399	483.24			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 39 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาถึงขยะในบริเวณชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
โทรศัพท์สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
โทรศัพท์สาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.07	0.01	0.012	1.000
	ภายในกลุ่ม	394	430.93	1.09		
รวม		399	431.00			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 40 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาโทรศัพท์สาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 41 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สถานที่จอดรถ	ระหว่างกลุ่ม	5	9.93	1.99	2.282	0.046*
	ภายในกลุ่ม	394	342.86	0.87		
รวม		399	352.79			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาสถานที่จอดรถ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 41 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 42

**ตาราง 42 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่**

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปี ขึ้นไป
		3.67	3.80	3.46	3.89	3.33	3.20
ต่ำกว่า 25 ปี	3.67	-	-0.135	0.204	-0.220	0.333	0.467
25-34 ปี	3.80		-	0.339*	-0.085	0.468	0.601
35-44 ปี	3.46			-	-0.424*	0.129	0.263
45-54 ปี	3.89				-	0.553	0.686
55-64 ปี	3.33					-	0.133
65 ปี ขึ้นไป	3.20						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนาสถานที่จอดรถ จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆที่มีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีความ

ต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี และกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

**ตาราง 43 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ศูนย์อาหารและเครื่องดื่มนำแกนสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ศูนย์อาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	5	6.17	1.23	1.171	0.323
	ภายในกลุ่ม	394	415.34	1.05		
	รวม	399	421.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 43 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาศูนย์อาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 44 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ศูนย์ขายของที่ระลึกนำแกนสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ศูนย์ขายของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	5	0.24	0.05	0.037	0.999
	ภายในกลุ่ม	394	504.15	1.28		
	รวม	399	504.39			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง

44 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาชุมชนชายของที่ระลึกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 45 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	5	11.52	2.30	1.313	0.258
	ภายในกลุ่ม	394	691.59	1.76		
	รวม	399	703.11			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 45 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 46 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาศาลา  
ซุ้มพักผ่อนจำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ศาลา ซุ้มพักผ่อน	ระหว่างกลุ่ม	5	2.89	0.58	0.462	0.805
	ภายในกลุ่ม	394	494.08	1.25		
	รวม	399	496.98			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง

46 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาศาลา ชุมนุมพักผ่อนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 47 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	5	5.67	1.13	0.825	0.532
	ภายในกลุ่ม	394	541.21	1.37		
	รวม	399	546.88			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ห้ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 47 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาเตียงผ้าใบ/เตียงชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 48 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาแผนที่  
และข้อมูลแสดงรายละเอียด จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด	ระหว่างกลุ่ม	5	2.00	0.40	0.284	0.922
	ภายในกลุ่ม	394	554.31	1.41		
	รวม	399	556.31			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ห้ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง

48 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาแผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 49 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาบริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่	ระหว่างกลุ่ม	5	3.64	0.73	0.683	0.637
	ภายในกลุ่ม	394	419.55	1.06		
	รวม	399	423.19			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 49 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาบริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 50 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาตลาดนัด ตลาดชั่วคราว จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว	ระหว่างกลุ่ม	5	4.53	0.91	0.686	0.634
	ภายในกลุ่ม	394	520.41	1.32		
	รวม	399	524.94			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง

50 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาตลาดนัด ตลาดชั่วคราวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 51 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	1.81	0.36	0.254	0.938
	ภายในกลุ่ม	394	559.57	1.42		
	รวม	399	561.38			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 51 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 52 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนามัคคุเทศก์ จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	5	8.09	1.62	1.157	0.330
	ภายในกลุ่ม	394	551.27	1.40		
	รวม	399	559.36			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง

52 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนามัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 53 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาความสวยงามของทัศนียภาพ จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความสวยงามของทัศนียภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5	5.24	1.05	1.618	0.154
	ภายในกลุ่ม	394	255.15	0.65		
	รวม	399	260.39			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 53 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความสวยงามของทัศนียภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 54 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	5.37	1.07	1.328	0.251
	ภายในกลุ่ม	394	318.59	0.81		
	รวม	399	323.96			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง



54 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 55 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	5	2.90	0.58	0.733	0.599
	ภายในกลุ่ม	394	312.21	0.79		
	รวม	399	315.11			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 55 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 56 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)	ระหว่างกลุ่ม	5	10.72	2.14	2.085	0.066
	ภายในกลุ่ม	394	405.03	1.03		
	รวม	399	415.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง

56 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเล่นน้ำ (เซ้าห่วงยาง) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 57 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมขี่ม้า จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ขี่ม้า	ระหว่างกลุ่ม	5	7.78	1.56	1.109	0.355
	ภายในกลุ่ม	394	552.86	1.40		
	รวม	399	560.64			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 57 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 58 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
วอลเลย์บอลชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	5	20.84	4.17	3.197	0.008*
	ภายในกลุ่ม	394	513.64	1.30		
	รวม	399	534.48			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 58 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการ

พัฒนาการกรรมวอลเลย์บอลชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 59

**ตาราง 59 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่**

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
		3.43	3.26	3.03	3.32	3.33	1.60
ต่ำกว่า 25 ปี	3.43	-	0.172	0.403*	0.114	0.099	1.832*
25-34 ปี	3.26		-	0.231	-0.057	-0.072	1.660*
35-44 ปี	3.03			-	0.288	-0.303	1.430*
45-54 ปี	3.32				-	-0.015	1.718*
55-64 ปี	3.33					-	1.733*
65 ปีขึ้นไป	1.60						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนาการกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนา กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความต้องการพัฒนาการกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความต้องการพัฒนาการกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 25-34 ปีมีความต้องการพัฒนาการกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 35-44 ปีมีความต้องการพัฒนาการกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป กลุ่มอายุ 45-54 ปีมีความต้องการพัฒนาการกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป และกลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความต้องการพัฒนาการกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป

ตาราง 60 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ฟุตบอลชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	5	30.22	6.04	4.482	0.001*
	ภายในกลุ่ม	394	531.28	1.35		
	รวม	399	561.50			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 60 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปราบกฏผลดังตาราง 61

ตาราง 61 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปี ขึ้นไป
		3.33	3.37	2.93	3.20	3.75	1.40
ต่ำกว่า 25 ปี	3.33	-	-0.033	0.408*	0.129	-0.417	1.933*
25-34 ปี	3.37		-	0.442*	0.162	-0.384	1.966*
35-44 ปี	2.93			-	-0.279	-0.825*	1.525*
45-54 ปี	3.20				-	-0.545	1.805*
55-64 ปี	3.75					-	2.350*
65 ปี ขึ้นไป	1.40						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 61 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 7 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ

ต่ำกว่า 25 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปี ขึ้นไป กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปี ขึ้นไป กลุ่มอายุ 35-44 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปี ขึ้นไป กลุ่มอายุ 45-54 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปี ขึ้นไป และกลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 65 ปี ขึ้นไป

**ตาราง 62 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมอาบแดด จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
อาบแดด	ระหว่างกลุ่ม	5	2.56	0.51	0.373	0.867
	ภายในกลุ่ม	394	540.40	1.37		
	รวม	399	542.96			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 62 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมอาบแดดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 63 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
พายเรือแคนู	ระหว่างกลุ่ม	5	12.22	2.44	1.446	0.207
	ภายในกลุ่ม	394	665.53	1.69		
	รวม	399	677.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 63 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 64 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือลากซุงชีพ จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เรือลากซุงชีพ	ระหว่างกลุ่ม	5	15.91	3.18	1.982	0.080
	ภายในกลุ่ม	394	632.40	1.61		
	รวม	399	648.31			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 64 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากซุงชีพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 65 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สกีน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	5	11.97	2.39	1.435	0.211
	ภายในกลุ่ม	394	657.62	1.67		
	รวม	399	669.59			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 65 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 66 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมล่องเรือจำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ล่องเรือ	ระหว่างกลุ่ม	5	5.57	1.11	0.620	0.685
	ภายในกลุ่ม	394	708.71	1.80		
	รวม	399	714.28			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 66 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 67 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เรือกล้วย (Banana Boat)	ระหว่างกลุ่ม	5	3.87	0.77	0.429	0.828
	ภายในกลุ่ม	394	710.53	1.80		
	รวม	399	714.40			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 67 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 68 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เทศกาลและงานประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	5	10.52	2.10	1.920	0.090
	ภายในกลุ่ม	394	431.76	1.10		
	รวม	399	442.28			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 68 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**ตาราง 69 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการติด  
ป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	5	6.71	1.34	1.109	0.355
	ภายในกลุ่ม	394	477.07	1.21		
	รวม	399	483.78			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 69 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนาการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่ายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 70 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ  
แบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การแบ่งพื้นที่และ ช่วงเวลาอันตราย	ระหว่างกลุ่ม	5	6.49	1.30	0.896	0.483
	ภายในกลุ่ม	394	570.35	1.45		
	รวม	399	576.84			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 70 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนาการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตรายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 71 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	5	10.61	2.12	1.309	0.259
	ภายในกลุ่ม	394	638.83	1.62		
รวม		399	649.44			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง  
71 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไม่แตกต่างกันอย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.3** รายได้แตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภท  
ชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภท  
ชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภท  
ชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบค่าสถิติ One Way ANOVA ทดสอบ  
ความแตกต่างของความต้องการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากต่อไปของ  
กลุ่มรายได้ ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง  
( $H_1$ ) นั่นคือ มีความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวแปรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำ  
การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least  
Significant Difference (LSD)

ตาราง 72 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ  
จัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)	ระหว่างกลุ่ม	4	3.83	0.96	1.179	0.320
	ภายในกลุ่ม	395	321.17	0.81		
รวม		399	325.00			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 72 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 73 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาบันได  
ทางลงสู่บริเวณหาดทราย จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย	ระหว่างกลุ่ม	4	2.86	0.71	0.750	0.559
	ภายในกลุ่ม	395	376.52	0.95		
รวม		399	379.38			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 73 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาบันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 74 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย	ระหว่างกลุ่ม	4	4.45	1.11	1.230	0.297
	ภายในกลุ่ม	395	357.31	0.90		
รวม		399	361.76			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 74 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาหาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 75 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
คุณภาพของน้ำ จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
คุณภาพของน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.57	0.89	1.013	0.401
	ภายในกลุ่ม	395	348.33	0.88		
รวม		399	351.90			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 75 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาคุณภาพของน้ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 76 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ระบบไฟฟ้า จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระบบไฟฟ้า	ระหว่างกลุ่ม	4	6.50	1.62	1.541	0.190
	ภายในกลุ่ม	395	416.58	1.05		
รวม		399	423.08			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 76 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาระบบไฟฟ้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 77 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
น้ำประปาสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
น้ำประปา สาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.69	0.92	0.723	0.577
	ภายในกลุ่ม	395	503.82	1.28		
รวม		399	507.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 77 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาน้ำประปาสาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 78 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ถึงขยะในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ถึงขยะในบริเวณชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	4	12.37	3.09	2.594	0.036*
	ภายในกลุ่ม	395	470.87	1.19		
	รวม	399	483.24			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาถึงขยะในบริเวณชายหาด จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ จากตาราง 78 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆมีความต้องการพัฒนาถึงขยะในบริเวณชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 79

ตาราง 79 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ถึงขยะในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า	10,000-	15,001 –	30,001 –	45,001 บาท
		10,000 บาท	15,000 บาท	30,000 บาท	45,000 บาท	ขึ้นไป
		3.55	3.87	3.71	3.70	2.92
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.55	-	-0.3175*	□□□□□	□□□□□	□□□□□
10,000-15,000 บาท	3.87		-	□□□□□	□□□□□	□□□□□
15,001 – 30,000 บาท	3.71			-	□□□□□	□□□□□
30,001 – 45,000 บาท	3.70				-	□□□□□
45,001 บาทขึ้นไป	2.92					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 79 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความต้องการถึงขยะในบริเวณชายหาด จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆให้ความต้องการกับการ

พัฒนาถึงขยะในบริเวณชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท มีระดับความต้องการพัฒนาถึงขยะในบริเวณชายหาด มากกว่ากลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท กลุ่มรายได้ 10,000-15,000 บาทมีระดับความต้องการพัฒนาถึงขยะในบริเวณชายหาดมากกว่ากลุ่มรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มรายได้ 15,001 – 30,000 บาทมีระดับความต้องการพัฒนาถึงขยะในบริเวณชายหาดมากกว่ากลุ่มรายได้ 45,001 บาทขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

**ตาราง 80 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
โทรศัพท์สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
โทรศัพท์สาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.77	0.69	0.640	0.634
	ภายในกลุ่ม	395	428.23	1.08		
	รวม	399	431.00			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 80 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาโทรศัพท์สาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 81 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สถานที่จอดรถ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.73	0.93	1.055	0.378
	ภายในกลุ่ม	395	349.06	0.88		
	รวม	399	352.79			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง  
81 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 82 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ซุ้มอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	4	5.03	1.26	1.193	0.313
	ภายในกลุ่ม	395	416.48	1.05		
	รวม	399	421.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง  
82 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาซุ้มอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกันอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**ตาราง 83 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ชุมชนของที่ระลึก จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ชุมชนของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	4	1.66	0.41	0.326	0.861
	ภายในกลุ่ม	395	502.73	1.27		
	รวม	399	504.39			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 83 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาชุมชนของที่ระลึกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 84 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	4	13.26	3.32	1.899	0.110
	ภายในกลุ่ม	395	689.85	1.75		
	รวม	399	703.11			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 84 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 85 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ศาลา ชุ่มพักผ่อนจำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ศาลา ชุ่มพักผ่อน	ระหว่างกลุ่ม	4	1.32	0.33	0.264	0.901
	ภายในกลุ่ม	395	495.65	1.25		
	รวม	399	496.98			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 85 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาศาลา ชุ่มพักผ่อนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 86 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	4	6.01	1.50	1.097	0.358
	ภายในกลุ่ม	395	540.87	1.37		
	รวม	399	546.88			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 86 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาเตียงผ้าใบ/เตียงชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 87 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาแผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด	ระหว่างกลุ่ม	4	6.68	1.67	1.200	0.310
	ภายในกลุ่ม	395	549.63	1.39		
	รวม	399	556.31			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 87 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาแผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 88 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาบริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่	ระหว่างกลุ่ม	4	3.28	0.82	0.771	0.544
	ภายในกลุ่ม	395	419.91	1.06		
	รวม	399	423.19			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 88 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาบริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 89 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว	ระหว่างกลุ่ม	4	2.33	0.58	0.440	0.780
	ภายในกลุ่ม	395	522.61	1.32		
	รวม	399	524.94			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 89 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาตลาดนัด ตลาดชั่วคราวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 90 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	1.26	0.32	0.223	0.926
	ภายในกลุ่ม	395	560.11	1.42		
	รวม	399	561.38			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 90 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 91 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
มัคคุเทศก์ จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	4	9.56	2.39	1.718	0.145
	ภายในกลุ่ม	395	549.80	1.39		
รวม		399	559.36			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 91 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนามัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 92 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ความสวยงามของทัศนียภาพ จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความสวยงามของทัศนียภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.01	0.25	0.386	0.819
	ภายในกลุ่ม	395	259.38	0.66		
รวม		399	260.39			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 92 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความสวยงามของทัศนียภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 93 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	3.73	0.93	1.151	0.332
	ภายในกลุ่ม	395	320.23	0.81		
	รวม	399	323.96			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 93 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 94 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คน ในท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	4	3.26	0.81	1.032	0.390
	ภายในกลุ่ม	395	311.85	0.79		
	รวม	399	315.11			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 94 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 95 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)	ระหว่างกลุ่ม	4	7.08	1.77	1.710	0.147
	ภายในกลุ่ม	395	408.67	1.03		
	รวม	399	415.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 95 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 96 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมขี่ม้า จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ขี่ม้า	ระหว่างกลุ่ม	4	5.35	1.34	0.951	0.434
	ภายในกลุ่ม	395	555.29	1.41		
	รวม	399	560.64			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 96 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 97 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
วอลเลย์บอลชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	4	10.60	2.65	1.998	0.094
	ภายในกลุ่ม	395	523.88	1.33		
	รวม	399	534.48			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 97 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 98 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ฟุตบอลชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	4	0.55	0.14	0.096	0.984
	ภายในกลุ่ม	395	560.95	1.42		
	รวม	399	561.50			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 98 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 99 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมอาบแดด จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
อาบแดด	ระหว่างกลุ่ม	4	3.45	0.86	0.632	0.640
	ภายในกลุ่ม	395	539.51	1.37		
	รวม	399	542.96			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 99 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมอาบแดดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 100 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
พายเรือแคนู	ระหว่างกลุ่ม	4	6.59	1.65	0.969	0.424
	ภายในกลุ่ม	395	671.16	1.70		
	รวม	399	677.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 100 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 101 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เรือลากชูชีพ	ระหว่างกลุ่ม	4	8.17	2.04	1.261	0.285
	ภายในกลุ่ม	395	640.14	1.62		
	รวม	399	648.31			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 101 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 102 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สกีน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	4	5.97	1.49	0.889	0.471
	ภายในกลุ่ม	395	663.62	1.68		
	รวม	399	669.59			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 102 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 103 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมล่องเรือจำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ล่องเรือ	ระหว่างกลุ่ม	4	9.72	2.43	1.362	0.247
	ภายในกลุ่ม	395	704.56	1.78		
	รวม	399	714.28			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 103 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 104 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เรือกล้วย (Banana Boat)	ระหว่างกลุ่ม	4	8.62	2.16	1.207	0.307
	ภายในกลุ่ม	395	705.77	1.79		
	รวม	399	714.40			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 104 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 105 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เทศกาลและงานประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	4	3.68	0.92	0.827	0.508
	ภายในกลุ่ม	395	438.60	1.11		
	รวม	399	442.28			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 105 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 106 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ  
ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	4	3.86	0.97	0.794	0.529
	ภายในกลุ่ม	395	479.92	1.21		
	รวม	399	483.78			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 106 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆมีความต้องการพัฒนาการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่ายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 107 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การแบ่งพื้นที่และ ช่วงเวลาอันตราย	ระหว่างกลุ่ม	4	6.99	1.75	1.211	0.306
	ภายในกลุ่ม	395	569.85	1.44		
รวม		399	576.84			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง  
107 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆมีความต้องการพัฒนาการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตรายไม่แตกต่าง  
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 108 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4	3.85	0.96	0.588	0.671
	ภายในกลุ่ม	395	645.59	1.63		
รวม		399	649.44			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง  
108 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.4** อาชีพแตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภท ชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภท ชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภท ชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบค่าสถิติ One Way ANOVA ทดสอบ ความแตกต่างของความต้องการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากต่อไปของ กลุ่มอาชีพ ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) นั่นคือ มีความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวแปรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำ การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

**ตาราง 109 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)	ระหว่างกลุ่ม	7	5.91	0.84	1.037	0.404
	ภายในกลุ่ม	392	319.09	0.81		
รวม		399	325.00			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 109 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 110 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย	ระหว่างกลุ่ม	7	3.87	0.55	0.577	0.775
	ภายในกลุ่ม	392	375.51	0.96		
รวม		399	379.38			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 110 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาบันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 111 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย	ระหว่างกลุ่ม	7	8.86	1.27	1.406	0.201
	ภายในกลุ่ม	392	352.90	0.90		
รวม		399	361.76			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 111 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาหาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 112 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาคุณภาพของน้ำ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
คุณภาพของน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	7	11.98	1.71	1.974	0.057
	ภายในกลุ่ม	392	339.91	0.87		
รวม		399	351.90			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 112 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาคุณภาพของน้ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 113 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาระบบไฟฟ้า จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระบบไฟฟ้า	ระหว่างกลุ่ม	7	13.74	1.96	1.879	0.072
	ภายในกลุ่ม	392	409.34	1.04		
รวม		399	423.08			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาระบบไฟฟ้าประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 113 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาระบบไฟฟ้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 114 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
น้ำประปาสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
น้ำประปา สาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	7	13.60	1.94	1.542	0.152
	ภายในกลุ่ม	392	493.91	1.26		
รวม		399	507.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 114 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาน้ำประปาสาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 115 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ถังขยะในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ถังขยะในบริเวณชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	7	10.21	1.46	1.209	0.297
	ภายในกลุ่ม	392	473.03	1.21		
รวม		399	483.24			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 115 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาถังขยะในบริเวณชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 116 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
โทรศัพท์สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
โทรศัพท์สาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	7	6.81	0.97	0.899	0.507
	ภายในกลุ่ม	392	424.19	1.08		
	รวม	399	431.00			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 116 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาโทรศัพท์สาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 117 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สถานที่จอดรถ	ระหว่างกลุ่ม	7	15.54	2.22	2.580	0.013*
	ภายในกลุ่ม	392	337.25	0.86		
	รวม	399	352.79			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาสถานที่จอดรถ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 117 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 118

ตาราง 118 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		3.55	3.86	3.53	3.67	3.58	3.14	2.80	3.87
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.55	-	-0.308	0.013	-0.119	-0.029	0.405	0.748	-0.324
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	3.86		-	0.321*	0.189	0.279	0.713	1.055*	-0.016
พนักงานบริษัท	3.53			-	-0.132	-0.042	0.392	0.734	-0.337*
แม่บ้าน- ว่างงาน	3.67				-	0.090	0.524	0.867	-0.205
นักเรียน- นักศึกษา	3.58					□	0.434	0.776	-0.295*
เกษียณ	3.14						□	0.343	-0.729*
เกษตรกร	2.80							□	-1.072*
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.87								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 118 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนาสถานที่จอดรถ จำแนกตาม  
สถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถ  
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจ  
มีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจ มี  
ความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มเกษตรกร กลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการ  
พัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนา  
สถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษา กลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนาสถานที่  
จอดรถมากกว่ากลุ่มเกษียณ และกลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่า  
กลุ่มเกษตรกร

ตาราง 119 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
 ชุมชนอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ชุมชนอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	7	9.40	1.34	1.277	0.260
	ภายในกลุ่ม	392	412.11	1.05		
	รวม	399	421.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 119 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาชุมชนอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 120 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
 ชุมชนขายของที่ระลึก จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ชุมชนขายของที่ระลึก	ระหว่างกลุ่ม	7	13.31	1.90	1.518	0.159
	ภายในกลุ่ม	392	491.08	1.25		
	รวม	399	504.39			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 120 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาชุมชนขายของที่ระลึกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 121 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	7	34.11	4.87	2.855	0.006*
	ภายในกลุ่ม	392	669.00	1.71		
	รวม	399	703.11			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 121 พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 122

ตาราง 122 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ-วิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	แม่บ้าน-ว่างงาน	นักเรียน-นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/รับจ้าง
		3.14	3.87	3.38	4.33	3.13	2.71	3.00	3.45
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.14	-	-0.725*	-0.236	-1.190	0.013	0.429	0.143	-0.310
ข้าราชการ-วิสาหกิจ	3.87		-	0.488*	-0.466	0.738*	1.153*	0.867	0.414*
พนักงานบริษัท	3.38			-	-0.954	0.250	0.665	0.379	-0.074
แม่บ้าน-ว่างงาน	4.33				-	1.204	1.619	1.333	0.880
นักเรียน-นักศึกษา	3.13					□	0.415	0.129	-0.324
เกษียณ	2.71						□	-0.286	-0.739
เกษตรกร	3.00							□	-0.453
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.45								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 122 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะมากกว่ากลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะมากกว่ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษา และกลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะมากกว่ากลุ่มลูกจ้าง/รับจ้าง

**ตาราง 123 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ศาลา ชุ่มพักผ่อนจำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ศาลา ชุ่มพักผ่อน	ระหว่างกลุ่ม	7	13.27	1.90	1.536	0.153
	ภายในกลุ่ม	392	483.71	1.23		
	รวม	399	496.98			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 123 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาศาลา ชุ่มพักผ่อนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 124 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	7	18.03	2.58	1.909	0.067
	ภายในกลุ่ม	392	528.85	1.35		
	รวม	399	546.88			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 124 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาเตียงผ้าใบ/เตียงชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 125 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด	ระหว่างกลุ่ม	7	12.76	1.82	1.315	0.242
	ภายในกลุ่ม	392	543.55	1.39		
	รวม	399	556.31			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 125 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาแผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 126 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่	ระหว่างกลุ่ม	7	3.60	0.51	0.480	0.849
	ภายในกลุ่ม	392	419.59	1.07		
	รวม	399	423.19			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง  
126 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาบริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ไม่แตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 127 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว	ระหว่างกลุ่ม	7	11.36	1.62	1.238	0.281
	ภายในกลุ่ม	392	513.58	1.31		
	รวม	399	524.94			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง  
127 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาตลาดนัด ตลาดชั่วคราวไม่แตกต่างกันอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 128 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	7	7.39	1.06	0.747	0.632
	ภายในกลุ่ม	392	553.98	1.41		
	รวม	399	561.38			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 128 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 129 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
มัคคุเทศก์ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	7	15.80	2.26	1.628	0.126
	ภายในกลุ่ม	392	543.56	1.39		
	รวม	399	559.36			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 129 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนามัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 130 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ความสวยงามของทัศนียภาพ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความสวยงามของทัศนียภาพ	ระหว่างกลุ่ม	7	4.85	0.69	1.063	0.387
	ภายในกลุ่ม	392	255.54	0.65		
	รวม	399	260.39			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 130 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความสวยงามของทัศนียภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 131 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	7	5.94	0.85	1.047	0.398
	ภายในกลุ่ม	392	318.02	0.81		
	รวม	399	323.96			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 131 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 132 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คน ในท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	7	8.39	1.20	1.531	0.155
	ภายในกลุ่ม	392	306.72	0.78		
	รวม	399	315.11			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 132 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 133 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)	ระหว่างกลุ่ม	7	13.08	1.87	1.819	0.082
	ภายในกลุ่ม	392	402.67	1.03		
	รวม	399	415.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 133 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 134 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมขี่ม้า จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ขี่ม้า	ระหว่างกลุ่ม	7	13.94	1.99	1.428	0.193
	ภายในกลุ่ม	392	546.70	1.39		
	รวม	399	560.64			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 134 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 135 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
วอลเลย์บอลชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	7	24.60	3.51	2.702	0.010*
	ภายในกลุ่ม	392	509.88	1.30		
	รวม	399	534.48			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 135 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 136

ตาราง 136 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		2.90	3.42	3.29	2.00	3.34	2.00	3.60	3.28
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	2.90	-	-0.517*	-0.388	0.905	-0.436*	0.905	-0.695	-0.377
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	3.42		-	0.129	1.422*	0.081	1.422*	-0.178	0.140
พนักงานบริษัท	3.29			-	1.293	-0.048	1.293*	-0.307	0.011
แม่บ้าน- ว่างงาน	2.00				-	-1.341*	0.000	-1.600	-1.282
นักเรียน- นักศึกษา	3.34					-	1.341*	-0.259	0.059
เกษียณ	2.00						-	-1.600*	-1.282*
เกษตรกร	3.60							-	-0.318
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.28								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 136 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด  
จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความต้องการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 9 คู่  
ได้แก่ กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด มากกว่ากลุ่ม  
ประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มนักเรียน-นักศึกษามีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด  
มากกว่ากลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนากิจกรรม  
วอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มแม่บ้าน กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มเกษียณ กลุ่มพนักงานบริษัทมีความต้องการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มเกษียณ กลุ่มนักเรียน-นักศึกษามีความต้องการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มแม่บ้าน กลุ่มนักเรียน-นักศึกษามีความต้องการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มเกษียณ กลุ่มเกษตรกรมีความต้องการพัฒนากิจกรรม  
วอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มเกษียณ และกลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนากิจกรรม  
วอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มเกษียณ

ตาราง 137 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ฟุตบอลชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	7	21.06	3.01	2.183	0.035*
	ภายในกลุ่ม	392	540.43	1.38		
	รวม	399	561.50			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 137 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 138 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		3.02	3.27	3.62	2.33	3.32	2.29	3.60	3.16
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.02	-	-0.241	-0.597*	0.690	-0.294	0.738	-0.576	-0.139
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	3.27		-	-0.356	0.932	-0.053	0.979*	-0.335	0.103
พนักงานบริษัท	3.62			-	1.287	0.303	1.335*	0.021	0.458*
แม่บ้าน- ว่างงาน	2.33				-	-0.984	0.048	-1.267	-0.829
นักเรียน- นักศึกษา	3.32					-	1.032*	-0.282	0.155
เกษียณ	2.29						-	-1.314	-0.877
เกษตรกร	3.60							-	0.438
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.16								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 138 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาด  
จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความต้องการพัฒนา  
กิจกรรมฟุตบอลชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่  
กลุ่มพนักงานบริษัทมีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มประกอบธุรกิจ  
ส่วนตัว กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่ม  
เกษียณ กลุ่มพนักงานบริษัทมีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มเกษียณ  
และกลุ่มพนักงานบริษัทมีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มลูกจ้าง

ตาราง 139 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมอาบแดด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
อาบแดด	ระหว่างกลุ่ม	7	5.21	0.74	0.542	0.802
	ภายในกลุ่ม	392	537.75	1.37		
	รวม	399	542.96			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 139 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมอาบแดดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 140 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
พายเรือแคนู	ระหว่างกลุ่ม	7	10.49	1.50	0.880	0.522
	ภายในกลุ่ม	392	667.26	1.70		
	รวม	399	677.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 140 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 141 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เรือลากชูชีพ	ระหว่างกลุ่ม	7	13.38	1.91	1.180	0.313
	ภายในกลุ่ม	392	634.93	1.62		
	รวม	399	648.31			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 141 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 142 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สกีน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	7	7.64	1.09	0.646	0.718
	ภายในกลุ่ม	392	661.95	1.69		
	รวม	399	669.59			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 142 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 143 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมล่องเรือจำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ล่องเรือ	ระหว่างกลุ่ม	7	13.86	1.98	1.108	0.357
	ภายในกลุ่ม	392	700.42	1.79		
	รวม	399	714.28			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 143 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 144 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เรือกล้วย (Banana Boat)	ระหว่างกลุ่ม	7	8.76	1.25	0.695	0.676
	ภายในกลุ่ม	392	705.64	1.80		
	รวม	399	714.40			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 144 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 145 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เทศกาลและงานประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	7	13.64	1.95	1.782	0.089
	ภายในกลุ่ม	392	428.64	1.09		
รวม		399	442.28			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 145 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 146 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ  
ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	7	17.80	2.54	2.139	0.039*
	ภายในกลุ่ม	392	465.98	1.19		
รวม		399	483.78			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 146 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนาการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 147

**ตาราง 147 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ  
ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่**

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		3.83	4.14	3.71	4.67	3.58	3.71	3.40	3.86
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.83	-	-0.311	0.126	-0.833	0.257	0.119	0.433	-0.030
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	4.14		-	0.438*	-0.522	0.568*	0.430	0.745	0.281
พนักงานบริษัท	3.71			-	-0.960	0.130	-0.007	0.307	-0.156
แม่บ้าน- ว่างงาน	4.67				-	1.090	0.952	1.267	0.803
นักเรียน- นักศึกษา	3.58					-	-0.138	0.176	-0.287
เกษียณ	3.71						-	0.314	-0.149
เกษตรกร	3.40							-	-0.463
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.86								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 147 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนาการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความต้องการพัฒนาการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่ายมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท และกลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่ายมากกว่ากลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

**ตาราง 148 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การแบ่งพื้นที่และ ช่วงเวลาอันตราย	ระหว่างกลุ่ม	7	19.23	2.75	1.931	0.063
	ภายในกลุ่ม	392	557.61	1.42		
รวม		399	576.84			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 148 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆมีความต้องการพัฒนาการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตรายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 149 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	7	27.37	3.91	2.464	0.017*
	ภายในกลุ่ม	392	622.07	1.59		
รวม		399	649.44			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 149 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 150

ตาราง 150 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		3.50	3.98	3.45	3.67	3.36	2.57	3.00	3.63
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.50	-	-0.476*	0.052	-0.167	0.135	0.929	0.500	-0.132
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	3.98		-	0.528*	0.309	0.611*	1.404*	0.976	0.343
พนักงานบริษัท	3.45			-	-0.218	0.084	0.877	0.448	-0.184
แม่บ้าน- ว่างงาน	3.67				-	0.302	1.095	0.667	0.034
นักเรียน- นักศึกษา	3.36					-	0.793	0.365	-0.268
เกษียณ	2.57						-	-0.429	-1.061*
เกษตรกร	3.00							-	-0.632
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.63								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 150 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มเกษียณ และกลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มเกษียณ

**สมมติฐานที่ 1.5** ที่มาแตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีที่มาแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีที่มาแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบค่าสถิติ One Way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของความต้องการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากต่อไปของกลุ่มที่มา ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) นั่นคือ มีความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวแปรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

**ตาราง 151 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)	ระหว่างกลุ่ม	4	1.12	0.28	0.341	0.850
	ภายในกลุ่ม	395	323.88	0.82		
รวม		399	325.00			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 151 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 152 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย	ระหว่างกลุ่ม	4	5.41	1.35	1.428	0.224
	ภายในกลุ่ม	395	373.97	0.95		
รวม		399	379.38			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 152 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาบันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 153 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย	ระหว่างกลุ่ม	4	3.28	0.82	0.905	0.461
	ภายในกลุ่ม	395	358.48	0.91		
รวม		399	361.76			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 153 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาหาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 154 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาคุณภาพของน้ำ จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
คุณภาพของน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.05	0.51	0.579	0.678
	ภายในกลุ่ม	395	349.84	0.89		
รวม		399	351.90			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 154 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาคุณภาพของน้ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 155 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาระบบไฟฟ้า จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระบบไฟฟ้า	ระหว่างกลุ่ม	4	2.15	0.54	0.505	0.732
	ภายในกลุ่ม	395	420.93	1.07		
รวม		399	423.08			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาระบบไฟฟ้าประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 155 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาระบบไฟฟ้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 156 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
น้ำประปาสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
น้ำประปา สาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.01	0.25	0.197	0.940
	ภายในกลุ่ม	395	506.50	1.28		
รวม		399	507.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 156 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาน้ำประปาสาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 157 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ถังขยะในบริเวณชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ถังขยะในบริเวณชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	4	1.48	0.37	0.302	0.876
	ภายในกลุ่ม	395	481.76	1.22		
รวม		399	483.24			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 157 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาถังขยะในบริเวณชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 158 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
โทรศัพท์สาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
โทรศัพท์สาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.28	0.57	0.526	0.717
	ภายในกลุ่ม	395	428.72	1.09		
	รวม	399	431.00			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 158 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาโทรศัพท์สาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 159 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
สถานที่จอดรถ จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สถานที่จอดรถ	ระหว่างกลุ่ม	4	5.26	1.32	1.495	0.203
	ภายในกลุ่ม	395	347.53	0.88		
	รวม	399	352.79			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 159 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 160 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
 ชุมชนอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ชุมชนอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	4	4.36	1.09	1.033	0.390
	ภายในกลุ่ม	395	417.15	1.06		
	รวม	399	421.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
 ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง  
 160 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาชุมชนอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกันอย่างมี  
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 161 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
 ชุมชนชายของทีระลึก จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ชุมชนชายของทีระลึก	ระหว่างกลุ่ม	4	3.21	0.80	0.632	0.640
	ภายในกลุ่ม	395	501.18	1.27		
	รวม	399	504.39			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
 ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง  
 161 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาชุมชนชายของทีระลึกไม่แตกต่างกันอย่างมี  
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 162 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	4	9.00	2.25	1.280	0.277
	ภายในกลุ่ม	395	694.11	1.76		
	รวม	399	703.11			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 162 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 163 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ศาลา ชุมนักผ่อนจำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ศาลา ชุมนักผ่อน	ระหว่างกลุ่ม	4	3.45	0.86	0.690	0.599
	ภายในกลุ่ม	395	493.53	1.25		
	รวม	399	496.98			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 163 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาศาลา ชุมนักผ่อนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 164 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	4	3.32	0.83	0.602	0.661
	ภายในกลุ่ม	395	543.56	1.38		
	รวม	399	546.88			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 164 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาเตียงผ้าใบ/เตียงชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 165 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด	ระหว่างกลุ่ม	4	5.89	1.47	1.056	0.378
	ภายในกลุ่ม	395	550.42	1.39		
	รวม	399	556.31			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 165 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาแผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 166 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่	ระหว่างกลุ่ม	4	1.91	0.48	0.449	0.773
	ภายในกลุ่ม	395	421.28	1.07		
	รวม	399	423.19			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง  
166 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาบริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่ไม่แตกต่างกันอย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 167 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว	ระหว่างกลุ่ม	4	7.44	1.86	1.420	0.226
	ภายในกลุ่ม	395	517.50	1.31		
	รวม	399	524.94			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว  
ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง  
167 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาตลาดนัด ตลาดชั่วคราวไม่แตกต่างกันอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 168 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	2.79	0.70	0.494	0.741
	ภายในกลุ่ม	395	558.59	1.41		
	รวม	399	561.38			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 168 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 169 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
มัคคุเทศก์ จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
มัคคุเทศก์	ระหว่างกลุ่ม	4	10.70	2.68	1.926	0.105
	ภายในกลุ่ม	395	548.66	1.39		
	รวม	399	559.36			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 169 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนามัคคุเทศก์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**ตาราง 170 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ความสวยงามของทัศนียภาพ จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความสวยงามของทัศนียภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	4.02	1.00	1.547	0.188
	ภายในกลุ่ม	395	256.37	0.65		
	รวม	399	260.39			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 170 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความสวยงามของทัศนียภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 171 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	2.51	0.63	0.770	0.545
	ภายในกลุ่ม	395	321.45	0.81		
	รวม	399	323.96			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 171 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 172 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คน ในท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	4	4.11	1.03	1.305	0.268
	ภายในกลุ่ม	395	311.00	0.79		
	รวม	399	315.11			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 172 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนาความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 173 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)	ระหว่างกลุ่ม	4	2.83	0.71	0.677	0.608
	ภายในกลุ่ม	395	412.92	1.05		
	รวม	399	415.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 173 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 174 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมซีม่า จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ซีม่า	ระหว่างกลุ่ม	4	30.78	7.69	5.736	0.000*
	ภายในกลุ่ม	395	529.86	1.34		
รวม		399	560.64			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมซีม่า จำแนกตามสถานภาพด้านที่มา จากตาราง 174 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมซีม่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 175

ตาราง 175 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อกิจกรรม  
ซีม่า จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่

ที่มา	$\bar{x}$	จังหวัดตาก	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียง เหนือ	ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัด ตาก)
		2.68	2.54	3.40	2.56	2.71
จังหวัดตาก	2.68	-	0.145	-0.718*	0.119	-0.032
กรุงเทพมหานคร	2.54		-	-0.863*	-0.026	-0.178
ภาคเหนือ	3.40			-	0.838*	0.686*
ภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ	2.56				-	-0.152
ภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	2.71					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 175 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความ ต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้า จำแนกตามสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้ามากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้ามากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้ามากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียงเหนือ และกลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้ามากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

**ตาราง 176 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
วอลเลย์บอลชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	4	22.15	5.54	4.269	0.002*
	ภายในกลุ่ม	395	512.33	1.30		
	รวม	399	534.48			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกตามสถานภาพด้านที่มา จากตาราง 176 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 177

ตาราง 177 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่

ที่มา	$\bar{x}$	จังหวัดตาก	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียง เหนือ	ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัด ตาก)
		3.22	2.98	3.71	3.31	2.64
จังหวัดตาก	3.22	-	0.244	-0.488*	-0.093	0.577
กรุงเทพมหานคร	2.98		-	-0.732*	-0.337	0.333
ภาคเหนือ	3.71			-	0.395	1.064*
ภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ	3.31				-	0.670
ภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	2.64					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 177 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด  
จำแนกตามสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรม  
วอลเลย์บอลชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่ม  
ที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มาจาก  
จังหวัดตาก กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด  
มากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร และกลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนา  
วอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

ตาราง 178 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมฟุตบอลชายหาด จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ฟุตบอลชายหาด	ระหว่างกลุ่ม	4	10.70	2.67	1.918	0.107
	ภายในกลุ่ม	395	550.80	1.39		
	รวม	399	561.50			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 178 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 179 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมอาบแดด จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
อาบแดด	ระหว่างกลุ่ม	4	10.99	2.75	2.040	0.088
	ภายในกลุ่ม	395	531.97	1.35		
	รวม	399	542.96			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 179 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความต้องการพัฒนากิจกรรมอาบแดดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 180 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
พายเรือแคนู	ระหว่างกลุ่ม	4	25.67	6.42	3.887	0.004*
	ภายในกลุ่ม	395	652.08	1.65		
รวม		399	677.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกตามสถานภาพด้านที่มา จากตาราง 180 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆมีความต้องการพัฒนา กิจกรรมพายเรือแคนูแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 181

ตาราง 181 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่

ที่มา	$\bar{x}$	จังหวัดตาก	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)
		2.70	2.83	3.38	2.81	2.50
จังหวัดตาก	2.70	-	-0.125	-0.680*	-0.108	0.205
กรุงเทพมหานคร	2.83		-	-0.555*	0.017	0.329
ภาคเหนือ	3.38			-	0.572	0.885*
ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียงเหนือ	2.81				-	0.313
ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	2.50					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 181 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนู จำแนกตามสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูมากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร และกลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนาพายเรือแคนู มากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

**ตาราง 182 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เรือลากชูชีพ	ระหว่างกลุ่ม	4	29.53	7.38	4.712	0.001*
	ภายในกลุ่ม	395	618.78	1.57		
	รวม	399	648.31			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกตามสถานภาพด้านที่มา จากตาราง 182 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 183



ตาราง 183 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่

ที่มา	$\bar{x}$	จังหวัดตาก	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียง เหนือ	ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัด ตาก)
		2.61	2.44	3.28	2.50	2.29
จังหวัดตาก	2.61	-	0.171	-0.667*	0.110	0.324
กรุงเทพมหานคร	2.44		-	-0.838*	-0.061	0.153
ภาคเหนือ	3.28			-	0.777*	0.991*
ภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ	2.50				-	0.214
ภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	2.29					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 183 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพ จำแนกตามสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพมากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนาเรือลากชูชีพมากกว่ากลุ่มที่มาภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ และกลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนาเรือลากชูชีพ มากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

ตาราง 184 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สกีน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	4	21.84	5.46	3.330	0.011*
	ภายในกลุ่ม	395	647.75	1.64		
	รวม	399	669.59			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำ จำแนกตามสถานภาพด้านที่มาจากตาราง 184 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆมีความต้องการพัฒนาสกีน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 185

ตาราง 185 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมสกีน้ำ จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่

ที่มา	— x	จังหวัดตาก	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้และ
					ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียง เหนือ	ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัด ตาก)
		2.58	2.44	3.15	2.50	2.29
จังหวัดตาก	2.58	-	0.141	-0.574*	0.080	0.294
กรุงเทพมหานคร	2.44		-	-0.715*	-0.061	0.153
ภาคเหนือ	3.15			-	0.654	0.868*
ภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ	2.50				-	0.214
ภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	2.29					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 185 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำจำแนกตามสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำมากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร และตะวันออกเฉียงเหนือ และกลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

**ตาราง 186 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมล่องเรือจำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ล่องเรือ	ระหว่างกลุ่ม	4	39.86	9.96	5.836	0.000*
	ภายในกลุ่ม	395	674.42	1.71		
	รวม	4	39.86	9.96		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมล่องเรือ จำแนกตามสถานภาพด้านที่มา จากตาราง 186 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 187

ตาราง 187 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมล่องเรือ จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่

ที่มา	$\bar{x}$	จังหวัดตาก	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียง เหนือ	ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัด ตาก)
		2.84	2.80	3.66	2.56	2.71
จังหวัดตาก	2.84	-	0.040	-0.817*	0.282	0.130
กรุงเทพมหานคร	2.80		-	-0.857*	0.242	0.091
ภาคเหนือ	3.66			-	1.099*	0.947*
ภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ	2.56				-	-0.152
ภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	2.71					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 187 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนากิจกรรมล่องเรือจำแนกตาม  
สถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนา  
กิจกรรมล่องเรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมี  
ความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมี  
ความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือมากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร กลุ่มที่มาจาก  
ภาคเหนือมีความต้องการกิจกรรมล่องเรือมากกว่ากลุ่มที่มาภาคกลาง ตะวันออก และ  
ตะวันออกเฉียงเหนือและกลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนา  
กิจกรรมล่องเรือมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

ตาราง 188 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เรือกล้วย (Banana Boat)	ระหว่างกลุ่ม	4	20.87	5.22	2.972	0.019*
	ภายในกลุ่ม	395	693.53	1.76		
	รวม	399	714.40			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกตามสถานภาพด้านที่มา จากตาราง 188 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 189

ตาราง 189 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่

ที่มา	$\bar{x}$	จังหวัดตาก	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)
		2.75	2.68	3.32	2.56	2.50
จังหวัดตาก	2.75	-	0.071	-0.569*	0.191	0.254
กรุงเทพมหานคร	2.68		-	-0.640*	0.120	0.183
ภาคเหนือ	3.32			-	0.761*	0.823*
ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียงเหนือ	2.56				-	0.063
ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	2.50					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 189 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) จำแนกตามสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนา กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนา กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่า กลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนา กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคกรุงเทพมหานคร กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความ ต้องการพัฒนาเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่ากลุ่มที่มาภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียงเหนือและกลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนา กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

**ตาราง 190 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา กิจกรรมเทศบาลและงานประเพณี จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เทศบาลและงานประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	4	8.26	2.06	1.879	0.113
	ภายในกลุ่ม	395	434.02	1.10		
	รวม	399	442.28			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 190 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนา กิจกรรมเทศบาลและงานประเพณีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 191 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ  
ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	4	4.11	1.03	0.846	0.496
	ภายในกลุ่ม	395	479.67	1.21		
	รวม	399	483.78			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 191 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆมีความต้องการพัฒนาการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 192 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการ  
แบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การแบ่งพื้นที่และ ช่วงเวลาอันตราย	ระหว่างกลุ่ม	4	2.57	0.64	0.442	0.778
	ภายในกลุ่ม	395	574.27	1.45		
	รวม	399	576.84			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 192 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆมีความต้องการพัฒนาการแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตรายไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 193 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนา  
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ด้านสวัสดิภาพและ ความปลอดภัย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	4	11.24	2.81	1.739	0.141
	ภายในกลุ่ม	395	638.20	1.62		
รวม		399	649.44			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 193 พบว่า กลุ่มที่มาต่าง ๆ มีความต้องการพัฒนาการเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ย อาชีพ และที่มาแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบ Independent Samples T-Test เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



ตาราง 194 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านเพศ

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ความเห็นต่อการส่งเสริมในภาพรวม	3.18	3.28	0.72	0.68	-1.41	0.16
<b>1. แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)</b>						
- ภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง	3.58	3.63	0.93	0.94	-0.45	0.65
- กิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	3.31	3.33	0.96	0.91	-0.28	0.78
- การเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง	3.65	3.59	0.91	0.94	0.68	0.50
- สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง	3.18	3.25	0.98	0.96	-0.76	0.45
- เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง	3.38	3.58	1.01	0.95	-2.09	0.04*
<b>2. ราคา</b>						
- ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	3.29	3.33	0.93	0.98	-0.43	0.67
- ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม	3.30	3.37	0.89	0.83	-0.78	0.44
- ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม เช่น เฝ้าห้วยยาง, ซี่ม้า, เล่นกีฬา	3.13	3.23	0.91	0.93	-1.07	0.29
<b>3. การจัดการเดินทางท่องเที่ยว</b>						
- การให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.97	3.06	1.06	1.02	-0.87	0.39
- การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น	3.25	3.41	0.94	0.95	-1.76	0.08
- การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร	2.96	3.07	1.05	1.02	-1.11	0.27
- การให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด (ญาติ, เพื่อน, ฯลฯ)	3.42	3.51	1.00	0.94	-0.97	0.33
- การหาข้อมูลในเว็บไซต์	2.63	2.71	1.13	1.04	-0.77	0.44
<b>4. การส่งเสริมการตลาด</b>						
- เนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ	2.88	2.99	1.07	1.01	-1.14	0.25
- การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่อง	2.88	3.01	1.14	0.99	-1.16	0.25

ตาราง 194 (ต่อ)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
- การจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่ง ท่องเที่ยว เช่น งานกีฬาที่ลือชุกเกมส์, งานลอยกระทงฯ	3.26	3.49	1.05	0.95	-2.37	0.02*

\* มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 194 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างขอความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านเพศ พบว่าความเห็นต่อการส่งเสริมในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง โดยเพศชายให้ความพึงพอใจส่งเสริมกับแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่าเพศหญิง และการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น งานกีฬาที่ลือชุกเกมส์, งานลอยกระทงฯ โดยเพศชายให้ความพึงพอใจส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น งานกีฬาที่ลือชุกเกมส์, งานลอยกระทงฯ มากกว่าเพศหญิง

**สมมติฐานที่ 2.2** อายุแตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบค่าสถิติ One Way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากของกลุ่มอายุ ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) นั่นคือ มีความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวแปรแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

**ตาราง 195 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	5	15.710	3.142	3.730	0.003*
	ภายในกลุ่ม	394	331.880	0.842		
	รวม	399	347.590			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 195 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความพึงพอใจส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 196

**ตาราง 196 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ เป็นรายคู่**

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
		3.67	3.62	3.48	3.30	4.25	4.60
ต่ำกว่า 25 ปี	3.67	-	0.046	0.189	0.371*	-0.583*	-0.933*
25-34 ปี	3.62		-	0.144	0.326*	-0.629*	-0.979*
35-44 ปี	3.48			-	0.182	-0.772*	-1.122*
45-54 ปี	3.30				-	-0.955*	-1.305*
55-64 ปี	4.25					-	-0.350
65 ปีขึ้นไป	4.60						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 196 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆที่มีความพึงพอใจการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 10 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กลุ่มอายุ 65 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 65 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มอายุ 65 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี และกลุ่มอายุ 65 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

**ตาราง 197 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
กิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	5	10.780	2.156	2.511	0.030*
	ภายในกลุ่ม	394	338.260	0.859		
	รวม	399	349.040			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 197 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความพึงพอใจส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 198

**ตาราง 198 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่**

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
		3.41	3.27	3.22	3.16	4.00	4.00
ต่ำกว่า 25 ปี	3.41	-	0.132	0.182	0.246	-0.595*	-0.595
25-34 ปี	3.27		-	0.049	0.114	-0.727*	-0.727
35-44 ปี	3.22			-	0.065	-0.776*	-0.776
45-54 ปี	3.16				-	-0.841*	-0.841
55-64 ปี	4.00					-	0.000
65 ปีขึ้นไป	4.00						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 198 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆที่มีความพึงพอใจส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี และกลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

ตาราง 199 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง  
จำแนกสถานภาพด้านอายุ

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	5	5.738	1.148	1.345	0.245
	ภายในกลุ่ม	394	336.259	0.853		
	รวม	399	341.998			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 199 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 200 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง  
ที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	5	8.924	1.785	1.908	0.092
	ภายในกลุ่ม	394	368.586	0.935		
	รวม	399	377.510			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง

200 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม โดยรวมหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 201 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	5	13.011	2.602	2.750	0.019*
	ภายในกลุ่ม	394	372.786	0.946		
	รวม	399	385.798			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิงจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 201 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 202

ตาราง 202 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาทรายทองแม่ปิง  
จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
		3.57	3.46	3.46	3.11	4.17	3.80
ต่ำกว่า 25 ปี	3.57	-	0.108	0.105	0.454*	-0.599*	-0.232
25-34 ปี	3.46		-	-0.003	0.346*	-0.707*	-0.340
35-44 ปี	3.46			-	0.349	-0.704*	-0.337
45-54 ปี	3.11				-	-1.053*	-0.686
55-64 ปี	4.17					-	0.367
65 ปีขึ้นไป	3.80						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 202 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาทรายทองแม่ปิง จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆที่มีความพึงพอใจการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี และกลุ่มอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี



**ตาราง 203 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
ราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	5	9.433	1.887	2.101	0.064
	ภายในกลุ่ม	394	353.744	0.898		
รวม		399	363.178			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 203 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 204 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
ราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	5	6.233	1.247	1.700	0.133
	ภายในกลุ่ม	394	288.877	0.733		
รวม		399	295.110			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 204 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 205 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	5	6.281	1.256	1.490	0.192
	ภายในกลุ่ม	394	332.117	0.843		
รวม		399	338.398			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 205 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 206 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของ  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำแนกสถานภาพด้านอายุ**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ระหว่างกลุ่ม	5	10.779	2.156	2.017	0.075
	ภายในกลุ่ม	394	421.181	1.069		
รวม		399	431.960			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 206 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 207 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น  
จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	5	13.332	2.666	3.044	0.010*
	ภายในกลุ่ม	394	345.108	0.876		
รวม		399	358.440			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ให้ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 207 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความพึงพอใจส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 208

**ตาราง 208 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อ  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น  
จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่**

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปี ขึ้นไป
		3.47	3.37	3.07	3.07	3.67	4.00
ต่ำกว่า 25 ปี	3.47	-	0.102	0.394*	0.400*	-0.198	-0.532
25-34 ปี	3.37		-	0.292*	0.298	-0.300	-0.634
35-44 ปี	3.07			--	0.006	-0.592*	-0.925*
45-54 ปี	3.07				-	-0.598	-0.932*
55-64 ปี	3.67					-	-0.333
65 ปี ขึ้นไป	4.00						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 208 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ที่มีความพึงพอใจการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มที่มีอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มที่มีอายุ 65 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 65 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

**ตาราง 209 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	5	16.702	3.340	3.208	0.007*
	ภายในกลุ่ม	394	410.236	1.041		
	รวม	399	426.938			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 209 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของ

ผู้ประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 210

**ตาราง 210 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการจำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่**

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปี ขึ้นไป
		3.23	3.07	2.76	2.64	2.92	3.20
ต่ำกว่า 25 ปี	3.23	-	0.166	0.473*	0.598*	0.318	0.034
25-34 ปี	3.07		-	0.307*	0.432*	0.152	-0.132
35-44 ปี	2.76			-	0.125	-0.155	-0.439
45-54 ปี	2.64				-	-0.280	-0.564
55-64 ปี	2.92					-	-0.283
65 ปี ขึ้นไป	3.20						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 210 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการจำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ ที่มีความพึงพอใจการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี และกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

**ตาราง 211 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด  
จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด	ระหว่างกลุ่ม	5	10.905	2.181	2.344	0.041*
	ภายในกลุ่ม	394	366.533	0.930		
รวม		399	377.438			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ให้ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการจำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 211 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความพึงพอใจส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 212

**ตาราง 212 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อ  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด  
จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่**

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี	3.61	-	0.141	0.299*	0.476*	-0.221	-0.187
25-34 ปี	3.47		-	0.159	0.336*	-0.361	-0.328
35-44 ปี	3.31			-	0.177	-0.520	-0.487
45-54 ปี	3.14				-	-0.697*	-0.664
55-64 ปี	3.83					-	0.033
65 ปีขึ้นไป	3.80						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 212 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยว การให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดจำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆที่มีความพึงพอใจการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

**ตาราง 213 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านอายุ**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การหาข้อมูลในเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	5	15.738	3.148	2.727	0.019*
	ภายในกลุ่ม	394	454.702	1.154		
	รวม	399	470.440			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ จากตาราง 213 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆมีความพึงพอใจส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 214

ตาราง 214 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการจัดการเดินทาง  
ท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
		2.94	2.65	2.54	2.50	2.17	2.00
ต่ำกว่า 25 ปี	2.94	-	0.291*	0.400*	0.437*	0.770*	0.937
25-34 ปี	2.65		-	0.109	0.146	0.479	0.646
35-44 ปี	2.54			-	0.037	0.371	0.537
45-54 ปี	2.50				-	0.333	0.500
55-64 ปี	2.17					-	0.167
65 ปีขึ้นไป	2.00						-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 214 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยว  
การหาข้อมูลในเว็บไซต์จำแนกตามสถานภาพด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆที่มีความพึง  
พอใจการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อ  
การส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี  
กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหา  
ข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการ  
ส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี  
และกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหา  
ข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 55-64 ปี



ตาราง 215 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านอายุ

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	5	5.930	1.186	1.096	0.362
	ภายในกลุ่ม	394	426.380	1.082		
	รวม	399	432.310			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 215 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 216 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านอายุ

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	5	5.898	1.180	1.033	0.398
	ภายในกลุ่ม	394	449.779	1.142		
	รวม	399	455.678			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง

216 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 217 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำแนกสถานภาพด้านอายุ**

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	8.370	1.674	1.660	0.143
	ภายในกลุ่ม	394	397.380	1.009		
รวม		399	405.750			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอายุ จากตาราง 217 พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3** รายได้แตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบค่าสถิติ One Way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากของกลุ่มรายได้ ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) นั่นคือ มีความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวแปรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

**ตาราง 218 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง  
จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	3.11	0.78	0.893	0.468
	ภายในกลุ่ม	395	344.48	0.87		
รวม		399	347.59			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 218 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 219 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง  
จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
กิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	4.38	1.09	1.254	0.288
	ภายในกลุ่ม	395	344.66	0.87		
รวม		399	349.04			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 219 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 220 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง  
จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	0.92	0.23	0.267	0.899
	ภายในกลุ่ม	395	341.08	0.86		
	รวม	399	342.00			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 220 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 221 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง  
ที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	2.82	0.70	0.743	0.563
	ภายในกลุ่ม	395	374.69	0.95		
	รวม	399	377.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง

221 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 222 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	4.21	1.05	1.091	0.361
	ภายในกลุ่ม	395	381.58	0.97		
	รวม	399	385.80			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 222 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 223 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	3.07	0.77	0.841	0.500
	ภายในกลุ่ม	395	360.11	0.91		
	รวม	399	363.18			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 223 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 224 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.07	0.52	0.697	0.594
	ภายในกลุ่ม	395	293.04	0.74		
	รวม	399	295.11			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 224 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 225 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.23	0.31	0.360	0.837
	ภายในกลุ่ม	395	337.17	0.85		
	รวม	399	338.40			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 225 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 226 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำแนกสถานภาพด้านรายได้**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ระหว่างกลุ่ม	4	10.23	2.56	2.396	0.050*
	ภายในกลุ่ม	395	421.73	1.07		
	รวม	399	431.96			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ จากตาราง 226 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 227

ตาราง 227 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของ  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000- 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป
		3.15	2.78	2.91	2.85	2.83
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.15	-	0.376*	0.245	0.303	0.319
10,000-15,000 บาท	2.78		□	-0.132	-0.074	-0.057
15,001 – 30,000 บาท	2.91			□	0.058	0.075
30,001 – 45,000 บาท	2.85				□	0.017
45,001 บาทขึ้นไป	2.83					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 227 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆที่มีความพึงพอใจการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท

ตาราง 228 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น  
จำแนกสถานภาพด้านรายได้

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	4	7.93	1.98	2.234	0.065
	ภายในกลุ่ม	395	350.51	0.89		
	รวม	399	358.44			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 228 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 229 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	4	8.90	2.23	2.103	0.080
	ภายในกลุ่ม	395	418.03	1.06		
	รวม	399	426.94			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 229 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 230 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ขีด จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของคนใกล้ขีด	ระหว่างกลุ่ม	4	4.75	1.19	1.257	0.286
	ภายในกลุ่ม	395	372.69	0.94		
	รวม	399	377.44			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามรายได้ จากตาราง 230 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 231 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การหาข้อมูลในเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	4	15.74	3.93	3.417	0.009*
	ภายในกลุ่ม	395	454.70	1.15		
	รวม	399	470.44			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ จากตาราง 231 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆมีความพึงพอใจส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 232

ตาราง 232 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการจัดการ  
 เดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์  
 จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า	10,000-	15,001 – 30,000	30,001 –	45,001
		10,000 บาท	15,000 บาท	บาท	45,000 บาท	บาทขึ้นไป
		2.85	2.45	2.45	2.45	2.58
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.85	-	0.404*	0.404*	0.402	0.269
10,000-15,000 บาท	2.45		□	0.000	-0.003	-0.136
15,001 – 30,000 บาท	2.45			□	-0.003	-0.136
30,001 – 45,000 บาท	2.45				□	-0.133
45,001 บาทขึ้นไป	2.58					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 232 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท

**ตาราง 233 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา)  
มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบร ชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความ น่าสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	12.73	3.18	2.995	0.019*
	ภายในกลุ่ม	395	419.58	1.06		
	รวม	399	432.31			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจจำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ จากตาราง 233 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 234

**ตาราง 234 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา)  
มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่**

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า	10,000-	15,001 – 30,000	30,001 –	45,001
		10,000 บาท	15,000 บาท	บาท	45,000 บาท	บาทขึ้นไป
		3.09	2.72	2.80	2.80	2.50
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.09	-	0.369*	0.290*	0.293	0.593
10,000-15,000 บาท	2.72		□	-0.079	-0.076	0.224
15,001 – 30,000 บาท	2.80			□	0.003	0.303
30,001 – 45,000 บาท	2.80				□	0.300
45,001 บาทขึ้นไป	2.50					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 234 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจจำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท

**ตาราง 235 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	4	11.29	2.82	2.508	0.042*
	ภายในกลุ่ม	395	444.39	1.13		
	รวม	399	455.68			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องจำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ จากตาราง 235 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 236

ตาราง 236 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า	10,000-	15,001 – 30,000	30,001 –	45,001
		10,000 บาท	15,000 บาท	บาท	45,000 บาท	บาทขึ้นไป
		3.09	2.80	2.74	2.85	2.58
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.09	-	0.290*	0.356*	0.243	0.509
10,000-15,000 บาท	2.80		□	0.066	-0.047	0.219
15,001 – 30,000 บาท	2.74			□	-0.113	0.154
30,001 – 45,000 บาท	2.85				□	0.267
45,001 บาทขึ้นไป	2.58					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 236 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องจำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท

**ตาราง 237 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว  
จำแนกสถานภาพด้านรายได้**

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	15.17	3.79	3.836	0.005*
	ภายในกลุ่ม	395	390.58	0.99		
รวม		399	405.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ จากตาราง 237 พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 238

**ตาราง 238 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว  
จำแนกสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่**

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า	10,000-	15,001 – 30,000	30,001 –	45,001
		10,000 บาท	15,000 บาท	บาท	45,000 บาท	บาทขึ้นไป
		3.52	3.24	3.22	3.40	2.58
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.52	-	0.282*	0.299*	0.119	0.935*
10,000-15,000 บาท	3.24		-	0.013	-0.163	0.654*
15,001 – 30,000 บาท	3.22			-	-0.176	0.640*
30,001 – 45,000 บาท	3.40				-	0.817*
45,001 บาทขึ้นไป	2.58					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 238 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มรายได้ต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป กลุ่มที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

**สมมติฐานที่ 2.4** อาชีพแตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบค่าสถิติ One Way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากของกลุ่มอาชีพ ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) นั่นคือ มีความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวแปรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)



ตาราง 239 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	7	16.482	2.355	2.788	0.008*
	ภายในกลุ่ม	392	331.108	0.845		
	รวม	399	347.590			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 239 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 240

ตาราง 240 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		3.55	3.39	3.64	3.33	3.76	4.43	4.60	3.56
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.55	-	0.162	-0.090	0.214	-0.217	-0.881*	-1.052*	-0.016
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	3.39		-	-0.252	0.052	-0.379 *	-1.043*	-1.214*	-0.179
พนักงาน บริษัท	3.64			-	0.305	-0.127	-0.791*	-0.962*	0.074
แม่บ้าน- ว่างงาน	3.33				-	-0.431	-1.095	-1.267	-0.231
นักเรียน- นักศึกษา	3.76					-	-0.664	-0.835*	0.201
เกษียณ	4.43						-	-0.171	0.864*
เกษตรกร	4.60							-	1.036*
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.56								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 240 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 10 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง

มากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษา กลุ่มอาชีพเกษียณ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง และกลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

**ตาราง 241 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
กิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	7	18.586	2.655	3.150	0.003*
	ภายในกลุ่ม	392	330.454	0.843		
	รวม	399	349.040			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 241 พบว่ากลุ่มอาชีพต่างๆมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 242

ตาราง 242 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		3.17	3.14	3.29	3.33	3.52	4.00	4.60	3.27
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.17	-	0.022	-0.126	-0.167	-0.351*	-0.833*	-1.433*	-0.107
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	3.14		-	-0.149	-0.189	-0.373*	-0.855*	-1.455*	-0.129
พนักงานบริษัท	3.29			-	-0.040	-0.225	-0.707	-1.307*	0.020
แม่บ้าน- ว่างงาน	3.33				-	-0.184	-0.667	-1.267	0.060
นักเรียน- นักศึกษา	3.52					-	-0.482	-1.082*	0.244
เกษียณ	4.00						-	-0.600	0.727*
เกษตรกร	4.60							-	1.327*
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.27								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 242 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว  
ด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่ม  
อาชีพต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทอง  
แม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 10 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน-  
นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทอง  
แม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจ  
ส่วนตัว กลุ่มอาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมใน  
หาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความ  
พึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่ม  
อาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้าน  
กิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพ

เกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษา กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง และกลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

**ตาราง 243 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	7	6.440	0.920	1.075	0.379
	ภายในกลุ่ม	392	335.558	0.856		
	รวม	399	341.998			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 243 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 244 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง ที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สิ่งแวดล้อมโดยรวม หาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	7	11.172	1.596	1.708	0.106
	ภายในกลุ่ม	392	366.338	0.935		
	รวม	399	377.510			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 244 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 245 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้น หาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	7	10.887	1.555	1.626	0.126
	ภายในกลุ่ม	392	374.910	0.956		
	รวม	399	385.798			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง

245 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 246 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
ราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	7	15.907	2.272	2.565	0.014*
	ภายในกลุ่ม	392	347.270	0.886		
	รวม	399	363.178			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 246 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 247

ตาราง 247 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
ราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		3.36	3.14	3.48	4.33	3.34	4.29	3.60	3.20
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.36	-	0.189	-0.079	-0.460	-0.067	-0.635	-0.349	0.169
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	3.14		-	-0.268	-0.649	-0.256*	-0.824*	-0.538	-0.020
พนักงานบริษัท	3.48			-	-0.381	0.012	-0.556	-0.270	0.248
แม่บ้าน- ว่างงาน	4.33				-	0.393	-0.175	0.111	0.630
นักเรียน- นักศึกษา	3.34					-	-0.568	-0.282	0.236*
เกษียณ	4.29						-	0.286	0.804*
เกษตรกร	3.60							-	0.519
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.20								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 247 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ ที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง และกลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง



ตาราง 248 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
ราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	7	9.213	1.316	1.805	0.085
	ภายในกลุ่ม	392	285.897	0.729		
รวม		399	295.110			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 248 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 249 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	7	10.068	1.438	1.717	0.103
	ภายในกลุ่ม	392	328.329	0.838		
รวม		399	338.398			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 249 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 250 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของ  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ระหว่างกลุ่ม	7	16.247	2.321	2.189	0.034*
	ภายในกลุ่ม	392	415.713	1.060		
	รวม	399	431.960			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ให้ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 250 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 251

ตาราง 251 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของ  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		2.79	2.89	2.98	3.00	3.38	2.71	3.20	2.93
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	2.79	-	-0.106	-0.197	-0.214	-0.591*	0.071	-0.414	-0.146
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	2.89		-	-0.091	-0.108	-0.485*	0.177	-0.308	-0.040
พนักงานบริษัท	2.98			-	-0.017	-0.394*	0.268	-0.217	0.051
แม่บ้าน- ว่างงาน	3.00				-	-0.376	0.286	-0.200	0.068
นักเรียน- นักศึกษา	3.38					-	0.662	0.176	0.445*
เกษียณ	2.71						-	-0.486	-0.217
เกษตรกร	3.20							-	0.268
ลูกจ้าง/รับจ้าง	2.93								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 251 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท และกลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

ตาราง 252 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	7	11.755	1.679	1.899	0.068
	ภายในกลุ่ม	392	346.685	0.884		
	รวม	399	358.440			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามอาชีพ จากตาราง 252 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 253 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	7	30.007	4.287	4.233	0.000*
	ภายในกลุ่ม	392	396.930	1.013		
	รวม	399	426.938			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 253 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้

ข้อมูลของผู้ประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปากฎผลดังตาราง 254

**ตาราง 254 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการจำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่**

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ-วิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	แม่บ้าน-ว่างงาน	นักเรียน-นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/รับจ้าง
		2.76	2.72	3.12	2.33	3.42	3.14	3.80	2.93
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.76	-	0.039	-0.359	0.429	-0.662*	-0.381	-1.038*	-0.170
ข้าราชการ-วิสาหกิจ	2.72		-	-0.398*	0.390	-0.701*	-0.420	-1.077*	-0.209
พนักงานบริษัท	3.12			-	0.787	-0.303	-0.022	-0.679	0.189
แม่บ้าน-ว่างงาน	2.33				-	-1.090	-0.810	-1.467*	-0.598
นักเรียน-นักศึกษา	3.42					-	0.281	-0.376	0.492*
เกษียณ	3.14						-	-0.657	0.211
เกษตรกร	3.80							-	0.868
ลูกจ้าง/รับจ้าง	2.93								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 254 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 7 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพบริษัทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานข้าราชการ-

วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอาชีพแม่บ้าน-ว่างงาน และกลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

**ตาราง 255 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด	ระหว่างกลุ่ม	7	16.317	2.331	2.530	0.015*
	ภายในกลุ่ม	392	361.121	0.921		
	รวม	399	377.438			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 255 พบว่ากลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 256

ตาราง 256 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		3.29	3.19	3.53	4.00	3.73	3.86	3.80	3.44
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.29	-	0.093	-0.249	-0.714	-0.444*	-0.571	-0.514	-0.150
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	3.19		-	-0.342*	-0.807	-0.537*	-0.664	-0.607	-0.243
พนักงานบริษัท	3.53			-	-0.466	-0.195	-0.323	-0.266	0.099
แม่บ้าน- ว่างงาน	4.00				-	0.271	0.143	0.200	0.564
นักเรียน- นักศึกษา	3.73					-	-0.128	-0.071	0.294*
เกษียณ	3.86						-	0.057	0.421
เกษตรกร	3.80							-	0.364
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.44								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 256 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

ตาราง 257 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การหาข้อมูลในเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	7	23.489	3.356	2.943	0.005*
	ภายในกลุ่ม	392	446.951	1.140		
	รวม	399	470.440			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 257 พบว่ากลุ่มอาชีพต่างๆมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 258



ตาราง 258 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		2.57	2.48	2.60	2.33	3.11	2.14	2.20	2.62
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	2.57	-	0.090	-0.032	0.238	-0.534*	0.429	0.371	-0.044
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	2.48		-	-0.122	0.149	-0.624*	0.339	0.282	-0.133
พนักงานบริษัท	2.60			-	0.270	-0.502*	0.461	0.403	-0.012
แม่บ้าน- ว่างงาน	2.33				-	-0.773	0.190	0.133	-0.282
นักเรียน- นักศึกษา	3.11					-	0.963*	0.906	0.491*
เกษียณ	2.14						-	-0.057	-0.473
เกษตรกร	2.20							-	-0.415
ลูกจ้าง/รับจ้าง	2.62								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 258 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพเกษียณ และกลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

ตาราง 259 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	7	20.722	2.960	2.819	0.007*
	ภายในกลุ่ม	392	411.588	1.050		
	รวม	399	432.310			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 259 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 260

ตาราง 260 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ-วิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	แม่บ้าน-ว่างงาน	นักเรียน-นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/รับจ้าง
		2.67	2.73	2.91	2.33	3.32	3.14	3.20	2.90
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.67	-	-0.068	-0.247	0.333	-0.651*	-0.476	-0.533	-0.231
ข้าราชการ-วิสาหกิจ	2.73		-	-0.179	0.402	-0.583*	-0.408	-0.465	-0.162
พนักงานบริษัท	2.91			-	0.580	-0.404*	-0.229	-0.286	0.016
แม่บ้าน-ว่างงาน	2.33				-	-0.984	-0.810	-0.867	-0.564
นักเรียน-นักศึกษา	3.32					-	0.175	0.118	0.420*
เกษียณ	3.14						-	-0.057	0.245
เกษตรกร	3.20							-	0.303
ลูกจ้าง/รับจ้าง	2.90								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 260 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท และกลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

ตาราง 261 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	7	21.659	3.094	2.795	0.008*
	ภายในกลุ่ม	392	434.019	1.107		
	รวม	399	455.678			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 261 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปราบกฏผลดังตาราง 262

ตาราง 262 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง  
อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ- วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	แม่บ้าน- ว่างงาน	นักเรียน- นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/ รับจ้าง
		2.64	2.80	2.88	2.33	3.32	3.14	3.60	2.89
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	2.64	-	-0.152	-0.236	0.310	-0.675*	-0.500	-0.957	-0.246
ข้าราชการ- วิสาหกิจ	2.80		-	-0.084	0.462	-0.522*	-0.348	-0.805	-0.094
พนักงานบริษัท	2.88			-	0.546	-0.438*	-0.264	-0.721	-0.010
แม่บ้าน- ว่างงาน	2.33				-	-0.984	-0.810	-1.267	-0.556
นักเรียน- นักศึกษา	3.32					-	0.175	-0.282	0.429*
เกษียณ	3.14						-	-0.457	0.254
เกษตรกร	3.60							-	0.711
ลูกจ้าง/รับจ้าง	2.89								-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 262 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท และกลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

ตาราง 263 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว  
จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	7	17.806	2.544	2.570	0.013*
	ภายในกลุ่ม	392	387.944	0.990		
	รวม	399	405.750			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ จากตาราง 263 พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 264

ตาราง 264 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จำแนกสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{x}$	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ-วิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	แม่บ้าน-ว่างงาน	นักเรียน-นักศึกษา	เกษียณ	เกษตรกร	ลูกจ้าง/รับจ้าง
		3.10	3.23	3.40	2.33	3.67	3.29	4.00	3.36
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.10		-0.134	-0.301	0.762	-0.575*	-0.190	-0.905	-0.264
ข้าราชการ-วิสาหกิจ	3.23			-0.168	0.896	-0.442*	-0.057	-0.771	-0.130
พนักงานบริษัท	3.40				1.063	-0.274	0.111	-0.603	0.038
แม่บ้าน-ว่างงาน	2.33					-1.337*	-0.952	-1.667*	-1.026
นักเรียน-นักศึกษา	3.67						0.385	-0.329	0.312*
เกษียณ	3.29							-0.714	-0.073
เกษตรกร	4.00								0.641
ลูกจ้าง/รับจ้าง	3.36								

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 264 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มอาชีพต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพแม่บ้าน-ว่างงาน กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพแม่บ้าน-ว่างงาน และกลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

**สมมติฐานที่ 2.5** ที่มาแตกต่างกันจะมีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีที่มาแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีที่มาแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบค่าสถิติ One Way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากของกลุ่มที่มา ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) นั่นคือ มีความแปรปรวนระหว่างกลุ่มตัวแปรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

**ตาราง 265 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	1.736	0.434	0.496	0.739
	ภายในกลุ่ม	395	345.854	0.876		
	รวม	399	347.590			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 265 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 266 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
กิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	2.842	0.711	0.811	0.519
	ภายในกลุ่ม	395	346.198	0.876		
	รวม	399	349.040			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 266 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 267 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	1.056	0.264	0.306	0.874
	ภายในกลุ่ม	395	340.941	0.863		
	รวม	399	341.998			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง

267 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 268 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิงที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	1.897	0.474	0.499	0.737
	ภายในกลุ่ม	395	375.613	0.951		
รวม		399	377.510			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 268 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 269 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

แหล่งท่องเที่ยว(ผลิตภัณฑ์)	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	5.356	1.339	1.390	0.237
	ภายในกลุ่ม	395	380.441	0.963		
รวม		399	385.798			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 269 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 270 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง	ระหว่างกลุ่ม	4	7.619	1.905	2.116	0.078
	ภายในกลุ่ม	395	355.559	0.900		
	รวม	399	363.178			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 270 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 271 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	4	3.666	0.916	1.242	0.293
	ภายในกลุ่ม	395	291.444	0.738		
	รวม	399	295.110			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 271 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 272 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

ราคา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.022	0.505	0.594	0.667
	ภายในกลุ่ม	395	336.376	0.852		
	รวม	399	338.398			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 272 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 273 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของ  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ระหว่างกลุ่ม	4	4.412	1.103	1.019	0.397
	ภายในกลุ่ม	395	427.548	1.082		
รวม		399	431.960			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 273 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 274 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น  
จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น	ระหว่างกลุ่ม	4	0.495	0.124	0.137	0.969
	ภายในกลุ่ม	395	357.945	0.906		
รวม		399	358.440			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง

274 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 275 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการจำแนกสถานภาพด้านที่มา**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.816	0.454	0.422	0.793
	ภายในกลุ่ม	395	425.121	1.076		
	รวม	399	426.938			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 275 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 276 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดจำแนกสถานภาพด้านที่มา**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด	ระหว่างกลุ่ม	4	5.805	1.451	1.542	0.189
	ภายในกลุ่ม	395	371.633	0.941		
	รวม	399	377.438			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 276 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 277 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การหาข้อมูลในเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	4	8.438	2.109	1.804	0.127
	ภายในกลุ่ม	395	462.002	1.170		
	รวม	399	470.440			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 277 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 278 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา)  
มีความน่าสนใจ จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
เนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.546	0.887	0.817	0.515
	ภายในกลุ่ม	395	428.764	1.085		
	รวม	399	432.310			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง 278 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 279 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริม  
การตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง  
อย่างต่อเนื่อง จำแนกสถานภาพด้านที่มา**

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	4	2.880	0.720	0.628	0.643
	ภายในกลุ่ม	395	452.798	1.146		
	รวม	399	455.678			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกตามที่มา จากตาราง



279 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 280 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำแนกสถานภาพด้านที่มา**

การส่งเสริมการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
การจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	10.562	2.640	2.639	0.034*
	ภายในกลุ่ม	395	395.188	1.000		
รวม		399	405.750			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพด้านที่มา จากตาราง 280 พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 281

ตาราง 281 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำแนกสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่

ที่มา	$\bar{x}$	จังหวัดตาก	กรุงเทพมหานคร	ภาคเหนือ	ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)
		3.33	3.27	3.72	3.06	3.29
จังหวัดตาก	□□□□	-	0.061	-0.394*	0.267	0.044
กรุงเทพมหานคร	□□□□		-	-0.455*	0.206	-0.017
ภาคเหนือ	□□□□			-	0.661*	0.437
ภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียงเหนือ	□□□□				-	-0.223
ภาคใต้และ ตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)	□□□□					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 281 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพด้านที่มาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร และกลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคกลาง ตะวันออก และ ตะวันออกเฉียงเหนือ

## ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย พบว่ามีผู้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก คิดเป็นร้อยละ 24 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งได้แบ่งออกเป็นประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีข้อเสนอแนะให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการใช้วัสดุเท่าที่เหมาะสม เช่น ทรายที่ใช้ควรเหมาะแก่การเดินด้วยเท้าเปล่า การดูแลสถานที่ที่มีพืชมีลักษณะเป็นหนามคม ปรับปรุงพื้นที่ควรคำนึงถึงการกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของชุมชน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการจัดแบ่งพื้นที่ บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทรายควรปรับปรุงให้มีจำนวนที่เพียงพอและมีป้ายบอกทางชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 14.58

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีข้อเสนอแนะให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องสุขา สาธารณะ ระบบไฟฟ้าเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในเวลากลางคืน ถึงขยะบริเวณชายหาดควรมีปริมาณที่เพียงพอและกระจายตามจุดต่างๆ สถานที่จอดรถ ชุมนอาหารและเครื่องดื่ม ชุมนขายของที่ระลึก ศาลาพักผ่อน และแผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด รวมถึงเส้นทางเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 29.17

3. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีข้อเสนอแนะให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้มีการปรับปรุงทัศนียภาพให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม โดยการปลูกต้นไม้พื้นเมือง ควรปรับปรุงเรื่องความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.83

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีข้อเสนอแนะให้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและจัดกิจกรรมเช่น เทศกาล/งานประเพณี การแข่งขันกีฬาอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 11.46

5. ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ควรมีมาตรการในการดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.33

6. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีข้อเสนอแนะให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 15.62

### ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ ทั้งหมด 5 หน่วยงาน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมชลประทานตาก และสำนักงานจังหวัดตาก โดยผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากในปัจจุบัน มีผู้ให้ความเห็นดังต่อไปนี้

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็น เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดตาก และนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคเหนือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดตากและนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดสุโขทัย จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากว่าแม่น้ำปิงที่ไหลผ่านตำบลปามะม่วง อำเภอเมืองตาก เป็นช่วงที่ลำแม่น้ำปิงมีความใสสามารถมองเห็นทรายใต้น้ำได้ชัดเจน และแลดูสะอาดมากที่สุด เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ที่มีแม่น้ำปิงไหลผ่าน ประกอบกับมีทัศนียภาพสองฝากฝั่งที่เหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและชมธรรมชาติของอำเภอเมืองตาก

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นชายหาดเทียมและต้องมีการก่อสร้างปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากเป็นสิ่งปลูกสร้างที่เลียนแบบธรรมชาติ เป็นชายหาดน้ำจืดที่มีสายน้ำไหลผ่านตลอดเวลา ทรายที่ดูดีขึ้นมาบนชายฝั่งเพื่อเป็นแนวชายหาดย่อมต้องขวางทางน้ำไหล จึงถูกการกัดเซาะทำให้หาดทรายลดหายอยู่ตลอดเวลา และเป็นเหตุให้ต้องมีการซ่อมแซมต่อเติมอยู่เสมอๆ

กรมชลประทานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญของชาวเมืองตาก และในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน เป็นช่วงที่จังหวัดตากมีสภาพอากาศที่ร้อนจัด ประชาชนนิยมพาครอบครัวไปเล่นน้ำ เพื่อผ่อนคลายและใกล้ชิดกับธรรมชาติ และนอกจากนี้กรมชลประทานตากยังรับผิดชอบหน้าที่ในด้านการดำเนินการเพื่อก่อสร้างและปรับปรุงชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากด้วย

สำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากว่า ในอดีตชาวเมืองตากนิยมพาครอบครัวไปเล่นน้ำกันในช่วงฤดูร้อน และพื้นที่ลำแม่น้ำปิงทั้งสองฝั่งมีความเป็นธรรมชาติเหมาะแก่การทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทางจังหวัดได้เห็นความสำคัญจึงมีนโยบายการสร้างชายหาดเทียมขึ้นมาเพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน

2. ความคิดเห็นต่อแนวทางการวางแผนการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก มีผู้ให้ความเห็นดังต่อไปนี้

### 2.1 ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วงผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ชายหาดที่ถูกการกัดเซาะบริเวณตลิ่ง ได้มีการแก้ปัญหาโดยวางหินและตาข่ายล้อมรอบตลิ่งเพื่อป้องกันทรายพังทลาย แต่ชายหาดที่เดิมที่มีความยาวถึง 1.5 กิโลเมตร ไม่ได้วางหินและตาข่ายตลอดแนว จึงทำให้ชายหาดหายไปบางส่วน และตอนนี้ได้ทำเรื่องเสนอขอความอนุเคราะห์งบประมาณในการแก้ไขปรับปรุงไปยังจังหวัดเพื่อให้กรมชลประทานมาดำเนินการซ่อมแซม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ความไม่ต่อเนื่องตามนโยบายของผู้ว่าราชการจังหวัดในแต่ละสมัยจึงไม่เกิดการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งควรมีแผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ในการปรับปรุงภูมิสถาปัตยกรรม ออกแบบ หาดทรายทอง ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากว่า ในส่วนการดำเนินงานปัจจุบันนี้ได้มุ่งเน้นสู่การพัฒนาเมืองตากเพื่อเปิดประตูการค้าชายแดนและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศพม่า โดยได้อธิบายว่าในอนาคตประเทศไทยทั้งสี่ทิศทาง คือ เหนือ ใต้ ตะวันออก และตะวันตก ที่ติดประเทศเพื่อนบ้าน จะเปิดประตูชายแดนเพื่อการค้าและการท่องเที่ยวอย่างเสรี ดังนั้นเมืองตากจึงเป็นเมืองที่มีทางผ่านมาบรรจบตัดทั้งสี่ทิศทาง กล่าวคือ จากประเทศลาวไปประเทศพม่าต้องผ่านจังหวัดตาก จากประเทศจีนไปประเทศสิงคโปร์ก็ต้องผ่านตาก และสำหรับหาดทรายทองแม่ปิง นั้นอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานท้องถิ่นที่ต้องดูแลและพัฒนา โดยการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัด และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้การสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม

กรมชลประทานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ได้ออกแบบและเสนอแผนงานไปยังองค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง กับการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

สำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า หาดทรายทองในปัจจุบันไม่ได้มีความสวยงามเช่นในอดีต ด้วยเหตุของปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น การกัดเซาะของตลิ่ง การทิ้งขยะมูลฝอย ฯลฯ ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรม จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงให้มีสภาพดังเดิม รวมทั้งการปักวางป้ายชื่อสถานที่ลงบนชายหาดไม่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมควรจะปรับย้ายให้นักท่องเที่ยวมองเห็นได้ชัดเจนจากอีกฝั่งหนึ่งเนื่องจากป้ายชื่อ

ของหาดทรายทองแม่ปิง ในปัจจุบันนี้ถูกปักไว้ริมสุดของชายหาดที่ใกล้กับสะพานคอนกรีต ควรย้ายไปในที่ที่เหมาะสมและปลูกไม้ดอกไม้ประดับโดยรอบบริเวณเพื่อตกแต่งป้ายได้อย่างสวยงาม และตั้งคูน้ำร่องเที่ยว

## 2.2 ด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมีการปรับปรุงในส่วนของห้องน้ำ ห้องสุขา น้ำประปา ที่มีความสะอาดเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ร้านค้า หาบเร่อนุญาตให้ขายได้ในรูปแบบรถเข็น 1 คัน ต่อ โต๊ะ 1 ตัว ในบริเวณพื้นที่ที่ได้จัดไว้ให้ แต่จะไม่อนุญาตให้ขายอาหารที่มีไม่เสียบลูกขึ้นเพื่อป้องกันนักท่องเที่ยวในการถอดรองเท้าเดินบริเวณชายหาด และห้ามมีขี้มขยะอาหารที่ตั้งแบบถาวร จัดให้มีถังขยะที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและระบบจัดการเก็บขยะที่ดี

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมีการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zonning) คือ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศูนย์รักษาความปลอดภัย ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม ห้องน้ำ สุขา(ดูดี และสะอาด) ถังขยะ ลานกีฬาออกกำลังกาย อุปรกรณ์เล่นน้ำ เสื้อชูชีพ ห่วงยาง รวมทั้งทางเดิน และบันไดทางลงชายหาด ควรจัดเป็นสัดส่วนมีความเป็นระเบียบสวยงามเหมาะสมกับชายหาด และจัดให้มีระบบจัดเก็บขยะทำความสะอาดชายหาดให้แลดูสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ด้านการคมนาคม ควรมีรถ รับ-ส่ง นักท่องเที่ยวจากโรงแรมเป็นจุด จัดให้มีรถจักรยานเช่าตามชายหาด รถไฟฟ้านำเที่ยวเหมือนกับที่อุทยานประวัติศาสตร์จังหวัดสุโขทัย หรือ จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งสามารถเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวได้อีกหลายแห่งในตัวเมืองตาก

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมี ร่มชายหาดเตียงผ้าใบ ร้านอาหาร ห้องน้ำ ห้องสุขา และเน้นความสะอาด

สำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ไม่ควรให้นำรถทุกประเภทลงไปจอดที่บริเวณชายหาด ควรจัดหาพื้นที่ที่เหมาะสมกับรถแต่ละประเภทในบริเวณด้านข้างเส้นทางเดินรถ

กรมชลประทานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ได้ให้ความคิดเห็นใดต่อการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาดต่อหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

## 2.3 ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ลำแม่น้ำปิง เป็นลำน้ำที่กว้างมีความสวยงามของธรรมชาติ ชิวดีกับสายน้ำสลับทอดมาเป็นประเพณี

ลอยกระทงสาย ดังจะเห็นได้จากกระทงที่ทำจากกะลามะพร้าวที่ลอยเป็นสายไปตามเส้นทางการไหลของแม่น้ำปิงและล่องน้ำ ซึ่งมีความสวยงามโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ไม่มีที่ใดเหมือน นอกจากนี้บริเวณโดยรอบสองฝั่งแม่น้ำปิงยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญน่าดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวได้ไปชม เช่น ตรอกบ้านจีนโบราณ ซึ่งในอดีตเคยเป็นย่านค้าขายและมีการขนส่งทางเรือเป็นหลัก ชมสะพานสมโภชน์กรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี (สะพานแขวน) สักการะศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และศาลหลักเมือง เป็นต้น

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ในช่วง Low season ที่ไม่มีการใช้กิจกรรมใดใดบนชายหาด ควรจัดให้มีกิจกรรมแข่งขันทางด้านกีฬา เพื่อดึงดูดให้คนในจังหวัดและนักท่องเที่ยวได้มาใช้บริการ

สำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรปลูกต้นไม้พื้นเมืองหรือ ไม้ดอกที่มีสีส้มตามฤดูกาลให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทั้งสองฝากฝั่งริมแม่น้ำปิงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมและถ่ายรูป

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง กรมชลประทานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ได้ให้ความคิดเห็นใดใดต่อการพัฒนาด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวต่อหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

#### 2.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า การพัฒนาทางด้านกีฬา ทำให้ประชาชนได้ออกกำลังกายและมีสุขภาพที่ดี นอกจากนี้กีฬาบางประเภทยังเพิ่มความสนุกสนานให้กับผู้เล่น และผู้พบเห็น เช่น กีฬามวยทะเล ที่มีการจัดในช่วงเทศกาล หรืองานประเพณี

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ต้องเสริมกิจกรรมให้หลากหลาย ควรให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกได้ตามความชอบ โดยเฉพาะกิจกรรมทางน้ำ มีจักรยานนำเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางในตัวเมือง เช่น วัดดอยข่อยเขาแก้ว ศาลหลักเมือง สะพานสมโภชน์กรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี (สะพานแขวน) สักการะศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ตรอกบ้านจีนโบราณ เป็นต้น มีรถไฟฟ้าและรถรางชมเมือง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายหาด ที่มีกิจกรรมทางน้ำ และกิจกรรมของชุมชนท้องถิ่น เช่น การเล่นวาว วอลเลย์บอลชายหาด กีฬาพื้นบ้าน และจัดรูปแบบของบริเวณชายหาดให้มีสวนสุขภาพเพื่อออกกำลังกาย

อาจจะให้อยู่ในรูปแบบของการให้เอกชนลงไปดำเนินการ และให้อบต. เป็นผู้จัดเก็บรายได้ในส่วน  
ของค่าเช่าและดูแลรักษาอุปกรณ์ เช่น อุปกรณ์กีฬา ห้องน้ำที่ดูดีและสะอาด

สำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเห็นว่า ควรส่งเสริมกิจกรรมทาง  
น้ำให้มากขึ้น

กรมชลประทานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ได้ให้ความคิดเห็นใดต่อการพัฒนาด้าน  
กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่อหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

### 2.5 ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเห็นว่า ด้าน  
ร้านค้าที่มีการขายอาหารที่มีไม่แหลมหรือไม้ถูกขึ้นต้องห้ามขาย เพราะถ้าทิ้งลงบนหาดทรายจะ  
ยากต่อการเก็บทำความสะอาดและอาจเกิดอุบัติเหตุกับนักท่องเที่ยวได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเห็นว่า  
ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งทางบกและทางน้ำ พร้อมทั้งดูแลอำนวยความสะดวก  
ความสะอาดด้านศูนย์ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเห็นว่า ควรมีการปัก  
ทุ่นบอกระดับน้ำ เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวหลงไปบริเวณน้ำลึก

กรมชลประทานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเห็นว่า ควรจัดทางเดินบน  
ชายหาด และบันไดลงชายหาดให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เพราะหาดมีบริเวณยาว บางช่วง  
ทางลงยังไม่สะดวกและอาจเกิดอันตรายแก่นักท่องเที่ยวได้

สำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเห็นว่า ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการ  
รักษาความปลอดภัยมากขึ้น และไม่ควรวางกรวดหินทำทางเดินบนชายหาด เนื่องจากจะทำให้  
นักท่องเที่ยวที่ถอดรองเท้าเดินได้รับอันตรายจากเศษหิน

3. ความคิดเห็นต่อแนวทางการส่งเสริมด้านการตลาดหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง  
จังหวัดตากมีผู้ให้ความเห็นดังต่อไปนี้

#### 3.1 แหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์)

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นเห็นว่า หาดทราย  
ทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก มีความพร้อมในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งไม่  
จำเป็นต้องปรับปรุงอะไรมากมาย



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า หากตัวแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพพร้อม ก็จะทำกรส่งเสริมการขายไปตามแหล่งต่างๆ และ กรุงเทพฯ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วง Low season

กรมชลประทานตาก และสำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ได้ให้ความคิดเห็นใดต่อการส่งเสริมด้านการตลาดแหล่งท่องเที่ยว ต่อดำเนินการของแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

### 3.2 ราคา

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ปัจจุบัน องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วงมีรายได้จัดเก็บจากการที่รัฐวิสาหกิจมาขอใช้สถานที่ในการจัดงาน เช่น ชมรมการบินที่นำเครื่องบินเล็กมาแสดงบริเวณชายหาด

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ราคาขึ้นอยู่กับต้นทุน และระยะเวลาในการทำ Package รวมทั้งขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันด้วย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า หากนำกิจกรรมเข้ามาเสริมบริเวณชายหาด และให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการดูแลก็จะทำให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นมีรายได้

กรมชลประทานตากและสำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ได้ให้ความคิดเห็นใดต่อการส่งเสริมทางด้านราคา ต่อดำเนินการของแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

### 3.3 การจัดการเดินทางท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ยังขาดบริษัทธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่ (Local Travel Agent) ที่เข้มแข็ง เพื่อรองรับภาครัฐและภาคเอกชนให้เชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว ควรสนับสนุนการสร้างเครือข่ายโดยเริ่มตั้งแต่โรงเรียนแต่ละแห่งในชั้นมัธยมต้น ที่มีสมาชิกชมยุวมัคคุเทศก์ อาสาสมัครนำเที่ยว เป็นลักษณะของโรงเรียนชุมชนช่วยกัน เด็กนักเรียนมีความเต็มใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว และในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดจัดทำป้ายบอกทางแสดงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อบอกเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวการสื่อสารข้อมูลในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยอาจร่วมมือกับแขวงทางรถไฟฝิดชอบเป็นผู้ดำเนินการ

สำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกรมชลประทานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ได้ให้ความคิดเห็นใดต่อการส่งเสริมทางด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว ต่อหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

### 3.4 การส่งเสริมการตลาด

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ได้มีการจัดทำแผนพับ โบว์ชัวร์ และนำไปวางยังตามจุดประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เน้นการทำแพคเกจ (Package) ควบคู่กับการทำ Road Show แยกผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มตลาด สนับสนุนบริษัทนำเที่ยวทำทัวร์นำร่อง และควรมีการตลาด ผู้ประกอบการหลายภาคส่วนควรทำแผนการส่งเสริมการตลาด ในรูปแบบของแผนระยะสั้น เช่น จัดทำแพคเกจ (Package) คู่กับหาดทรายทอง 3 วัน 2 คืน เสนอขายในงานส่งเสริมการขาย และมีการทดสอบตลาด โดยให้หน่วยงานต่าง ๆ ช่วยดูว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถเสนอขายได้หรือไม่

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรส่งเสริมการตลาดผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ให้เกิดขึ้นกับพื้นที่ตลอดทั้งปี

กรมชลประทานตากและสำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ได้ให้ความคิดเห็นใดต่อการส่งเสริมทางด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

4. ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมด้านการตลาดหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากอื่น ๆ มีผู้ให้ความเห็นดังต่อไปนี้

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมีการร่วมมือกันระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบล ในการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสนับสนุนงบประมาณให้พอเพียง ร่วมกับสมาคมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานท่องเที่ยวจังหวัด ร่วมจัดทำ Promotion เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานจังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องร่วมมือกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง และกรมชลประทานตาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ได้ให้ความคิดเห็นใดใดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

### ผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคเอกชน

จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคเอกชนซึ่งเป็นบริษัททัวร์นำเที่ยวจังหวัดตาก 5 บริษัท คือ บริษัทต้นทัวร์ บริษัทบุญล่ำทัวร์ บริษัทบุญช่วยแค้มป์ปิ้งทัวร์ บริษัทกิ่งไผ่ทัวร์ และบริษัทใจคุ้มผางทัวร์ โดยผลการสัมภาษณ์ มีเพียงบริษัทต้นทัวร์ 1 บริษัทเท่านั้น ที่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก แต่อีก 4 บริษัทไม่เคยรู้จักหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก เนื่องจากจัดการเส้นทางนำเที่ยวเฉพาะอำเภออุ้มผางจังหวัดตากเท่านั้น ซึ่งผลการสัมภาษณ์ของบริษัทต้นทัวร์ มีดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากในปัจจุบัน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า โดยสภาพอากาศของเมืองตากในช่วงหน้าร้อนมีความร้อนจัด ส่งผลให้ประชาชนต้องหาวิธีคลายร้อน และสภาพของภูมิประเทศของตัวเมืองตากที่มีแม่น้ำปิงไหลผ่าน ประชาชนจึงพากันไปเล่นน้ำเพื่อคลายร้อน ส่งผลให้บริเวณชายฝั่งทั้งสองฝากฝั่งของริมแม่น้ำปิงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของคนในจังหวัด แต่ด้วยการท่องเที่ยวมีข้อจำกัดในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากหน่วยงานทางภาครัฐและเอกชน เช่น ผู้ประกอบการ ชุมชน ไม่ได้มีความร่วมมือในการประสานงานที่จะนำทัวร์เข้ามาท่องเที่ยวยังตัวเมืองตาก และตัวจังหวัดเองส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อในต่างอำเภอ สำหรับตัวอำเภอเมืองตากก็จะเน้นแต่เพียงการมาสักการะศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชแห่งเดียว แล้วก็จะมุ่งหน้าไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างอำเภอ

2. ความคิดเห็นต่อแนวทางการวางแผนการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ทั้งภาครัฐและเอกชนควรช่วยกันดูแล ปรับทัศนียภาพโดยรอบให้สวยงามเป็นธรรมชาติ และคงสภาพไม่ให้เกิดการเสื่อมโทรม

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ไม่ควรจัดหาอะไรเข้าไป มากเกินเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หากมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากเกินไป ก็จะไม่ เข้ากับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า สิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยวนอกจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองแล้ว ที่ขาดเสียมิได้คือ ชุมชนท้องถิ่น ควรร่วมมือ กันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยใจจริง เช่น เป็นสื่อให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า สำหรับหาดทรายทอง แมปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมไปนั่งเล่นและลงเล่นน้ำในแม่น้ำ ซึ่งเป็น กิจกรรมที่เพียงพออยู่แล้ว แต่อาจจะมีกิจกรรมกีฬาบนบก เช่น กีฬาवलเลย์บอลชายหาดให้นักท่องเที่ยวได้สนุกสนาน

ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมีการ กำหนดเขตอันตราย และมีหุ่นกั้นในบริเวณที่เตือนภัย เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวหลงไปน้ำลึก

3. ความคิดเห็นต่อแนวทางการส่งเสริมด้านการตลาดหาดทรายทองแมปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

แหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมีการรวมภาคีกัน ระหว่างชุมชนในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น เมื่อบริษัททัวร์รับทัวร์มายังจังหวัด ตาก สามารถนำนักท่องเที่ยวเที่ยวในอำเภอเมืองตากได้ภายใน 1 วัน คือ ตอนเช้าพาไปสักการะ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชและศาลหลักเมือง พาเที่ยวชมวัดโบราณต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงใน อำเภอเมืองตาก กลางวันพาไปรับประทานก๋วยเตี๋ยวไทยโบราณ หรือ เมี่ยงสมุนไพรเมืองตาก ตก เย็นพาเที่ยวหาดทรายทองแมปิง อำเภอเมืองตาก เดินเล่นชมสะพานแขวนและถ่ายรูป ก่อนกลับ แวะซื้อของฝาก เป็นต้น หากมีการเชื่อมโยงกันของผู้ประกอบการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขาย ของที่ระลึก ต้อนรับนักท่องเที่ยว ก็จะทำให้เมืองตากกลายเป็นเมืองท่องเที่ยว ไม่ใช่เพียงเมืองผ่าน ได้

ราคา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า การกำหนดราคาขึ้นอยู่กับต้นทุนของผู้ประกอบการซึ่งสามารถกำหนดราคาได้เอง ไม่ได้คำนึงถึงจำนวนนักท่องเที่ยว แต่จะคำนึงถึง คุณภาพที่นักท่องเที่ยวเป็นหลัก

การจัดการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมีป้ายอธิบาย ความสำคัญและบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

4. ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมด้านการตลาดหาทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากอื่นๆที่มีผู้ให้ความเห็นดังต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า การมีส่วนช่วยทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะทำให้สามารถสร้างเครือข่ายและพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอเมืองตากได้ ไม่เพียงเท่านี้เรายังต้องช่วยกันดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดการเสื่อมโทรมอีกด้วย

#### **หน่วยงานภาครัฐ**

1. คุณสำรวย พุทวงศ์ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง
2. คุณนิศรา สถาปนเศรษฐ์ ผู้ช่วยอำนวยการสำนักงาน ททท.สำนักงานตาก  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. คุณปิยะ เคนขยัน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
4. คุณดุสิต แสงสุคนธ์ หัวหน้าฝ่ายวิศวกรรม กรมชลประทานตาก
5. หัวหน้ากลุ่มข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดตาก

#### **หน่วยงานภาคเอกชน**

1. คุณกิณะ เจริญสุข ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ บริษัทต้นท้วร์
2. คุณบุญล้ำ ยอดเมือง ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ บริษัทบุญล้ำท้วร์
3. คุณบุญช่วย ยาคำลือ ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ บริษัทบุญช่วยแคว้นปั้งท้วร์
4. คุณเกศินี บุญपाल ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ บริษัทกิงไฟท้วร์
5. คุณสุพิน บุญศิริ ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ บริษัทใจอุมผางท้วร์

## บทที่ 5

### บทสรุป

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ครั้งนี้ เพื่อศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาการดำเนินการด้านการตลาดการท่องเที่ยวและเพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก มีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายังแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำนวน 400 ราย หน่วยงานภาครัฐ 5 หน่วยงาน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจังหวัดตาก 5 หน่วยงาน

#### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายังแหล่งท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก สามารถสรุปได้ดังนี้

#### ตอนที่ 1 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

##### ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.50 อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 40.25 รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 54.00 อาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง ร้อยละ 29.25 และมีที่มาจากจังหวัดตาก ร้อยละ 66.00

##### ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยว 1 – 2 วัน ร้อยละ 55.75 ใช้รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง, รถกระบะ) เป็นพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ร้อยละ 61.50 มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 50.25 ลักษณะการเดินทางครั้งนี้เป็นการจัดการเดินทางมาเอง ร้อยละ 84.00 มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อพักผ่อน ร้อยละ 67.25 เดินทางยังหาดทรายทองแม่ปิงในครั้ง

นี้เป็นครั้งที่สี่ขึ้นไป ร้อยละ 66.50 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 4-5 คน ร้อยละ 40.50 การเดินทางครั้งนี้มา กับญาติหรือคนในครอบครัว ร้อยละ 48.25

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ทุกวัน ร้อยละ 62.25 สื่อวิทยุ นานๆ ครั้ง ร้อยละ 46.00 หนังสือพิมพ์เกือบทุกวัน ร้อยละ 36.00 นิตยสารนานๆ ครั้ง ร้อยละ 54.25 อินเทอร์เน็ตทุกวัน ร้อยละ 32.25

ส่วนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ พัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากส่วนใหญ่ต้องการให้มีการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) พัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียลงสู่บริเวณหาดทราย รักษาหาดทรายให้มีความสวยงามเรียบร้อย รักษาคุณภาพของน้ำ ด้านสภาพ แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม 3.85

มีความเห็นต่อความต้องการระบบไฟฟ้า น้ำประปาสาธารณะ ถึงขยะบริเวณหาดทราย สถานที่จอดรถ ชุมอาหารและเครื่องดื่ม ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะให้มีเพียงพอต่อการรองรับ นักท่องเที่ยว มีความต้องการปานกลางพัฒนาโทรศัพท์สาธารณะ ชุมขายของที่ระลึก ศาลา/ชั้มพักผ่อน เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด บริเวณที่ตั้งแผงลอย/หาบเร่ ตลาดนัด/ตลาดชั่วคราว อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และยังไม่ต้องการมีคฤหาสน์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.29

มีความเห็นต่อความต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามของทัศนียภาพ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม 4.08

มีความเห็นต่อความต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีการรองรับการเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) เทศกาลและงานประเพณี และต้องการปานกลางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีการรองรับการขี่ม้า วอลเลย์บอลชายหาด ฟุตบอลชายหาด อาบแดด พายเรือแคนู เรือลากชูชีพ สกีนํ้า ล่องเรือ เรือกล้วย (Banana Boat) นอกจากนี้ยังเสนอแนะให้มีการแสดงดนตรี และออกกำลังกาย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม 3.07

มีความเห็นต่อความต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีความต้องการการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย แบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตรายและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71

ส่วนที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการตลาดท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากส่วนใหญ่พอใจกับสภาพแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง และเทศกาลงานประเพณีที่จัดขึ้นในปัจจุบัน มีความพึงพอใจปานกลางต่อกิจกรรมโดยรวม สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม 3.45

มีระดับความพึงพอใจปานกลางของค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม (เช่าห่วงยาง ชีมน้ำ เล่นกีฬา) การจัดการด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวม 3.27

มีระดับความพึงพอใจปานกลางต่อการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร การให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด (ญาติ เพื่อน ฯลฯ) และการหาข้อมูลในเว็บไซต์ การจัดการด้านการจัดการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม 3.27

มีระดับความพึงพอใจปานกลางต่อเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ/โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่อง และการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น งานกีฬาที่ลอสซูเกมส์ งานลอยกระทง การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวม 3.08

## ตอนที่ 2 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งได้แก่การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสมมติฐาน 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบคือ สถิติหาความแตกต่างค่าที (T-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)



ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านเพศ พบว่า ความเห็นต่อการพัฒนาในภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 8 ข้อ ได้แก่

1. การพัฒนาการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) โดยเพศชายให้ความต้องการพัฒนากับการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) มากกว่าเพศหญิง
2. การพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่าเพศชาย
3. การพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูมากกว่าเพศชาย
4. การพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากชูชีพมากกว่าเพศชาย
5. การพัฒนากิจกรรมสกีน้ำโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำมากกว่าเพศชาย
6. การพัฒนากิจกรรมล่องเรือโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือมากกว่าเพศชาย
7. การพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) โดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่าเพศชาย
8. การพัฒนากิจกรรมเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยเพศหญิงให้ความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่าเพศชาย

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 33 ข้อ ดังนี้

1. การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)
2. บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย
3. หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย

4. คุณภาพของน้ำ
5. ระบบไฟฟ้า
6. น้ำประปา สาธารณะ
7. ดั้งขยะในบริเวณชายหาด
8. โทรศัพท์สาธารณะ
9. ชุมอาหารและเครื่องดื่ม
10. ชุมชายของที่ระลึก
11. ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ
12. ศาลา ชุมพักผ่อน
13. เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด
14. แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด
15. บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่
16. ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว
17. อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
18. มัคคุเทศก์
19. ความสวยงามของทัศนียภาพ
20. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว
21. ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น
22. กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)
23. กิจกรรมขี่ม้า
24. กิจกรรมอาบแดด
25. กิจกรรมพายเรือแคนู
26. กิจกรรมเรือลากชูชีพ
27. กิจกรรมสกีน้ำ
28. กิจกรรมล่องเรือ
29. กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat)
30. กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี
31. ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย
32. การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย

### 33. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

ความเห็นต่อการพัฒนาการท้องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 ข้อ ดังนี้

1. การพัฒนาสถานที่จอดรถแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี มีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี

กลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี มีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

2. การพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

กลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

กลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

กลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

กลุ่มที่มีอายุ 55-64 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

3. การพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 7 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

กลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี

กลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

กลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

กลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

กลุ่มที่มีอายุ 55-64 ปี มีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 35 ข้อ ดังนี้

1. การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)
2. บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย
3. หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย
4. คุณภาพของน้ำ
5. ระบบไฟฟ้า
6. น้ำประปา สาธารณะ
7. โทรศัพท์สาธารณะ
8. สถานที่จอดรถ
9. ชุมนอาหารและเครื่องดื่ม
10. ชุมนขายของที่ระลึก
11. ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ
12. ศาลา ชุมนพักผ่อน

13. เติงผ้าใบ/เติงชายหาด
14. แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด
15. บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่
16. ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว
17. อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
18. มัคคุเทศก์
19. ความสวยงามของทัศนียภาพ
20. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว
21. ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น
22. กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)
23. กิจกรรมขี่ม้า
24. กิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด
25. กิจกรรมฟุตบอลชายหาด
26. กิจกรรมอาบแดด
27. กิจกรรมพายเรือแคนู
28. กิจกรรมเรือลากชูชีพ
29. กิจกรรมสกีน้ำ
30. กิจกรรมล่องเรือ
31. กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat)
32. กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี
33. ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย
34. การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย
35. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

ความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ข้อ ดังนี้

1. การพัฒนาดังขยะในบริเวณชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีระดับความต้องการพัฒนาดังขยะในบริเวณชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีระดับความต้องการพัฒนาถึงขยะในบริเวณชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท มีระดับความต้องการพัฒนาถึงขยะในบริเวณชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 30 ข้อ ดังนี้

1. การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)
2. บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย
3. หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย
4. คุณภาพของน้ำ
5. ระบบไฟฟ้า
6. น้ำประปา สาธารณะ
7. ถึงขยะในบริเวณชายหาด
8. โทรศัพท์สาธารณะ
9. ชุ้มอาหารและเครื่องดื่ม
10. ชุ้มขายของที่ระลึก
11. ศาลา ชุ้มพักผ่อน
12. เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด
13. แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด
14. บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่
15. ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว
16. อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
17. มัคคุเทศก์
18. ความสวยงามของทัศนียภาพ
19. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว
20. ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น

21. กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)
22. กิจกรรมขี่ม้า
23. กิจกรรมอาบแดด
24. กิจกรรมพายเรือแคนู
25. กิจกรรมเรือลากชูชีพ
26. กิจกรรมสกีน้ำ
27. กิจกรรมล่องเรือ
28. กิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat)
29. กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี
30. การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย

ความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 ข้อ ดังนี้

1. การพัฒนาสถานที่จอดรถแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มเกษตรกร

กลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท

กลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษา

กลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มเกษียณ

กลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนาสถานที่จอดรถมากกว่ากลุ่มเกษตรกร

2. การพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะมากกว่ากลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะมากกว่ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษา

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะมากกว่ากลุ่ม  
ลูกจ้าง/รับจ้าง

3. การพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ 0.05 มีจำนวน 9 คู่ ได้แก่

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่า  
กลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มนักเรียน-นักศึกษามีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่า  
กลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่า  
กลุ่มแม่บ้าน

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่า  
กลุ่มเกษียณ

กลุ่มพนักงานบริษัทมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่ม  
เกษียณ

กลุ่มนักเรียน-นักศึกษามีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่า  
กลุ่มแม่บ้าน

กลุ่มนักเรียน-นักศึกษามีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่า  
กลุ่มเกษียณ

กลุ่มเกษตรมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มเกษียณ

กลุ่มลูกจ้างมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มเกษียณ

4. การพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มพนักงานบริษัทมีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่ม  
ประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่ม  
เกษียณ

กลุ่มพนักงานบริษัทมีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่ม  
เกษียณ



กลุ่มพนักงานบริษัทมีความต้องการพัฒนากิจกรรมฟุตบอลชายหาดมากกว่ากลุ่มลูกจ้าง/รับจ้าง

5. การพัฒนาการตีปายเต๋นที่สังเกตเห็นได้ง่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาการตีปายเต๋นที่สังเกตเห็นได้ง่ายมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัท

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาการตีปายเต๋นที่สังเกตเห็นได้ง่ายมากกว่ากลุ่มนักเรียน/นักศึกษา

6. การพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษา

กลุ่มข้าราชการ-วิสาหกิจมีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มเกษียณ

กลุ่มลูกจ้าง/รับจ้างมีความต้องการพัฒนาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มเกษียณ

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 29 ข้อ ดังนี้

1. การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)
2. บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย
3. หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย
4. คุณภาพของน้ำ
5. ระบบไฟฟ้า
6. น้ำประปา สาธารณะ

7. ถึงขยะในบริเวณชายหาด
8. โทรศัพท์สาธารณะ
9. สถานที่จอดรถ
10. ชุ้มน้ำดื่มและเครื่องดื่ม
11. ชุ้มน้ำดื่มของที่ระลึก
12. ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ
13. ศาลา ชุ้มน้ำดื่ม
14. เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด
15. แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด
16. บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่
17. ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว
18. อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
19. มัคคุเทศก์
20. ความสวยงามของทัศนียภาพ
21. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว
22. ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น
23. กิจกรรมเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)
24. กิจกรรมฟุตบอลชายหาด
25. กิจกรรมอาบแดด
26. กิจกรรมเทศกาลและงานประเพณี
27. ติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย
28. การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย
29. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

ความเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 7 ข้อ ดังนี้

1. การพัฒนากิจกรรมขี่ม้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้ามากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้ามากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้ามากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมขี่ม้ามากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้ และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

2. การพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมกิจกรรมวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนาวอลเลย์บอลชายหาดมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

3. กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมพายเรือแคนูมากกว่ากลุ่มกลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนาพายเรือแคนูมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้ และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

4. กลุ่มที่มาต่างๆที่มีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากซุงชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือลากซุงชีพมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมกิจกรรมเรือลากซุงชีพมากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนาเรือลากชูชีพมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนาเรือลากชูชีพ มากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

5. การพัฒนากิจกรรมสกีน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำ มากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมสกีน้ำมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

6. การพัฒนากิจกรรมล่องเรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนาล่องเรือมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมล่องเรือมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

7. การพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนาเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความต้องการพัฒนากิจกรรมเรือกล้วย (Banana Boat) มากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคใต้และตะวันตก (ยกเว้นจังหวัดตาก)

ส่วนที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบคือ สถิติหาความแตกต่างค่าที (T-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิเคราะห์พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านเพศ พบว่า ความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ข้อ ได้แก่

1. การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง โดยเพศชายให้ความพึงพอใจส่งเสริมกับแหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง มากกว่าเพศหญิง

2. การส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น งานกีฬาที่ล่อชูเกมส์, งานลอยกระทงฯ โดยเพศชายให้ความพึงพอใจส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น งานกีฬาที่ล่อชูเกมส์, งานลอยกระทงฯ มากกว่าเพศหญิง

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 9 ข้อ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง

2. แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง
3. ราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง
4. ราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม
5. ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม
6. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
7. การส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ
8. การส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่อง
9. การส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

ความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 7 ข้อ ดังนี้

1. การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 10 คู่ ได้แก่
  - กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี
  - กลุ่มที่มีอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี
  - กลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี
  - กลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี
  - กลุ่มที่มีอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี
  - กลุ่มที่มีอายุ 64 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี







6. การส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

กลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

กลุ่มที่มีอายุ 55-64 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

7. การส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 25-34 ปี

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 35-44 ปี

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 45-54 ปี

กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 55-64 ปี

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านรายได้

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 11 ข้อ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง
4. แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง

5. แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง
6. ราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง
7. ราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม
8. ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม
9. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น
10. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ
11. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ขีด

ความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 5 ข้อ ดังนี้

1. การส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท

2. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท

3. การส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท

4. การส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่างต่อเนื่องมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท

5. การส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

กลุ่มที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านอาชีพ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 6 ข้อ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง

3. แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง
4. ราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม
5. ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม
6. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น

ความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 10 ข้อ ดังนี้

1. การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 10 คู่ ได้แก่

กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ

กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ

กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ

กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท

กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท

กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน-นักศึกษา

กลุ่มอาชีพเกษียณมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิงมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง





กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

6. การส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิดมากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

7. การส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 5 คู่ ได้แก่

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ-วิสาหกิจ

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพเกษียณ

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง

8. การส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มอาชีพนักเรียน-นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจมากกว่ากลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว





การเปรียบเทียบความแตกต่างของความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำแนกสถานภาพด้านที่มา

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 15 ข้อ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวด้านภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง
3. แหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง
4. แหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง
5. แหล่งท่องเที่ยวด้านเทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง
6. ราคาค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง
7. ราคาค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม
8. ราคาค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม
9. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
10. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น
11. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ
12. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด
13. การจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้านการหาข้อมูลในเว็บไซต์
14. การส่งเสริมการตลาดด้านเนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ
15. การส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิงอย่าง

ต่อเนื่อง

ความเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ข้อ ดังนี้

1. การส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มาจากจังหวัดตาก

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือ มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มาจากกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่มาจากภาคเหนือมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดด้านการจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มาจากภาคกลาง ตะวันออก และตะวันออกเฉียงเหนือ

### ตอนที่ 3 สรุปข้อมูลข้อเสนอแนะและผลการสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

จากการสัมภาษณ์หน่วยงานของรัฐ 5 แห่ง และเอกชน 5 แห่ง สรุปได้เป็นหัวข้อ ดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตากในปัจจุบัน

หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก เป็นชายหาดเทียมที่สร้างเลียนแบบธรรมชาติ จากเดิมที่มีการก่อสร้างด้วยแรงจูงใจของชาวเมืองตากที่ชอบพากันไปเล่นน้ำจึงกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจสำหรับนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดตาก และจังหวัดใกล้เคียง แต่ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวเกิดการเสื่อมโทรมด้วยผลทางธรรมชาติจากการพัดพาของน้ำที่ไหลมากัดเซาะตลิ่งจึงทำให้ชายหาดบางส่วนถูกน้ำพัดหายไป และส่วนหนึ่งมาจากการดูแลรักษาและการพัฒนาที่ไม่ต่อเนื่อง จึงทำให้หาดทรายทองเป็นเพียงแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักเฉพาะคนในจังหวัดตาก และจังหวัดใกล้เคียงเท่านั้น ประกอบกับการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่มีความพร้อมสมบูรณ์ จึงไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักอย่างกว้างขวาง

ความคิดเห็นต่อแนวทางการวางแผนการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก

1. ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมีการวางแผนการพัฒนาทั้งแผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ในการปรับปรุงภูมิสถาปัตยกรรม ออกแบบ และการจัดการหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งภาครัฐและเอกชนควรช่วยกันดูแล ปรับทัศนียภาพโดยรอบให้สวยงามเป็นธรรมชาติ และคงสภาพไม่ให้เกิดการเสื่อมโทรม

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรมีการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) เช่น มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศูนย์รักษาความปลอดภัย ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม ห้องน้ำ ห้องสุขา ถังขยะ ลานกีฬาออกกำลังกาย รวมทั้งทางเดิน และบันไดทางลงชายหาด ควรจัดเป็นสัดส่วนมีความเป็นระเบียบสวยงามเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และปรับปรุงจัดให้มีระบบจัดเก็บขยะ ทำความสะอาดชายหาดให้แลดูสะอาดอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งมีบริการอุปกรณ์ทางด้านกีฬา เสื้อชูชีพห่วงยาง ให้นักท่องเที่ยวได้ยืม หรือเช่า

ส่วนด้านการคมนาคม ควรมีรถ รับ-ส่ง นักท่องเที่ยวจากโรงแรมเป็นจุด จัดให้มีรถจักรยานเช่าตามชายหาด รถรางนำเที่ยว ซึ่งสามารถเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวได้อีกหลายแห่งในตัวเมืองตาก อีกทั้งไม่ควรให้นำรถทุกประเภทลงไปจอดที่บริเวณชายหาด ควรจัดหาพื้นที่ที่เหมาะสมกับรถแต่ละประเภท

3. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า การเชื่อมโยงประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนกับสายน้ำจัดแสดงให้เข้ากับแหล่งท่องเที่ยวโดยมีแบบอย่างเป็นเอกลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวได้ เช่น การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจากอดีตที่ตรอกบ้านจีนโบราณเคยใช้เส้นทางน้ำแม่น้ำปิงในการเดินทางขนส่งสินค้า กระทั่งปัจจุบันประชาชนในชุมชนสองฝากฝั่งแม่น้ำปิงก็ยังคงใช้สอยประโยชน์จากแหล่งน้ำอยู่ จนกลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมืองจังหวัดตาก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญ และอีกประการหนึ่งสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวนอกจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองแล้ว คือ ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นต้องร่วมมือกันเป็นเจ้าของที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยใจจริง เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว การให้ความช่วยเหลือและเอื้ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ในส่วนของภูมิทัศน์สถานที่บริเวณทางลงมายังชายหาดฝั่งตะวันตกและทางลงมายังตลิ่งฝั่งตะวันออกสามารถจัดให้มีการปลูกต้นไม้พื้นเมืองหรือไม้ดอกที่มีสีสดสวยตามฤดูกาลเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองฝากฝั่งริมแม่น้ำปิงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมและถ่ายรูปตอนดอกไม้บาน

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า การพัฒนาทางด้านกีฬา ทำให้ประชาชนได้ออกกำลังกายและมีสุขภาพที่ดี ต้องเสริมกิจกรรมให้หลากหลาย ควรให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกได้ตามความชอบและเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว จัดให้มีกิจกรรมทางน้ำ กิจกรรมทางบก และกิจกรรมของชุมชนท้องถิ่นให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ เช่น การเล่นวอลเลย์บอลชายหาด กีฬาพื้นบ้าน ปั่นจักรยาน ฯลฯ และจัดรูปแบบของบริเวณชายหาดให้มีสวนสุขภาพเพื่อให้ประชาชนออกกำลังกาย

5. ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ในส่วนของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีการขายอาหารที่มีไม่แหลมหรือไม้ลูกชิ้นห้ามขาย เพราะอาจเกิดอุบัติเหตุกับนักท่องเที่ยวได้เมื่อตั้งอยู่บนชายหาด และการดูแลรักษาความปลอดภัยควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งทางบกและทางน้ำอย่างทั่วถึง พร้อมทั้งดูแลอำนวยความสะดวกด้านศูนย์ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และจัดพื้นที่อันตราย ปักทุ่นบอกระดับน้ำเพื่อไม่ให้

นักท่องเที่ยวหลงไปบริเวณน้ำลึก จัดให้มีบันไดที่เหมาะสมสามารถเดินลงชายหาดได้สะดวกและปลอดภัย และไม่ควรโรยกรวดหินทำทางเดินบนชายหาด เนื่องจากจะทำให้นักท่องเที่ยวที่ถอดรองเท้าเดินได้รับอันตรายจากเศษหิน

ความคิดเห็นต่อแนวทางการส่งเสริมด้านการตลาดหาดทรายทองแม่ปิงเมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก

1. แหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low season) ที่ไม่มีกิจกรรมใดใดบนชายหาดนักท่องเที่ยวก็ไม่นิยมมาเที่ยว ดังนั้นควรส่งเสริมให้มีกิจกรรมหมุนเวียน เช่น การแข่งขันวอลเลย์บอลชายหาดในฤดูร้อน การจัดงานกีฬาท้องถิ่นในฤดูหนาว เป็นต้น และควรให้ความสำคัญในการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมภาคีกันระหว่างชุมชนในการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว เพื่อจัดทำเส้นทางทางการท่องเที่ยวในตัวเมืองตากแก่นักท่องเที่ยว

2. ราคา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ราคาขึ้นอยู่กับต้นทุน และระยะเวลาในการทำ Package รวมทั้งขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันด้วย หากนำกิจกรรมเข้ามาเสริมบริเวณชายหาด และให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการดูแลก็จะทำให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น ในส่วนของบริษัททัวร์ที่รับนักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวจะเน้นการกำหนดราคาจากต้นทุนเป็นหลักและไม่เน้นจำนวนหรือปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ได้นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

3. การจัดการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ยังขาดบริษัทธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่ (Local Travel Agent) ที่เข้มแข็ง เพื่อรองรับภาครัฐและภาคเอกชนให้เชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว สนับสนุนการสร้างเครือข่ายอาสาสมัครนำเที่ยวที่มีความเต็มใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดจัดทำป้ายแสดงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและป้ายบอกทิศทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยให้แขวงการทางเป็นผู้รับผิดชอบดูแล

4. การส่งเสริมการตลาด ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นว่า ควรทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เน้นการทำแพคเกจ (Package) ควบคู่กับการทำ Road Show แยกผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มตลาด สนับสนุนบริษัทนำเที่ยวทำเพื่อทัวร์นำร่อง และควรมีการตลาดผู้ประกอบการหลายภาคส่วนควรทำแผนการส่งเสริมการตลาดเสนอขายในงานส่งเสริมการขายและมีการทดสอบตลาด โดยให้หน่วยงานต่าง ๆ ช่วยดูว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถเสนอขายได้หรือไม่

## อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นสำคัญที่ได้จากผลการศึกษา จะนำมาอภิปรายเพื่อสรุปให้ทราบถึงข้อเท็จจริงโดยมีการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุน ดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) พัฒนابันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย รักษาหาดทรายให้มีความสวยงามเรียบร้อย รักษาคุณภาพของน้ำ สอดคล้องกับ (สมชาย สนั่นเมือง, 2541) ที่ว่าการจัดการต่อพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมให้มีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่าและประหยัด รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนหล่อหลอมค่านิยมในทางที่ดีร่วมกันในระบบรวมของสังคม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการจัดการพื้นที่อย่างยั่งยืน

2. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ประกอบด้วย ระบบไฟฟ้า น้ำประปาสาธารณะ ถึงขยะบริเวณหาดทราย สถานที่จอดรถ ชุมอาหารและเครื่องดื่ม ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะให้มีเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ (ราณี อธิชัยกุล, 2544) ที่ว่า ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวพิจารณาก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ระบบโครงสร้างพื้นฐานบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและการบริการอำนวยความสะดวกที่รองรับนักท่องเที่ยว หรือคือโครงสร้างด้านการท่องเที่ยว

3. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของทัศนียภาพ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น สอดคล้องกับ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ที่ว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้นๆ

4. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีการรองรับการเล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง) เทศกาลและงานประเพณี สอดคล้องกับ (สมชาย สนั่นเมือง, 2541) ที่ว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมีการมุ่งเน้นกิจกรรมที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือสามารถป้องกันและแก้ไขผลกระทบสิ่งแวดล้อมได้ การส่งเสริมกิจกรรมที่มีการศึกษา หรือเพิ่มการให้การศึกษาและเรียนรู้ร่วมกันในกิจกรรมท่องเที่ยว การจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น เยาวชน กลุ่มอาชีพให้มากขึ้น และการจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และชุมชน

5. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ให้มีการติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย แบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตรายและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สอดคล้องกับ (ราณี อธิชัยกุล, 2544) ที่ว่า การคุ้มครองรักษาความปลอดภัยและบำบัดทุกข์บำรุงสุขแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวเป็นการให้ความคุ้มครองดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวจากการใช้บริการท่องเที่ยว เพื่อมิให้เกิดอุบัติเหตุหรือถูกหลอกลวง

6. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง สอดคล้องกับ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ที่ว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทาง หรือโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง

7. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สอดคล้องกับ (ราณี อธิชัยกุล, 2544) ที่ว่า การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเป็นหัวใจของความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะไม่มีจุดหมาย หากนักท่องเที่ยวไม่รู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรบริหารแหล่งท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศให้เดินทางมาเที่ยว

### **แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก**

ประเด็นสำคัญที่ได้จากผลการวิจัย จะนำมาสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ดังต่อไปนี้

1. ควรปรับปรุงสภาพแหล่งท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดการทรุดโทรม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ การกักเซาะของร่องน้ำ

2. ควรปรับปรุงและเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน อาทิ ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปาสาธารณะ ห้องน้ำ/ห้องสุขาสาธารณะ ถึงขยะในบริเวณชายหาด ให้มีมาตรฐานตามเกณฑ์ของกระทรวงสาธารณสุข

3. ควรปรับปรุงทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น บริเวณบันไดทางลงสู่บริเวณชายหาด ควรปลูกต้นไม้พื้นเมืองหรือไม้ดอกที่มีสีสดใสสวยตามฤดูกาลเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองฝากฝั่งริมแม่น้ำปิงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชม

และถ่ายรูปตอนดอกไม้บาน แทนพื้นที่ที่รกร้างและป้องกันการชะตัวพังทลายของหน้าดินและเพิ่มความสวยงามของพื้นที่

4. ควรมีการวางแผนการพัฒนาทั้งแผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ในการปรับปรุงภูมิสถาปัตยกรรม การออกแบบ และการจัดการหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก เพื่อคงสภาพไม่ให้เกิดการเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว

5. ควรมีบริการอุปกรณ์ทางด้านกีฬา เสื้อชูชีพ ห่วงยาง ให้นักท่องเที่ยวได้ยืม หรือเช่า

6. ควรมีข้อห้ามนำรถทุกประเภทลงไปจอดที่บริเวณชายหาดและควรจัดหาพื้นที่ที่เหมาะสมกับรถแต่ละประเภท

7. ควรมีการตั้งคณะกรรมการเพื่อเข้ามาบริหารจัดการพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยจัดแบ่งพื้นที่สำหรับจับจ่ายใช้สอยเพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มเช่น ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

8. ควรสร้างลักษณะเด่นให้กับพื้นที่อย่างมีเรื่องราว (Gimmick) เช่น ความสำคัญกับของสายน้ำปิงที่ผูกพันกับวิถีชีวิตของชาวเมืองจังหวัดตาก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์หวงแหวนแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการจัดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายรูป ความประทับใจ เช่น ควรมีป้าย “หาดทรายทอง” และมีฉากหลังเป็นแม่น้ำปิงและสะพานแขวนสมโภชน์กรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี เป็นการสร้างจุดเด่นให้กับพื้นที่

9. ควรสร้างความร่วมมือให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่นในการเป็นเจ้าของพื้นที่ที่ดีต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยใจจริง เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว การให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

10. ควรสนับสนุนกิจกรรมให้มีหลากหลายประเภท ให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกและควรเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม

11. ควรสนับสนุนการจัดกิจกรรมให้สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี เช่น ในช่วงนอกฤดูกาล ควรมีการจัดกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น เทศกาล งานประเพณี มหกรรมดนตรี จะเป็นการเพิ่มการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวในวงกว้างได้อีกทางหนึ่ง

12. ควรมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในการเล่นน้ำ พร้อมทั้งตั้งศูนย์ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และให้มีจุดพื้นที่อันตรายปักทุ่นบอกระดับน้ำเพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวลงไปบริเวณน้ำลึก

13. ควรจัดให้มีบันไดที่เหมาะสมและมีจำนวนเพียงพอ สามารถเดินลงชายหาดได้ สะดวกและปลอดภัย และไม่ควรโรยกรวดหินทำทางเดินบนชายหาด เนื่องจากจะทำให้นักท่องเที่ยวที่ถอดรองเท้าเดินได้รับอันตรายจากเศษหิน
14. ควรมีป้ายบอกทางลงหาดให้ชัดเจน เพื่อป้องกันการเดินลงในทางที่ไม่เหมาะสม ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อพื้นที่
15. ควรร่วมมือผู้เกี่ยวข้องจัดทำป้ายแผนที่แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังจุดต่างๆ ในบริเวณใกล้เคียงได้
16. ควรร่วมมือผู้เกี่ยวข้องจัดทำป้ายบอกทางมายังบริเวณหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก เนื่องจากเป็นเส้นทางที่สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย และเป็นจุดสังเกตที่ชัดเจน
17. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจัดกิจกรรม ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งการส่งเสริมการขาย และผลักดันให้เกิดการบรรจุแหล่งท่องเที่ยวลงในแพคเกจทัวร์
18. ควรมีการจัดอบรมและศึกษาดูงานทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ที่มีการจัดการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวประเภทชายหาด เพื่อให้เกิดความคิดริเริ่ม ในการพัฒนาและส่งเสริมให้กับพื้นที่
19. ควรร่วมมือกับหน่วยงานด้านวิสาหกิจชุมชน นำโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง รวมกลุ่มและจัดตั้งศูนย์เพื่อจำหน่าย ควบคู่กับการสร้างการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว
20. ควรผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมจากภาคีทุกภาคส่วน ในการวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
21. ควรปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้กับเยาวชนรุ่นใหม่
22. ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นรู้สึกหวงแหน ช่วยกันดูแล รักษาแหล่งท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษา ผู้ศึกษาค้นคว้ามีความเห็นว่าควรมีการร่วมมือจากทุกฝ่าย โดยมีกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนคือ องค์การบริหารส่วนตำบลปามะม่วง ซึ่งถือได้ว่าเป็นหน่วยงานตรงที่รับผิดชอบในพื้นที่ ให้มีการร่วมกันกำหนดเป้าหมายทางการท่องเที่ยว จากนั้นแบ่งการจัดการออกเป็นระยะ คือ ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเกิดความยั่งยืน



### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงในพื้นที่จังหวัดตาก เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงต่อไป

ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียมในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กุลวรี ศักดิ์สุริยา. (2545). **พฤติกรรมการใช้บริการโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภค ในจังหวัด เชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ บธ.บ., มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- จงจิตต์ ปิ่นทอง. (2546). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมชายหาดบาง แสน จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ รป.ม., มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ. (2529). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับความมั่นคงของชาติ**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุปผา วงษ์พันธุ์ทา. (2544). **การประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ใน บทความย่อการค้นคว้าแบบอิสระการศึกษามหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2544**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สรุปคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้านกายภาพ. (2540). **การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประเภทชายทะเล**. กรุงเทพฯ: กองวางแผนโครงการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ระยะทางการเดินทางของน้ำ แม่ปิง(โดยวิธีคำนวณ)**. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2551, จาก [http://www.bhumiboldam.egat.com/bb\\_plant/pingflow/index.htm](http://www.bhumiboldam.egat.com/bb_plant/pingflow/index.htm)
- โครงการสร้างหาดทรายเทียมริมแม่น้ำปิงฝั่งขวา อำเภอเมือง จังหวัดตาก. (2547). **ข้อมูลพื้นฐาน ของหาดทรายทองริมแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก**. ตาก: กรมชลประทานตาก.
- คู่มือการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด. (2550). **องค์ประกอบพื้นฐาน สำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด**. กรุงเทพฯ: สถาบัน สภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). **ตาก**. กรุงเทพฯ: กองข่าวสารการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย.
- แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดตาก ปี พ.ศ. 2550-2553. (2550). **นโยบาย ยุทธศาสตร์และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดตาก**. ตาก: คณะกรรมการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวจังหวัดตาก.

48 ปีทท.กับภารกิจท่องเที่ยวเพื่อชาติ. (ม.ป.ป.). **ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็น เค ที นิวส์.**

สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2551, จาก [http://www.bangkokbizweek.com/20080303/travelbiz/index.php?news=column\\_25929270.html](http://www.bangkokbizweek.com/20080303/travelbiz/index.php?news=column_25929270.html)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551) **รายงานประจำปี 2550.** กรุงเทพฯ: กองติดตามและประเมินผล.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). **รายงานสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดตาก.** กรุงเทพฯ: กลุ่มงานฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

มนัส สุวรรณ และคณะ. (2544). **โครงการศึกษาเพื่อจัดตั้งนิเวศคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว.** เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ร่วมกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย.

ราณี อธิชัยกุล. (2544). **เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหน่วยที่ 8-15 (พิมพ์ครั้งที่ 2).** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2535). **กลยุทธ์การตลาด: การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สมชาย สนั่นเมือง. (2541). **ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว.** **จุลสารการท่องเที่ยว.** 17(2), 25-33.

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). **การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.

สุภาภรณ์ หาญทอง. (2543). **ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง. บทความย่อภาคนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2543.** กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6).** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Cotman, Michael M. (1989). **Tourism Marketing.** New York: Van Nostrand Reinhold.

Khazanie, Ramakant. (1996). **STATISTIC in a World of Application (4<sup>th</sup> ed.).** New York Harpercollinscotege.

Middleton, Victor T.C. (1994). **Marketing in Travel and Tourism** (2<sup>nd</sup> ed.). Oxford:  
Heinemann Professional.

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์



## มหาวิทยาลัยย่นเรศวร

ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร

สาขาวิชา การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

รายวิชา 803598 การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

## คำอธิบายแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่องแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดเทียม หาดทรายทองแม่น้ำปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ของหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยย่นเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านได้โปรดพิจารณาและตอบคำถามทุกข้อของแบบสอบถามนี้เพื่อความจริงที่สุด เพื่อความสมบูรณ์ครบถ้วนของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ และจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

ผู้วิจัยใคร่ขอเรียนชี้แจงว่า การตอบแบบสอบถามของท่านในครั้งนี้จะไม่กระทบกระเทือนหรือเกิดความเสียหายต่อท่านและครอบครัวของท่านแต่ประการใด และขอรับรองว่าคำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ จะนำไปใช้เพียงเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวจินมณี เมฆประมวล

นางสาวชุตีวรรณ ทองมา

นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยย่นเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน  หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

1. เพศ  ชาย  หญิง
  
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 25 ปี	<input type="checkbox"/> 25-34 ปี	<input type="checkbox"/> 35-44 ปี
<input type="checkbox"/> 45-54 ปี	<input type="checkbox"/> 55-64 ปี	<input type="checkbox"/> 65 ปี ขึ้นไป
  
3. ท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,000 – 15,000 บาท	<input type="checkbox"/> 15,001 – 30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 30,001 – 45,000 บาท	<input type="checkbox"/> 45,001 – 60,000 บาท	<input type="checkbox"/> 60,001 บาท ขึ้นไป
  
4. อาชีพของท่าน
 

<input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> ข้าราชการ-วิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท
<input type="checkbox"/> แม่บ้าน-ว่างงาน	<input type="checkbox"/> นักเรียน-นักศึกษา	<input type="checkbox"/> เกษียณ
<input type="checkbox"/> เกษตรกร	<input type="checkbox"/> ลูกจ้าง/รับจ้าง	<input type="checkbox"/> อื่นๆ.....
  
5. ท่านมาจากที่ใด
 

<input type="checkbox"/> จังหวัดตาก	<input type="checkbox"/> กรุงเทพมหานคร	<input type="checkbox"/> ภาคเหนือ
<input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก	<input type="checkbox"/> ภาคใต้	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
<input type="checkbox"/> ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร)	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก (ยกเว้น จังหวัดตาก)	



## ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

1. ประสงค์ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว .....วัน.
2. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง
 

<input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง	<input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง, รถกระบะ)
<input type="checkbox"/> รถจักรยานยนต์	<input type="checkbox"/> รถบัส/รถตู้ของบริษัททัวร์
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว คือ
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,000 บาท	<input type="checkbox"/> 1,000-1,500 บาท	<input type="checkbox"/> 1,501-2,000 บาท
<input type="checkbox"/> 2,001-2,500 บาท	<input type="checkbox"/> 2,501-3,000 บาท	<input type="checkbox"/> 3,001 บาทขึ้นไป
4. ลักษณะการเดินทางของท่านในครั้งนี้
 

<input type="checkbox"/> เดินทางมาเอง	<input type="checkbox"/> ชื้อทัวร์/ทัศนอาจรที่จัดการเดินทางมาเอง
<input type="checkbox"/> ชื้อทัวร์/ทัศนอาจรที่มีมัคคุเทศก์ดูแล	<input type="checkbox"/> หน่วยงาน/บริษัท/องค์กรจัดให้เดินทาง
<input type="checkbox"/> เพื่อนจัดให้/ญาติจัดให้เดินทาง	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้
 

<input type="checkbox"/> เพื่อพักผ่อน	<input type="checkbox"/> เพื่อประกอบธุรกิจ	<input type="checkbox"/> เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ
<input type="checkbox"/> เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์	<input type="checkbox"/> เพื่อเยี่ยมญาติ	<input type="checkbox"/> บังเอิญผ่านมา/แวะเที่ยว
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
6. การเดินทางมาท่องเที่ยวยังหาดทรายทองแม่ปิง ในครั้งนี้
 

<input type="checkbox"/> มาเป็นครั้งแรก	<input type="checkbox"/> มาเป็นครั้งที่ 2
<input type="checkbox"/> มาเป็นครั้งที่ 3	<input type="checkbox"/> มาเป็นครั้งที่สี่ขึ้นไป
7. จำนวนผู้ร่วมเดินทางของท่านในครั้งนี้..... คน (รวมตัวท่าน)

8. ผู้ร่วมเดินทางของท่านในครั้งนี้ คือ

เดินทางคนเดียว

มากับญาติหรือคนในครอบครัว

เพื่อน

อื่นๆ .....

### ส่วนที่ 3 ด้านพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร

1. พฤติกรรมรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่อไปนี้บ่อยเพียงใด

	ทุกวัน	เกือบทุกวัน	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย
โทรทัศน์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
วิทยุ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
หนังสือพิมพ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
นิตยสาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
อินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ท่านเคยรับทราบข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง มาก่อนหรือไม่

เคย

ไม่เคย (ข้ามไปส่วนที่ 4)

3. ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง จากแหล่งใด

โทรทัศน์

วิทยุ

หนังสือพิมพ์

วารสาร/นิตยสาร

เพื่อน/ญาติ

เว็บไซต์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อื่นๆ.....

**ส่วนที่ 4 ความต้องการของท่านที่มีต่อการพัฒนาในอนาคตต่อหาดทรายทองแม่ปิง  
เมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตากในระดับใด**

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว</b>					
- การจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning)					
- บันไดทางลงสู่บริเวณหาดทราย					
- หาดทรายมีความสวยงามเรียบร้อย					
- คุณภาพของน้ำ					
- อื่นๆ (โปรดระบุ)					
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
- ระบบไฟฟ้า					
- น้ำประปา สาธารณะ					
- ถังขยะในบริเวณชายหาด					
- โทรศัพท์สาธารณะ					
- สถานที่จอดรถ					
- ชุมน้ำดื่มและเครื่องดื่ม					
- ชุมน้ำดื่มที่ระลึก					
- ห้องน้ำ/ห้องส้วมสาธารณะ					
- ศาลา ชุมน้ำพักผ่อน					
- เตียงผ้าใบ/เตียงชายหาด					
- แผนที่และข้อมูลแสดงรายละเอียด					
- บริเวณที่ตั้งแผงลอย หาบเร่					
- ตลาดนัด ตลาดชั่วคราว					
- อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
- มัคคุเทศก์					
- อื่นๆ (โปรดระบุ)					

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
- ความสวยงามของทัศนียภาพ					
- ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
- ความเป็นมิตรไมตรีจิตของผู้คนในท้องถิ่น					
- อื่นๆ (โปรดระบุ)					
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
- เล่นน้ำ (เช่าห่วงยาง)					
- ซิม้า					
- วอลเลย์บอลชายหาด					
- ฟุตบอลชายหาด					
- อาบแดด					
- พายเรือแคนู					
- เรือลากชูชีพ					
- สกีนํ้า					
- ล่องเรือ					
- เรือกล้วย (Banana Boat)					
- เทศกาลและงานประเพณี					
- อื่นๆ (โปรดระบุ)					
<b>ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย</b>					
- การติดป้ายเตือนที่สังเกตเห็นได้ง่าย					
- การแบ่งพื้นที่และช่วงเวลาอันตราย					
- เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย					
- อื่นๆ (โปรดระบุ)					

**ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจในปัจจุบันต่อการจัดการตลาดท่องเที่ยวของหาดทรายทองแม่ปิง  
เมืองตาก อำเภอเมือง จังหวัดตากในระดับใด**

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>แหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์)</b>					
- ภาพรวมของหาดทรายทองแม่ปิง					
- กิจกรรมโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง					
- การเข้าถึงหาดทรายทองแม่ปิง					
- สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมหาดทรายทองแม่ปิง					
- เทศกาลและประเพณีที่จัดขึ้นหาดทรายทองแม่ปิง					
<b>ราคา</b>					
- ค่าใช้จ่ายโดยรวมในหาดทรายทองแม่ปิง					
- ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม					
- ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม เช่น เช่าห่วงยาง, ซิม้่า, เล่นกีฬา					
<b>การจัดการเดินทางท่องเที่ยว</b>					
- การให้ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
- การให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น					
- การให้ข้อมูลของผู้ประกอบการ เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร					
- การให้ข้อมูลของคนใกล้ชิด (ญาติ, เพื่อน, ฯลฯ)					
- การหาข้อมูลในเว็บไซต์					
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>					
- เนื้อหาของสื่อ (วิทยุ/แผ่นพับ โบรชัวร์/ป้ายโฆษณา) มีความน่าสนใจ					
- การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหาดทรายทองแม่ปิง อย่างต่อเนื่อง					
- การจัดงานต่างๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น งานกีฬา ที่ล่อชูเกมส์, งานลอยกระทงฯ					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม -

## แบบสัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุลผู้ให้สัมภาษณ์ .....

ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....

ประสบการณ์ในสาขาวิชาชีพ ..... ปี

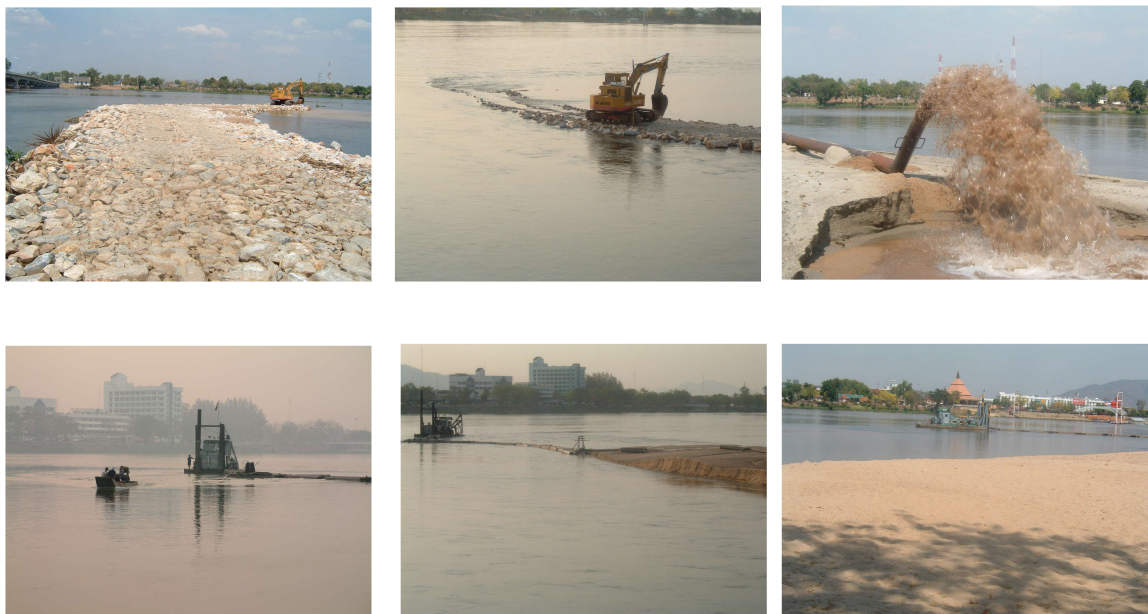
\*\*\*\*\*

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตากในปัจจุบัน
2. ความคิดเห็นต่อแนวทางการวางแผนการพัฒนาหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก
  - ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว
  - ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
  - ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว
  - ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
  - ด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย
3. ความคิดเห็นต่อแนวทางการส่งเสริมด้านการตลาดหาดทรายทองแม่ปิง อำเภอเมือง จังหวัดตาก
  - แหล่งท่องเที่ยว (ผลิตภัณฑ์)
  - ราคา
  - การจัดการเดินทางท่องเที่ยว
  - การส่งเสริมการตลาด
4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ภาคผนวก ข ภาพประกอบ



ภาพ 13 แสดงภาพประกอบก่อนการดำเนินงานก่อสร้าง



ภาพ 14 แสดงภาพประกอบระหว่างการดำเนินงานก่อสร้าง





ภาพ 15 แสดงภาพประกอบ พิธีเปิดงานก่อสร้าง (18 กุมภาพันธ์ 2547)



ภาพ 16 แสดงภาพประกอบผู้ใช้บริการในระหว่างการก่อสร้าง

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

## ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล	จินมณี เมฆประมวล
วัน เดือน ปี เกิด	8 พฤษภาคม 2524
ที่อยู่ปัจจุบัน	311/1 ถนนมหาดไทยบำรุง ตำบลระแหง อำเภอเมือง จังหวัดตาก 63000
ที่ทำงานปัจจุบัน	โรงแรมเมฆวิไล 311/1 ถนนมหาดไทยบำรุง ตำบลระแหง อำเภอเมือง จังหวัดตาก 63000
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	ผู้จัดการสวนอาหารเมฆวิไล
ประวัติการศึกษา	บธ.บ (การจัดการโรงแรม) วิทยาลัยดุสิตธานี พ.ศ. 2546

## ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล	ชุติวรรณ ทองมา
วัน เดือน ปี เกิด	30 พฤษภาคม 2525
ที่อยู่ปัจจุบัน	29/19 หมู่ที่ 7 ตำบลไม้งาม อำเภอเมือง จังหวัดตาก 63000
ที่ทำงานปัจจุบัน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 1600 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	ลูกจ้างโครงการ งานติดตามและประเมินผลตลาดต่างประเทศ ฝ่ายวางแผน
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547	บธ.บ (การจัดการโรงแรมหลักสูตรนานาชาติ) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต