

338.4791

๐๖๖๒๒

๖๐3

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

วิ. ๖7 พ.ย. 25๔๖

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวอารีย์ วรเวชชนกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2546

๒ ๒๒7๖37

อารีย์ วรเวชชนกุล. (2546) *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างน้อยสำคัญน้อยที่สุด การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการประมวลผลใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 34 ปี รองลงมาคือ 15 - 24 ปี และ 35 - 44 ปี ตามลำดับ จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ อนุปริญญา/ปวส. ตามลำดับ โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รองลงมาคือ นิสิต/นักศึกษา และประกอบธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท รองลงมาคือ 6,500 - 11,800 บาท และ 11,801 - 17,100 บาท ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น พระปฐมเจดีย์, รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวบันเทิงและบริการ เช่น พุทธมณฑล และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น พระราชวังสนามจันทร์ ตามลำดับ โดยให้ความสำคัญมากกับปัจจัยสนับสนุนในการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว, ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เช่น ถนน รองลงมา สถานีรถประจำทาง และไฟฟ้า ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว/ญาติ และโทรทัศน์ ตามลำดับ สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม พบว่า ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา คือ อยาก رؤ้อยากเห็น และมีความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน รองลงมา คือ บุคคลในครอบครัว/ญาติ และ เดินทางมาคนเดียว ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ คือ ตัวเอง รองลงมา คือ ครอบครัว และเพื่อน ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดปลายสัปดาห์ รองลงมาคือ วันหยุดตามเทศกาล และวันลาพักร้อนประจำปี ตามลำดับ สำหรับพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง และรถไฟ ตามลำดับ ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรม คือ ไหว้พระ รองลงมา คือ พักผ่อน และทำบุญ ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำบ่อยที่สุด คือ ไหว้พระ รองลงมาคือ พักผ่อน และซื้อของ ตามลำดับ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมักเดินทางท่องเที่ยว คือ พระปฐมเจดีย์ รองลงมา ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน และตลาดน้ำดอนหวาย ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมโดยเฉลี่ย 6 ครั้งต่อปี และใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ยเท่ากับ 936 บาท นอกจากนี้ ยังพบว่า

1. เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว, จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน

2. อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ วัดอุประสงค์ด้านความอยากรู้อยากเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่ออาชีพและธุรกิจ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน สำหรับวัดอุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, วัดอุประสงค์อื่น ๆ , จำนวน(ครั้ง) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี ไม่แตกต่างกัน

3. การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ วัดอุประสงค์อยากรู้อยากเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ และเพื่ออาชีพและธุรกิจ แตกต่างกัน สำหรับ จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน

4. อาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมท่องเที่ยว คือ อยากรู้อยากเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, เพื่ออาชีพและธุรกิจ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยว ในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน สำหรับจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี ไม่แตกต่างกัน

5. รายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมท่องเที่ยว คือ อยากรู้อยากเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, เพื่ออาชีพและธุรกิจ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยว ในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน สำหรับวัดอุประสงค์อื่น ๆ และจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี ไม่แตกต่างกัน

6. ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัดอุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว, จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี แตกต่างกัน สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน

7. ปัจจัยด้านสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัดอุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว, จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี แตกต่างกัน สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน

8. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านวัดอุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว, จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปีแตกต่างกัน สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน

9. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวด้าน วัดอุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันสำหรับจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี,ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน

**FACTORS AFFECTING ON THE THAI TOURIST'S BEHAVIOR IN
NAKHONPATHOM**

AN ABSTRACT

BY

MISS AREE VORAVEJTHANAKUL

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Marketing
at Srinakharinwirot University**

May 2003

Aree Voravejthanakul.(2003).Factors Affecting on the Thai Tourist's behavior in Nakorn Pathom .
Master Project,M.B.A. (Marketing).Bangkok : GraduateSchool, Srinakarinwirot
University.Advisor Committee: Assoc.Prof.Sirivan Serirat.

The effecting factors on behavior of Thai tourists in Nakom Pathom province that are the main subject of the thesis 400 Thai tourists were interviewed about information of travel place by questionnaires' tools. To analysis the data, Percentage analysis, Average value, Standard Deviation analysis, t-test analysis, Single-Deviation analysis, Minimum Differentiate analysis, Pearson-Relation Coefficient, and statistics program assessment for society research were used.

The results indicated that most sex of Thai tourists were female than male, range of age were between 25 – 34, 15 – 24 and 35 – 44, respectively. Their educations were mostly graduate level, senior high school/certificate and a diploma, respectively. Regard to their occupation were employee, student and own business, respectively. The average income per month was under 6,500 THB, 6,500 – 11,800 THB and 11,801 – 17,100 THB, respectively.

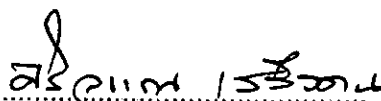
The main effecting factors which have historical and archaeological areas, Such as Phra Pathom Chedi, other entertainment places and service like BudhaMontol Place and historical place such as Sanam Chan Place, respectively were concerned by tourists. The other effecting factors were the feature, the fame and any convenience service of traveling place, respectively. Additionally, the effecting factors such as any basic structure, some facilities for example, road, transportation and electricity, correspondingly were attended by tourists. Typically, the tourism information came from friends, family/cousins and television, respectively. The purposess of tourism were to relax, inquisitive and interesting in the historical places, respectively. The accompany persons were friends, family/cousins and by alone, respectively. Influence persons to make decision were by one self, family and friends, respectively. During time to travel was at the weekend, festival days and vacation days, respectively. The vehicles us were own car, by bus and by train, respectively. Most behavior of tourists were to make a pilgrimage, to relax and to follow religious precepts; a blessing, respectively. In general, the most popular activities were to make a pilgrimage, to relax and go shopping, respectively. The most famous places were Phra Pathom Chedi, Elephant exhibition and Samphan crocodile farm, and floating market Don Wine, respectively. The average number of travel time per year was 6 times and the average traveling cost per time was 936 THB. In addition, the findings of correlation on traveling behavior were as follows:

1. Correlation between female and male indicated that there were differences on traveling behavior, which the purposes of traveling, number of traveling per year and the traveling cost to Nakorn Pathom were not differently. With statistical Significance at .05 level
2. Correlation between ages indicated that there were such differences on inquisitive, relaxation, for career and business and the traveling cost to Nakorn Pathom, With statistical Significance at.01 and .05 level Regard to the attention to historical place and a religion, other purposes and number of traveling per year were not differently. With statistical Significance at.05 level

3. Correlation between educations indicated that there were differences on inquisitive, relaxation, the attention to historical place and a religion, for career and business, With statistical Significance at.01 and .05 level Even though number of traveling per year and the traveling cost were not differently. With statistical Significance at.05 level
4. Correlation between careers indicated that there were differences on inquisitive, relaxation, the attention to historical place and a religion, for occupation business With statistical Significance at.01 level and the traveling cost even though number of traveling per year were not differently. With statistical Significance at.05 level
5. Correlation between incomes indicated that there were differences on inquisitive, relaxation, the attention to historical place and a religion, for career and business, With statistical Significance at.01 and .05 level and the traveling cost while number of traveling per year were not differently. With statistical Significance at.05 level
6. Correlation between traveling places indicated that there were differences on purpose to travel, With statistical Significance at.01 and .05 level and number of traveling per year while the traveling cost were not differently. With statistical Significance at.05 level
7. Correlation between the supporting factors indicated that there were differences on purpose to travel, number of traveling per year With statistical Significance at.01 and .05 level While the traveling cost were not differently. With statistical Significance at.05 level
8. Correlation between the basic structure and facilities indicated that there were differences on purpose to travel, number of traveling per year With statistical Significance at.01 and .05 level While the traveling cost were not differently.
9. Correlation between the traveling information perceptions indicated that there were differences on purpose to travel With statistical Significance at.01 level While number of traveling per year and the traveling cost were not differently. With statistical Significance at.01 level

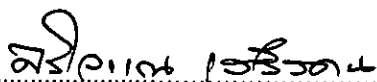
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

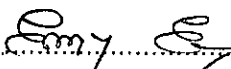


(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

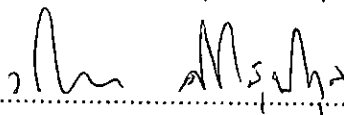
คณะกรรมการสอบ



ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)




กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกูดตา)



กรรมการ
(อาจารย์ วรินทร์า ศิริสุทธิกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

วันที่ ๑ เดือน พ. ค. พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา และอาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงให้สารนิพนธ์มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณสุธีร์ วรเวชชนกุล คุณเล็ก วรเวชชนกุล และคุณชิวเอ็ง ทัศนงาม ผู้ซึ่งให้ความรัก อบรมสั่งสอน และให้กำลังใจมาโดยตลอด ตลอดจนคุณชุมพล พลรบนา และเพื่อน ๆ MBA การตลาด ที่ให้คำแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยนี้ทุกท่าน ซึ่งมีส่วนให้การวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อจะได้ช่วยกันรักษาทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในด้านที่ดีตลอดไป

อารีย์ วรเวชชนกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
การกำหนดขนาดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	6
สมมุติฐานในการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	8
แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	18
ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย.....	23
มูลเหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว.....	26
กิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	28
การพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	30
โครงการไทยเที่ยวไทยไปได้ทุกเดือน.....	31
การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	35
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	37
จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว.....	37
ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว.....	38
ประวัติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดนครปฐม.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	47
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	47
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	171
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	171
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	174
แสดงสรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	181
อภิปรายผล.....	188
ข้อเสนอแนะ.....	191
บรรณานุกรม.....	194
ภาคผนวก	
ภาคผนวก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	199
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ.....	208
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	209
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย.....	210
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย.....	212
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	213

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงคำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	10
2 แสดงข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	56
3 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม	59
4 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยสนับสนุนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน จังหวัดนครปฐม	62
5 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการที่ก่อให้เกิดพฤติ กรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	64
6 แสดงระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจากสื่อที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม การท่องเที่ยวใน จังหวัดนครปฐม.....	65
7 แสดงระดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม	67
8 แสดงความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	68
9 แสดงบุคคลผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	69
10 แสดงช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม	69
11 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	70
12 แสดงพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	70
13 แสดงกิจกรรมที่ทำบ่อยที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม	71
14 แสดงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่เดินทางมาบ่อยที่สุด	72
15 แสดงความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน)ครั้ง	72
16 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง	74
17 แสดงความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม	77
18 แสดงแนวโน้มในอนาคตของการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในจังหวัดนครปฐม	77
19 แสดงปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบเห็นในจังหวัดนครปฐม.....	77
20 แสดงข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	78

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
21 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัด นครปฐม จำแนกตามเพศ.....	79
22 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวใน จังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง จำแนกตามเพศ.....	80
23 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน จังหวัดนครปฐม / ครั้งจำแนกตามเพศ.....	81
24 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตาม อายุ.....	82
25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐมที่มี อายุแตกต่างกัน กับความอยากรู้อยากเห็น.....	83
26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐม ที่มี อายุแตกต่างกัน กับการพักผ่อนหย่อนใจ.....	84
27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐม ใน ช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว (จำนวน)ครั้ง กับด้านอาชีพและธุรกิจ.....	85
28 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยว (จำนวน) ครั้ง ต่อ จำแนกตามอายุ.....	87
29 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง จำแนกตามอายุ.....	88
30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีอายุ แตกต่างกัน กับด้านอาชีพและธุรกิจ.....	88
31 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	90
32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความอยากรู้อยากเห็น.....	91
33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพักผ่อนหย่อนใจ.....	92
34 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกันกับด้านศาสนาและประวัติศาสตร์.....	93

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับด้านอาชีพและธุรกิจ	95
36 การทดสอบพฤติกรรมการดำเนินในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน)ครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา	97
37 การทดสอบพฤติกรรมการดำเนินค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา	98
38 การทดสอบพฤติกรรมการดำเนินวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามอาชีพ	99
39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความอยากรู้อยากเห็น	100
40 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับการพักผ่อนหย่อนใจ	101
41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับด้านศาสนา และประวัติศาสตร์	103
42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับด้านอาชีพและธุรกิจ	105
43 แสดงการทดสอบพฤติกรรมการดำเนินในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง จำแนกตามอาชีพ	108
44 แสดงการทดสอบพฤติกรรมการดำเนินค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ต่อ / ครั้ง จำแนกตามอาชีพ	109
45 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับด้านค่าใช้จ่าย	109
46 แสดงการทดสอบพฤติกรรมการดำเนินวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายได้	112
47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีรายได้แตกต่างกันกับด้านอยากรู้อยากเห็น	113
48 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีรายได้แตกต่างกันกับการพักผ่อนหย่อนใจ	114

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
49 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีราย ได้แตกต่างกันกับด้านศาสนาและประวัติศาสตร์.....	116
50 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันด้านวัตถุ ประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ.....	117
51 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว (จำนวน) ครั้ง.....	119
52 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามค่าใช้จ่าย.....	120
53 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีราย ได้แตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง.....	121
54 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ ประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	123
55 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้าน ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม.....	124
56 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง.....	138
57 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับใน ช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง.....	139
58 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง.....	142
59 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์ กับวัตถุประสงค์ ประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	143
60 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ ประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....	144
61 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง.....	149
62 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง.....	149

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
63	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง.....	151
64	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม	152
65	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม	152
66	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน)ครั้ง.....	158
67	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน)ครั้ง.....	159
68	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง.....	160
69	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม.....	161
70	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม.....	170
71	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน)ครั้ง.....	170
72	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง.....	170
73	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	181

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมการซื้อขายและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค	13
3 แสดงโมเดลอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค	16
4 แสดงพฤติกรรม การตัดสินใจที่เกิดขึ้นของผู้บริโภค	17
5 แสดงรายละเอียดของปัจจัยภายใน	18
6 แผนที่จังหวัดนครปฐม	43

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวของประเทศไทย นับเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีบทบาทอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ สามารถทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก โดยสามารถทำรายได้กว่า 190,000 ล้านบาทต่อปี สืบเนื่องมาจากที่ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายประมาณกว่า 2,000 แห่ง (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศ 2540:6-34) และเมื่อพิจารณาจากแผนการท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมา พบว่าในแต่ละแผนการท่องเที่ยวจะมุ่งเน้นที่จะพยายามเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มีอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี โดยใช้การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เป็นจุดขายที่สำคัญ มิได้คำนึงถึงความพร้อมและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและสังคมทั้งทางลบและทางบวก

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินงานตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 - พ.ศ.2544) โดยได้กำหนดนโยบายด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งคือการส่งเสริมให้คนภายในประเทศหันมาให้ความสนใจการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) ให้มากขึ้น เพราะนอกจากจะมีผลดีทางเศรษฐกิจโดยจะทำให้เงินตราหมุนเวียนอยู่ในประเทศไทยแล้วยังเป็นการให้สวัสดิการทางสังคมของรัฐต่อประชาชน ช่วยพัฒนาโลกทัศน์ ทำให้คนไทยเกิดจิตสำนึก เกิดความภาคภูมิใจในประเทศ และในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลภาพการชำระเงิน ทั้งยังมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ และมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธ์ไมตรี และความเข้าใจซึ่งกันและกัน ผลก็คือความสามัคคีสามานฉันท์ของคนในชาติ และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545 - พ.ศ.2549) ให้เป็นช่วงการพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับครอบครัวไทย เน้นการท่องเที่ยวของครอบครัวและพาผู้สูงอายุไปเที่ยวพร้อมลูกหลาน เพื่อกระชับความสัมพันธ์ภายในครอบครัว (แผนปฏิบัติการภายใต้วาระแห่งชาติ) และตามที่ พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีมอบอำนาจรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี นายสมศักดิ์ เทพสุทิน ให้กำกับดูแลงานด้านการท่องเที่ยว และเป็นประธานกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีได้วางนโยบายส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

นอกจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจแล้ว ยังถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีไทยซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่าอย่างมาก การท่องเที่ยวเป็นวิธีการที่สามารถกระตุ้นให้เยาวชนและประชาชนหันมาสนใจองค์ความรู้ท้องถิ่น ประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรม ได้เป็นอย่างดีและยังเป็นช่องทางการเรียนรู้ทางวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่องให้กับประชาชน ทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจและความรักในมรดกของชาติ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงสามารถใช้เป็นวิธีการหนึ่งเพื่อยกระดับและสร้างจิตสำนึกในความเป็นไทยและช่วยกันรักษาประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามเอาไว้ ประกอบกับในปัจจุบันจากสภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว การทำงานที่ต้องมีการแข่งขันกันตลอดเวลา ก่อให้เกิดความเครียด รวมทั้ง

สภาพแวดล้อมต่าง ๆ มลภาวะเป็นพิษที่ได้เผชิญอยู่ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้ได้บั่นทอนกำลังกายกำลังใจในการทำงานของผู้บริโภคแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและจำเป็นของการพักผ่อนมากขึ้น รวมทั้งจากการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะทั้งหน่วยงานในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดได้เข้ามาเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งทางโทรทัศน์และวิทยุ ผ่านโครงการ Amazing Thailand ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างต่อเนื่องและเป็นที่ยอมรับกว้างขวางยิ่งขึ้น ทำให้ประชาชนชาวไทยส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดเป้าหมายสำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวตลาดในประเทศ (Domestic Travels) ในแผนการท่องเที่ยว ปี 2545 จำนวน 58.2 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้น 2.6% รายได้ 291,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.05 % (กวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544) และใช้งบประมาณทั้งสิ้น 523 ล้านบาท แบ่งเป็นงบโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตคู่มือท่องเที่ยว พัฒนาแพ็คเกจทัวร์ สนับสนุนด้านการตลาดและพัฒนากิจการด้านการท่องเที่ยวทั้ง 76 จังหวัด จำนวน 333 ล้านบาท ส่วนอีก 190 ล้านบาท จะให้แก่ท้องถิ่นในการจัดโปรแกรมนำเที่ยวพิเศษ และประชาสัมพันธ์โครงการของท้องถิ่นเอง โดยจะเริ่มเปิดตัวโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนตั้งแต่วันที่ 19 ธันวาคม 2544 - ธันวาคม 2545 รวมระยะเวลา 13 เดือน อีกทั้งยังมีการเสนอให้รัฐบาลสนับสนุนโครงการด้วยการลดหย่อนภาษีเงินได้ประจำปีไม่เกิน 5,000 บาทต่อครอบครัวเพื่อกระตุ้นให้เที่ยวในประเทศด้วย และสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเอง จะมีข้อเสนอพิเศษคือมีการจัดทำบัตรเที่ยวทั่วไทยขึ้นมา เพื่อใช้เป็นส่วนลดโรงแรม ร้านอาหารสินค้า ร้านอาหารต่างๆ ที่เข้าร่วมโครงการทั้งยังมีการให้รางวัลประจำเดือนด้วย เพื่อจูงใจให้เดินทางท่องเที่ยวเมื่อนำใบเสร็จค่าใช้จ่าย 500บาท มาชิงโชคได้อีกด้วย (ฐานเศรษฐกิจ. 2544)

ความสำคัญของการท่องเที่ยว เริ่มปรากฏชัดเจนในช่วงที่ประเทศประสบปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในจำนวนไม่กี่ธุรกิจที่สามารถใช้วิกฤตมาเป็นโอกาส โดยใช้ความได้เปรียบในเรื่องค่าเงินมาเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญ ส่วนความโดดเด่นในตัวสินค้าและบริการทางด้านการท่องเที่ยวของไทยก็ยังคงเป็นปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวของไทยยังคงเติบโตและเป็นที่ยอมรับในทุกวันนี้ และในการที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จได้นั้น องค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว คือ ตัวนักท่องเที่ยว ดังนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ อย่างยิ่ง โดยผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษา "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดนครปฐม" เนื่องจากจังหวัดนครปฐม เป็นดินแดนแห่งความอุดมสมบูรณ์งดงามล้ำค่าทางวัฒนธรรม อาทิเช่น องค์พระปฐมเจดีย์ พุทธมณฑล พิชัยภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย สวนสามพราน ดังจะเห็นได้จากคำขวัญ "ส้มโอหวาน ข้าวสารขาว ลูกสาวงาม ข้าวหลามหวานมัน สนามจันทร์งามล้น พุทธมณฑลคู่ธานี พระปฐมเจดีย์เสียดฟ้า" เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหวังไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ความสำคัญของการวิจัย

งานศึกษาริวิจัยโครงการนี้เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการนำเสนอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายพัฒนา ปรับปรุงในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครปฐม และเป็นแนวทางสำหรับจังหวัดอื่นในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นในอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สนองนโยบายของรัฐบาลได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งเพื่อรักษาทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยจะเลือกศึกษาข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเพียง 8 แห่ง จากทั้งหมด 18 แห่งในจังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด 2538:185-186) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling)

1. ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยว 8 แห่งในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ พระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย พุทธมณฑล ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำลำพญา วัดไร่ขิง

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) แห่งละ 50 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน

- พระปฐมเจดีย์	จำนวน 50 คน
- พระราชวังสนามจันทร์	จำนวน 50 คน
- ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน	จำนวน 50 คน
- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย	จำนวน 50 คน
- พุทธมณฑล	จำนวน 50 คน
- วัดไร่ขิง	จำนวน 50 คน
- ตลาดน้ำดอนหวาย	จำนวน 50 คน
- ตลาดน้ำลำพญา	จำนวน 50 คน
	รวม 400 คน

3. การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับรู้ไว้แล้วข้างต้น

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 ต่ำกว่า 15 ปี

1.1.2.2 15-24 ปี

1.1.2.3 25-34 ปี

1.1.2.4 35-44 ปี

1.1.2.5 45-54 ปี

1.1.2.6 55-64 ปี

1.1.2.7 65 ปีขึ้นไป

1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.1.3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา

1.1.3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

1.1.3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

1.1.3.4 อนุปริญญา/ปวส.

1.1.3.5 ปริญญาตรี

1.1.3.6 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 อาชีพ

1.1.4.1 นิสิต/นักศึกษา

1.1.4.2 พนักงานบริษัท

1.1.4.3 รับราชการ

1.1.4.4 พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.4.5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

1.1.4.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.1.5 รายได้ต่อเดือน

1.1.5.1 ต่ำกว่า 6,500 บาท

1.1.5.2 6,500-11,800 บาท

1.1.5.3 11,801-17,100 บาท

1.1.5.4 17,101-22,400 บาท

1.1.5.5 22,401-27,700 บาท

1.1.5.6 27,701-33,000 บาท

1.1.5.7 สูงกว่า 33,000 บาท

1.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

- 1.2.1 ปัจจัยจุดใจหลักด้านแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2.2 ปัจจัยสนับสนุน
- 1.2.3 ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน
- 1.2.4 ปัจจัยการรับรู้ข่าวสาร

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

- 2.1 วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.2 รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.3 บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
- 2.4 ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.5 พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.6 จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.7 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน

② พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังที่ใดที่หนึ่ง ซึ่งต้องดูวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

3. การเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครปฐม เพื่อไปพักผ่อนในโอกาสต่างๆ

4. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษาและไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น

5. สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการพักผ่อนภายในจังหวัดนครปฐม

6. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง จุดมุ่งหมายหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว แบ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน เพื่อศึกษาหาความรู้ ธุรกิจ/ประชุมสัมมนา

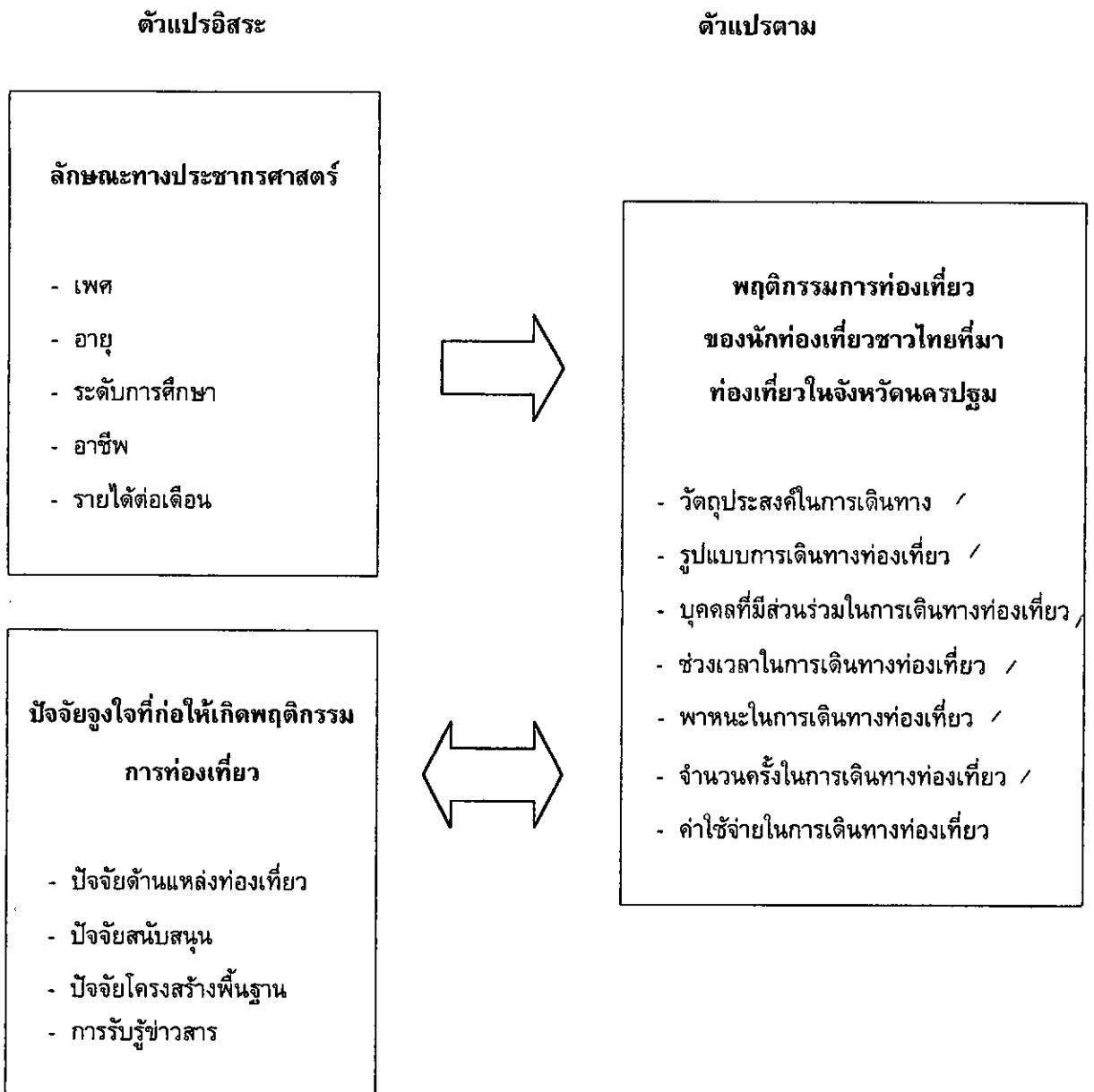
7. ปัจจัยจุดใจด้านแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และกิจกรรมมนุษย์

8. ปัจจัยสนับสนุน หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านบริการ ที่พัก ความบันเทิงเจริญรมย์และของที่ระลึกต่างๆ

9. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน หมายถึง สาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่างๆ
10. ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร หมายถึง การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากแหล่งข่าวสารต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้งที่ได้รับจากบุคคลอื่นด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม" มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอ

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย
4. มุมเหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว
5. กิจกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย
6. การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและบทบาทของแนวความคิดของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาต่อการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวภายในประเทศ
7. โครงการไทยเที่ยวไทยไปได้ทุกเดือน
8. การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
9. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
10. จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว
11. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
12. ประวัติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดนครปฐม
13. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงความหมายของคำว่า พฤติกรรม (Behavior) และพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ไว้หลายความหมาย แต่ผู้ที่ศึกษานำเสนอเป็นเพียงบางส่วนเท่านั้น ดังนี้

โสภา ชูพิกุลชัย (2521 : 2) พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่สิ่งมีชีวิตกระทำและบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้หรือใช้เครื่องมือวัดได้ นอกจากนี้พฤติกรรมมิได้มีความหมายเฉพาะแต่การแสดงออกทางด้านร่างกายภายนอกเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการกระทำหรือกิจกรรมภายในอันได้แก่ความรู้สึกด้วย

ชัยพร วิชชาวุธ (2523 : 1) ให้ความหมายของ "พฤติกรรม" ว่าหมายถึงการกระทำของมนุษย์ ไม่ว่าจะการกระทำนั้นผู้กระทำจะทำได้หรือไม่ได้ และไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม การพูด การเดิน การกระพริบตา การไต่ยีน การเข้าใจ การรู้สึกโกรธ การคิด ต่างเป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น

ชูดา จิตพิทักษ์ (2525 : 2) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาข้างนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคลซึ่ง คนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น คุณค่า ที่เขายังถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่าง ๆ ทัศนคติ หรือเจตคติที่เขาถือสิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็น ความเชื่อ ทัศนคติ และสภาพจิตใจ ปัจจัยต่าง ๆ นี้เป็นเหตุกำหนดพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคล

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2527 : 1-2) พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง กิจกรรมทุกประการที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าจะสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิดความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

ดังนั้น สรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของบุคคลทั้งที่แสดงออกมาภายนอกและสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจ โดยอาจจะแสดงออกมาทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ ซึ่งบุคคลอื่นอาจจะสังเกตเห็นได้ หรือสามารถใช้เครื่องมือในการตรวจสอบพฤติกรรมนั้นได้หรือไม่ก็ได้

การวัดพฤติกรรม

สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ (2526 : 131-136) ได้กล่าวถึง วิธีการศึกษาพฤติกรรมไว้ว่ามี 2 วิธี คือ

1. การศึกษาพฤติกรรมโดยทางตรง ทำได้โดย

1.1 การสังเกตแบบให้ผู้ถูกสังเกตรู้ตัว (Direct Observation) เช่น ครูสังเกตพฤติกรรมของนักเรียน โดยบอกให้นักเรียนในชั้นได้ทราบว่า ครูจะสังเกตดูว่าใครทำกิจกรรมอะไรบ้างในห้องเรียน การสังเกตแบบนี้บางคนอาจไม่แสดงพฤติกรรมที่แท้จริงออกมาก็ได้

1.2 การสังเกตแบบธรรมชาติ (Naturalistic Observation) คือการที่บุคคลผู้ต้องการสังเกตพฤติกรรม ไม่ได้กระทำการเป็นที่รบกวนพฤติกรรมของบุคคลผู้ถูกสังเกตและเป็นไปในลักษณะที่ทำให้ผู้ถูกสังเกตไม่ทราบว่าถูกสังเกตพฤติกรรม การสังเกตแบบนี้จะได้พฤติกรรมที่แท้จริงมาก และจะทำให้สามารถนำผลที่ได้ไปอธิบายพฤติกรรมในสถานที่ใกล้เคียงหรือเหมือนกัน ข้อจำกัดของวิธีนี้ก็คือ ต้องใช้เวลามากจึงจะสังเกตพฤติกรรมที่ต้องการได้ และการสังเกตต้องทำเป็นเวลาดำเนินไปเป็นจำนวนหลายครั้ง พฤติกรรมบางอย่างอาจต้องใช้เวลาส่งเกตถึง 50 ปี หรือ 100 ปี ก็ได้

การสังเกตพฤติกรรมโดยทางตรง ไม่ว่าจะเป็นการสังเกตรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ผู้สังเกตจะต้องมีความละเอียด ต้องสังเกตให้เป็นระบบ และมีการบันทึกเมื่อสังเกตพฤติกรรมได้แล้ว นอกจากนี้ผู้สังเกตต้องไม่มีอคติต่อผู้ถูกสังเกต ซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่เที่ยงตรงและเชื่อถือได้

2. การศึกษาพฤติกรรมโดยทางอ้อม แบ่งออกได้หลายวิธี คือ

2.1 การสัมภาษณ์ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- การสัมภาษณ์โดยทางตรง ทำได้โดยผู้สัมภาษณ์ซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นเรื่อง ๆ ตามที่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายไว้

- การสัมภาษณ์โดยทางอ้อมหรือไม่เป็นทางการ ผู้ถูกสัมภาษณ์จะไม่ทราบว่าผู้สัมภาษณ์ต้องการอะไร ผู้สัมภาษณ์จะพูดคุยไปเรื่อย ๆ โดยสอดแทรกเรื่องที่จะสัมภาษณ์เมื่อมีโอกาส ซึ่งผู้ตอบจะไม่รู้ตัวว่าเป็นสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์จะจงที่จะทราบถึงพฤติกรรม การสัมภาษณ์ทำให้ได้ข้อมูลมากมาย แต่มีข้อจำกัดคือ บางเรื่องผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ต้องการเปิดเผย

2.2 การใช้แบบสอบถามเหมาะสำหรับการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลจำนวนมาก และเป็นผู้ที่อ่านออกเขียนได้หรือสอบถามกับบุคคลที่อยู่ห่างไกลอยู่กระจัดกระจาย นอกจากนี้ยังสามารถถามพฤติกรรมในอดีตหรือต้องการทราบแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตได้ ข้อดีอีกประการหนึ่งคือ ผู้ถูกศึกษาสามารถที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ปกปิดหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ยอมแสดงให้บุคคลอื่นทราบได้โดยวิธีอื่น ๆ ซึ่งผู้ถูกศึกษาแน่ใจว่าเป็นความลับ และการใช้แบบสอบถามจะใช้ศึกษาเวลาใดก็ได้

3. การทดลอง โดยผู้ถูกศึกษาจะอยู่ในสภาพการควบคุมตามที่ผู้ศึกษาต้องการโดยสภาพแท้จริงแล้ว การควบคุมจะทำได้ในห้องทดลอง แต่ในชุมชนการศึกษาพฤติกรรมโดยควบคุมตัวแปรต่าง ๆ คงเป็นไปได้น้อยมาก การทดลองในห้องปฏิบัติการจะให้ข้อมูลมีขีดจำกัด ซึ่งบางครั้งอาจนำไปใช้ในสภาพความเป็นจริงได้ไม่เสมอไป แต่วิธีนี้มีประโยชน์มากในการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลทางด้านกายภาพ

4. การทำบันทึกวิธีนี้ทำให้ทราบพฤติกรรมของบุคคลโดยให้บุคคลแต่ละคนทำบันทึกพฤติกรรมของตนเองซึ่งอาจจะเป็นบันทึกประจำวัน หรือศึกษาพฤติกรรมแต่ละประเภท เช่น พฤติกรรมการกิน พฤติกรรมการทำงาน พฤติกรรมทางสุขภาพ พฤติกรรมทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด(Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . 2541 : 125 – 130)

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H ซึ่งประกอบด้วย WHO? , WHAT? , WHY? , WHO? , WHEN? , WHERE?, และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7 Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS , OBJECT , OBJECTIVES , ORGANIZATIONS , OCCASIONS, OUTLETS and OPERATIONS

คำถาม (6 WS และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ(7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและสามารถสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) (2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ (3) กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategies) (4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขา ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่ง	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion strategies)

	ต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อ คือ (1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying ?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (How does the consumer buy ?)	โอกาสในการซื้อ(Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy ?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่นห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation)ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	

ตาราง1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7 Os) (ตีรวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 126)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's decision)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนองสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจทำให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ (stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดความซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอก ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

(1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

(2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

(3) สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

(4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การให้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

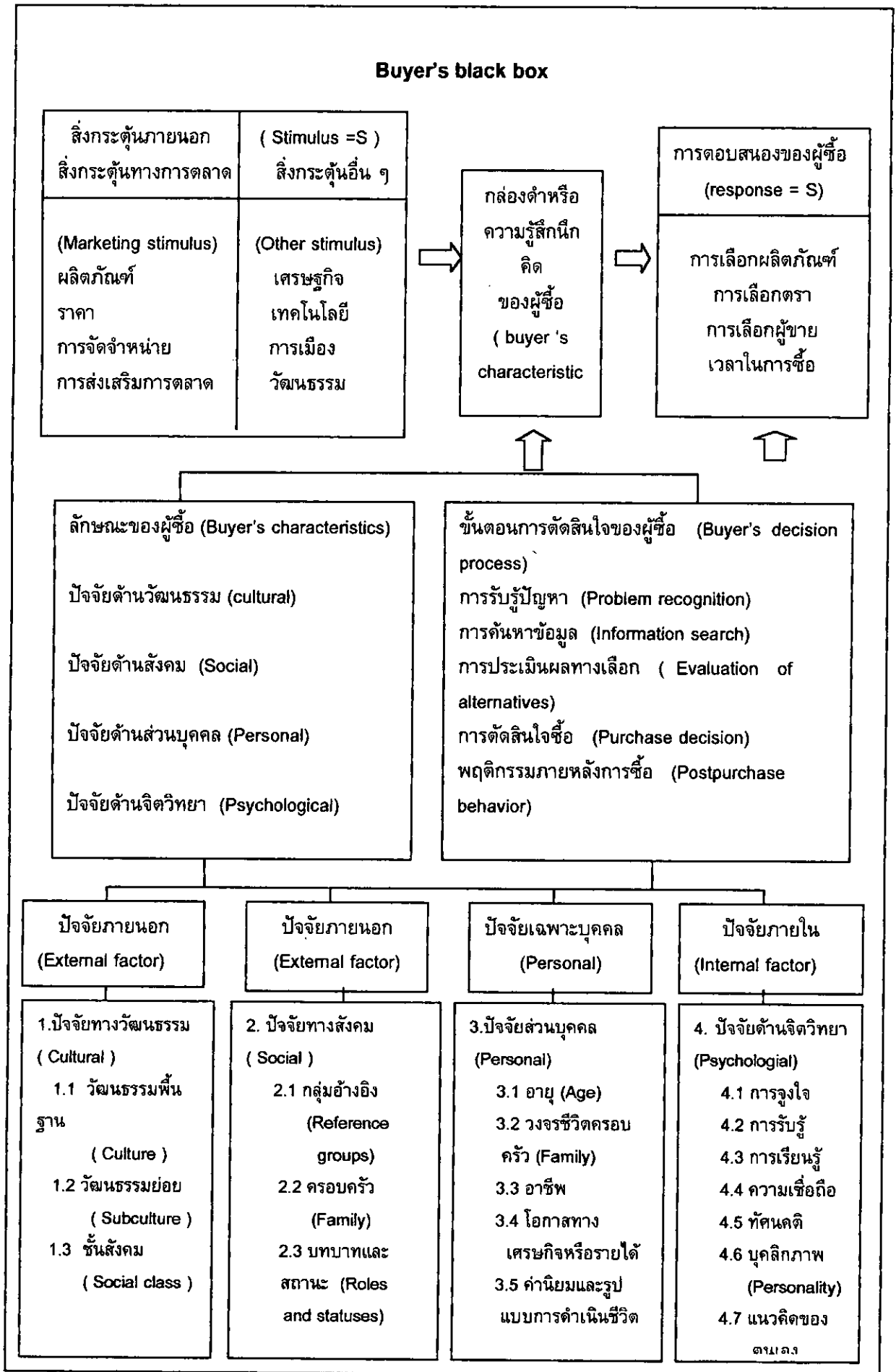
1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

(1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

(2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก - ถอนเงิน อัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

(3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่นกฎหมายเพิ่มหรือลดภาษี สินค้าใดหรือสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

(4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น วัฒนธรรมนิยมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น



ภาพประกอบ 2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) [Model of buyer (Consumer) behavior] ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Factors influencing consumer's buying behavior)(Kotler.1997:2)

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิด ของผู้ซื้อ (Buyer' s black box) ความรู้สึกนึกคิด ของผู้ซื้อที่เสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิด ของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristic) ลักษณะของผู้ซื้อมีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer' s Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer 's purchase decisions) ผู้บริโภคมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้า มีทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่สำเร็จรูป ขนมปัง

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อ โพรโมสต์ มะลิ ฯลฯ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจาก ห้างสรรพสินค้าใด หรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกเวลา เช้า กลางวัน หรือเย็นในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกว่าจะซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือ หนึ่งโหล

โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

โมเดลอย่างง่ายในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคก็คือโมเดลความเข้าใจ (Cognitive model) หรือโมเดลการแก้ปัญหา (Problem solving) ผู้บริโภค (Consumer) และความต้องการด้านจิตวิทยาหรืออารมณ์ (Emotion man model) โมเดลนี้จะรวมหลายความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และพฤติกรรมกรรมการบริโภค ซึ่งมีส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ (1) ปัจจัยนำเข้า (2) กระบวนการ (Process) (3) ผลลัพธ์ (Output) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.2539 , 452-454) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ส่วนของปัจจัยนำเข้า (Input) ปัจจัยนำเข้าของโมเดลการตัดสินใจซื้อเกิดจากปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และมีอิทธิพลต่อค่านิยม (Values) ทักษะคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Behavior) ของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ส่วนสำคัญของปัจจัยนำเข้าคือ (1) กิจกรรมส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix activities) ซึ่งพยายามที่จะติดต่อถึงผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และบริการกับผู้บริโภคที่มีศักยภาพ (2) สิ่งแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม (Sociocultural) ทั้ง 2 ประการ นี้เป็นปัจจัยภายนอกซึ่งมีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคดังนี้

1.1 ปัจจัยนำเข้าด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix input) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่พยายามเข้าถึง แจ้งข่าวสารและจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเราเรียกว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix strategy) ประกอบด้วยกลยุทธ์ต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy)
2. กลยุทธ์ด้านราคา (Pricing strategy)
3. กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Place strategy)
4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy)
 - (4.1) กลยุทธ์ด้านการโฆษณา (Advertising strategy)
 - (4.2) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling strategy)
 - (4.3) กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Sales promotion strategy)
 - (4.4) กลยุทธ์การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation strategy)

(4.5) กลยุทธ์การตลาดทางตรง (Direct marketing strategy) ผลกระทบจากการใช้เครื่องมือการตลาดของนักการตลาดควบคุมโดยการรับรู้ของผู้บริโภค

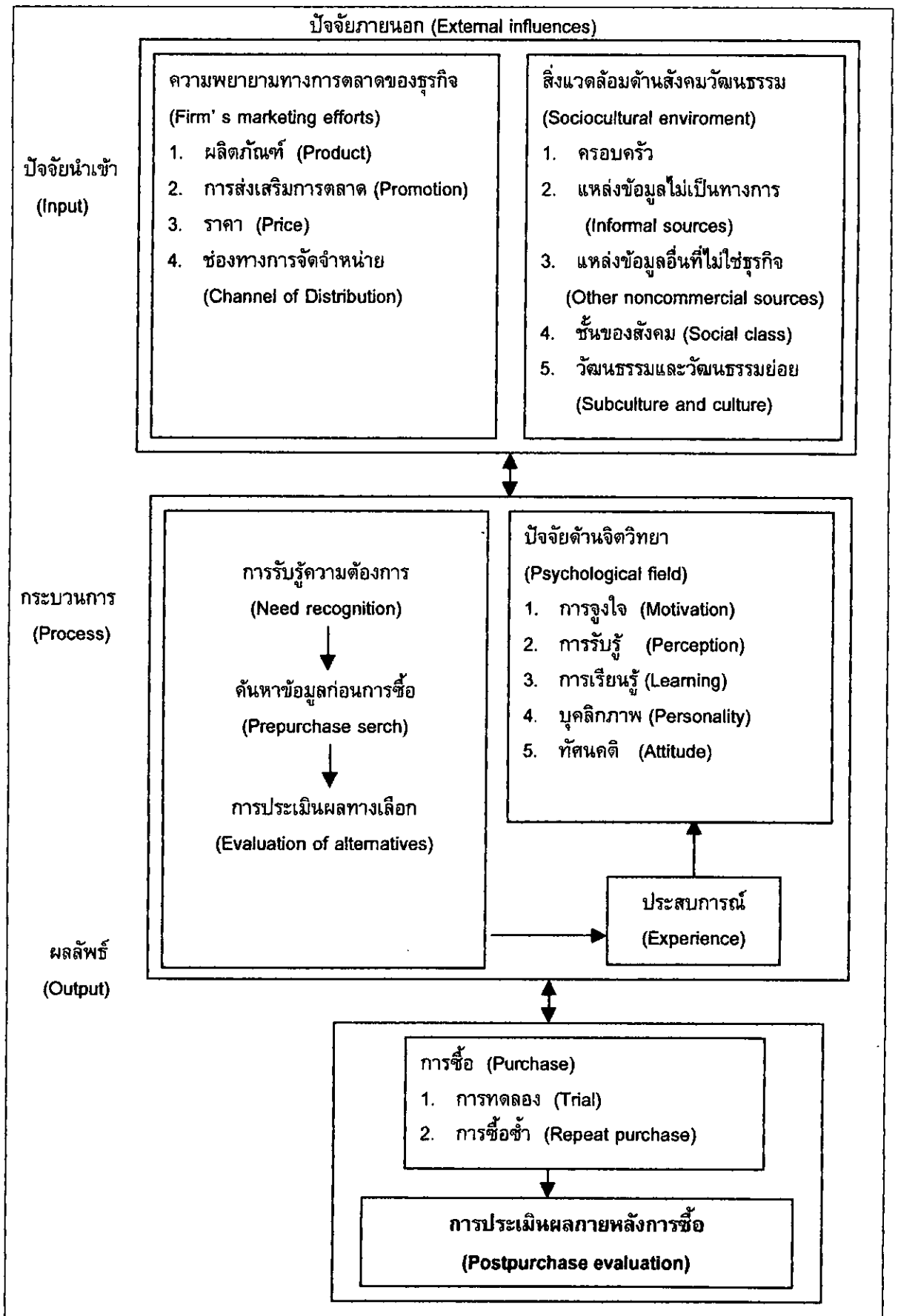
1.2 ปัจจัยนำเข้าด้านสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Input) ปัจจัยนี้ถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นเดียวกัน มีดังนี้

1. ครอบครัว (Family)
2. ชั้นสังคม (Social class)
3. วัฒนธรรม (Culture)
4. วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture)
5. แหล่งข้อมูลไม่เป็นทางการ (Informal sources)
6. แหล่งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจ (Other noncommercial sources)

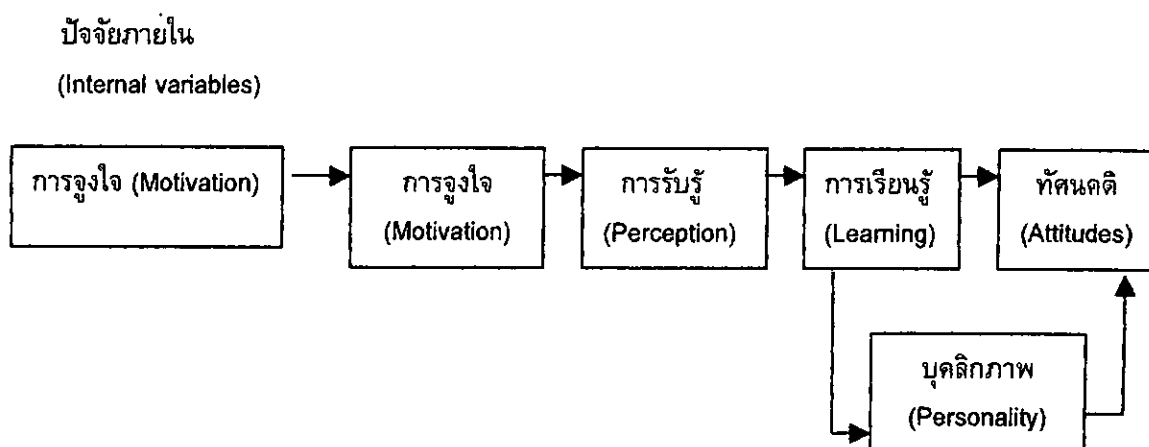
ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรมไม่จำเป็นจะต้องเป็นการสนับสนุนการซื้อหรือการบริโภค ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งเสมอไป แต่อาจจะทำให้ผู้บริโภคต่อต้านการใช้ผลิตภัณฑ์ก็ได้ ตัวอย่าง ในสังคมกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่านิยมในวัฒนธรรมเกี่ยวกับวิกฤตการณ์ปัญหาหมอกพิษทางอากาศจะมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้น้ำมันไร้สารตะกั่วและต่อต้านการใช้น้ำมันเบนซินที่มีสารตะกั่ว

ผลกระทบจากการที่ธุรกิจใช้ความพยายามทางการตลาดจะมีอิทธิพลต่อครอบครัว เพื่อนบ้าน สังคม ค่านิยมในวัฒนธรรมทั้งหมดเป็นปัจจัยนำเข้า ที่มีผลต่อสิ่งที่ผู้บริโภคซื้อ วิธีการที่เขาใช้และสิ่งซึ่งเขาซื้อ อิทธิพลเหล่านี้เป็นปัจจัยนำเข้าร่วมกัน

2. กระบวนการ (Process) หรือกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer decision making process) ส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับวิธีการหรือขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซึ่งจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) ซึ่งหมายถึงปัจจัยภายในประกอบด้วย การจูงใจ (Motivation) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) บุคลิกภาพ (Personality) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ (สิ่งซึ่งเขาจำเป็นหรือต้องการ) การรู้จักเลือกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ กิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูล การประเมินผลทางเลือก ปัจจัยด้านจิตวิทยาหรือปัจจัยภายในได้วิเคราะห์แล้วตอนต้นปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็นแนวความคิดที่สำคัญ 2 ประการ ซึ่งเป็นหน้าที่ของการรับรู้ คือ (1) ความเสี่ยงในการรับรู้ (Perceived risk)



ภาพประกอบ 3 แสดงโมเดลอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค (A simple model of consumer decision making) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539 : 454)



ภาพประกอบ 5 แสดงรายละเอียดของปัจจัยภายใน (Internal variables) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์.2543 : 66)

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค แยกได้ 2 ประเภท คือปัจจัยภายใน ได้แก่ วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง และครอบครัว ส่วนปัจจัยภายใน ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติและบุคลิกภาพ สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) McIntosh and Goeldner อ้างใน ชาดิชาย เทพแปง (2538:26) หมายถึงสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเองตามปกติ นักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ (Motivation) ที่สำคัญ 4 ประการ

1. **สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation)** ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย เล่นกีฬา การสันทนาการตามชายหาด การพักผ่อนหย่อนใจด้วยการบันเทิง สิ่งจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ

2. **สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation)** ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะรู้จักผู้อื่น เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์และศาสนา

3. **สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation)** ได้แก่ความปรารถนาที่จะได้พบคนใหม่ๆ

4. **สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation)** ได้แก่ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การประชุมการศึกษา

2. แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (มล.ตุ้ย ชุมสาย.2527:42-43) หมายถึง การเดินทาง ซึ่งการเดินทางที่นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อยครบถ้วน 3 ประการ คือ

1. ต้องเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นไปตามความสมัครใจของผู้เดินทาง
3. ต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือรายได้

สำหรับความหมายของนักท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนิยามของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เหมาะสมกับประเทศไทย และให้สอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลกได้แก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2533 : 19-20)

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในประเทศไทยครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่เกิน 90 วัน และชาวต่างประเทศเหล่านี้จะต้องเดินทางเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์อะไรก็ได้ที่ไม่ใช่มาทำงานทำ หรือหารายได้ในประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดดังนี้ คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2525 : 4-8)

1.1 เดินทางเข้ามาเพื่อท่องเที่ยว เยี่ยมญาติ เยี่ยมเพื่อน พักผ่อน การศาสนา การกีฬา การประชุม/สัมมนา การชด

1.2 เดินทางเข้ามาเพื่อประสงค์ติดต่อทางธุรกิจ หรือทำการค้าขาย

1.3 เดินทางเข้ามาและออกไปกับเรือเดินสมุทรลำเดียวกันที่แวะจอด ณ ท่าเรือและขึ้นมาค้างคืนบนบก

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือบุคคลที่เดินทางออกจากถิ่นที่ตนพำนักอยู่จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่มิใช่เพื่อไปทำงานทำหรือหารายได้ทั้งนี้ได้จำแนกนักท่องเที่ยวไว้ 2 ประเภทคือ

2.1 นักท่องเที่ยวประเภทค้างแรม

2.2 นักท่องเที่ยวประเภท เช้า - เย็นกลับ ซึ่งทั้ง 2 ประเภทนี้จะประกอบด้วย

- คนไทย (Thai National)

- คนต่างด้าวที่อยู่ภายในประเทศไทย (Thailand Residence)

- นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเยือนประเทศไทย และท่องเที่ยวอยู่ใน

ประเทศไทย

3. ที่พักแรมของนักท่องเที่ยว

3.1 โรงแรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก

- โรงแรมขนาดใหญ่ เป็นโรงแรมที่มีห้องพักจำนวน 100 ห้อง ขึ้นไป มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบถ้วน เช่น ห้องปรับอากาศ ห้องชุดพักผ่อน ห้องอาหาร ห้องประชุม สระว่ายน้ำ สถานบันเทิง สถานบริการต่าง ๆ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ตลอดจนบริการรับแลกเปลี่ยนเงินตรา บริการไปรษณีย์ บริการรถรับ - ส่ง ฯลฯ ซึ่งโรงแรมลักษณะเช่นนี้จะมีอัตราค่าเช่าห้องพัก 400 บาทขึ้นไป

- โรงแรมขนาดเล็ก เป็นโรงแรมที่มีห้องพักต่ำกว่า 100 ห้อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ และอัตราค่าเช่าต่ำกว่า 400 บาท

3.2 เกสต์เฮ้าส์ หมายถึง ที่พักที่เจ้าของสถานที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว ที่พักนี้อาจจะอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งดังนี้

- ลักษณะบ้านพักจะจัดส่วนหนึ่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

- ลักษณะคล้ายโรงแรมแต่วิธีการและระเบียบต่าง ๆ ไม่เข้มงวดมากเหมือน โรงแรม และการคิดค่าบริการมี 2 ลักษณะ ถ้าราคาหรือค่าบริการอยู่ในอัตราสูงคือ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นห้องน้ำอยู่ในห้องพัก แต่ถ้าค่าบริการถูกก็จะเป็นลักษณะห้องน้ำรวม

3.3 บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน หมายถึงที่พักที่อยู่ในบ้านของญาติพี่น้อง หรือเพื่อนของนักท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวพักโดยไม่ต้องจ่ายค่าเช่า

3.4 วัด หมายถึง สถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งจัดบริเวณส่วนหนึ่งให้เป็นที่พักสำหรับนักเดินทางและบริการโดยไม่คิดค่าเช่า นอกจากผู้เข้าพักจะทำบุญ ถวายวัดตามกำลังศรัทธา

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายหลายประการและบางครั้งถูกใช้ปะปนไปกับคำอื่น ๆ ในความหมายคล้าย ๆ กัน เช่น การเดินทางหรือไปทัศนจรเป็นต้น ดังนั้น จึงมีผู้พยายามให้ความหมายของคำว่านักท่องเที่ยวให้ชัดเจนเฉพาะลงไปโดยกำหนดเป็นหลักเกณฑ์พิจารณาต่าง ๆ ขึ้นในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าเป็นการเดินทางเพื่อความสราญใจ และในความหมายนี้ นักท่องเที่ยว (Tourist) ก็คือ ผู้ที่เดินทางจากจุดหนึ่ง เพื่อไปหาสราญใจหรือเพื่อความรู้อีกเกี่ยวกับวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น (ชัยรัช ไทยง.2529 : 1)

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้พิจารณาหาคำจำกัดความการท่องเที่ยวที่เหมาะสมยิ่งขึ้น โดยสรุปเป็นเงื่อนไขสากลขึ้น 3 ประการ กล่าวคือ การเดินทางในลักษณะที่จัดว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นอกจากนี้แล้วเนื้อหาของการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนามากขึ้นกระทั่งเป็นแนวความคิดทางวิชาการ (Smith . 1977 : 13) และได้มีการจัดจำพวกนักท่องเที่ยวตามลักษณะของการท่องเที่ยวโดยยึดเกณฑ์จากสารานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถานตอนที่ 285 ดังนี้ (อ้างถึงใน ชัยรัช ไทยง. 2517 : 3)

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตนเกินกว่า 24 ชั่วโมง โดยไปพักผ่อน ณ ที่ใดที่หนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งแล้วจึงกลับมายังถิ่นที่อยู่ของตน บางประเทศก็เรียกว่า นักท่องเที่ยว (Night Visitor)

2. นักทัศนจร (Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ หรือกลับมาถึงบ้านภายใน 24 ชั่วโมง โดยไม่พักแรม ณ ที่ใด บางประเทศ ก็เรียกว่า นักทัศนจร (Day Visitor)

3. ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึงอย่างเดียวกับนักทัศนจร (Excursionist) แต่เป็นคำซึ่งประเทศหนึ่งใช้เรียกนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ที่เข้ามาในประเทศของตน และบางทีก็เรียกว่าผู้มาเยือนชาวต่างชาติ (Foreign Visitor) นอกจากนี้ในประเทศที่ใช้คำว่าผู้มาเยือน แทนคำว่านักท่องเที่ยวที่มักจะใช้คำว่านักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) ให้หมายถึงนักท่องเที่ยว

ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศหนึ่ง แล้วท่องเที่ยวไปเฉพาะภายในประเทศของตนเอง

การกำหนดแนวความคิดเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวที่ดี ประเภทของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวที่ดี ย่อมสะท้อนให้เห็นได้ชัดว่า การท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วยิ่งในลักษณะที่เป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีผลกระทบต่อสังคมส่วนรวม

ดัชนีอีกอันหนึ่งซึ่งให้เห็นพัฒนาการนี้ได้แก่ การตั้งองค์การนานาชาติอย่าง เช่น สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Organization หรือ เรียกย่อ ๆ ว่า IUOTO) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคแปซิฟิก (Pacific Area Travel Association หรือเรียกย่อ ๆ ว่า PATA) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคพื้นเอเชียตะวันออก (East Asia Travel Association หรือเรียกย่อ ๆ ว่า EATA) หรือแม้แต่องค์กรท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization หรือเรียกย่อ ๆ ว่า WTO)

ด้านการท่องเที่ยวของ IUOTO เมื่อปี 1962 ได้สรุปว่าสำหรับเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นควรจะต้องการวางแผนทั้งในระดับชาติ ระดับภาค และระดับท้องถิ่น เพราะจะก่อให้เกิดประสิทธิผลในการวางแผนและการวางแผนการท่องเที่ยวจะต้องมีการสำรวจเบื้องต้น 2 ลักษณะ คือ(นายพิภพ พิทักษ์ศิลป์.2525 : 16 -17)

1. สำรวจพื้นที่ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ
2. การศึกษา และ คาดการณ์โครงสร้างของนักท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่ง 2 สิ่งนี้จะนำไปสู่ขบวนการวางแผน 5 ประการ คือ

- จะต้องจัดทำข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่มีอยู่ในปัจจุบันและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะต้องเพิ่มขึ้น
- จะต้องทำการประเมินตลาดการท่องเที่ยว และคาดการณ์โครงสร้างของนักท่องเที่ยวในอนาคต
- จะต้องตรวจสอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอุปสงค์มากกว่าอุปทาน
- จะต้องตรวจสอบความเป็นไปได้ในการลงทุน ทั้งการลงทุนภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้การพิจารณาส่งเสริมด้านการเงินเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
- จะต้องพยายามอนุรักษ์ และส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมทั้งในด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และสภาพที่ดีของสังคมด้วย

ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การที่จะทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ว่ามีมากน้อยกว่ากันเท่าใด เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้ในการวางแผนและการที่จะวัดความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น มีวิธีการทำได้หลายวิธีแต่ Gearing, Swart และ Var (1976 : 9) ได้เสนอวิธีการวัดความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ 4 ขั้นตอน จากประสบการณ์ของพวกเขาที่ใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศตุรกี คือ (สันติ ชูดิษฐา.2525 : 11-13)

1. Gearing และคณะได้คัดเลือกตัวแปรหรือเกณฑ์ (Criteria) ที่จะใช้วัดความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ไว้ ตัวแปรจะเป็นอิสระต่อกัน พวกเขาได้จัดตัวแปรเหล่านี้รวมกันเป็น 5 กลุ่มด้วยกันคือ

- กลุ่มธรรมชาติ ได้แก่ ความงามธรรมชาติ และสภาพภูมิอากาศ
- กลุ่มทางสังคม ได้แก่ งานประเพณี ลักษณะเด่นของพื้นบ้าน งานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการและทัศนคติของชาวบ้านที่มีต่อนักท่องเที่ยว
- กลุ่มทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ชากของโบราณ ความสำคัญทางศาสนาและลักษณะเด่นทางประวัติศาสตร์
- ด้านการบันเทิงและบริการ ได้แก่ สถานที่เล่นกีฬา ด้านการศึกษาสถานที่บำรุงสุขภาพพักผ่อนและความสงบ สถานที่ให้ความบันเทิงในเวลาว่างและร้านขายของ
- สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน อาหารและที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพื่อนักท่องเที่ยว สถานที่บริการอาหารและที่พัก

2. การให้ค่าน้ำหนัก (Weighting) กับเกณฑ์หรือตัวแปรเหล่านั้นน้อยตามความสำคัญการให้น้ำหนักความสำคัญของตัวแปรเหล่านั้น Gearing และคณะมิได้สุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวโดยตรง เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและเงินทุนแต่พวกเขาใช้วิธีสอบถามจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว โดยมีสมมติฐานว่าผู้ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จะทราบข้อมูลและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวมากที่สุดที่จะเป็นตัวอย่างที่สมบูรณ์ของนักท่องเที่ยวได้ บุคคลที่พวกเขาสอบถามและถือเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยว ได้แก่

- ผู้จัดการบริษัทท่องเที่ยว
- ที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยว
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล
- ผู้จัดการสายการบิน
- ผู้จัดการโรงแรม
- นักวิชาการที่ทำการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

และจากการให้น้ำหนักตามความสำคัญของเกณฑ์ หรือตัวแปรทั้งของผู้เกี่ยวข้อง Gearing และคณะ จึงได้นำค่าเหล่านั้นมาเฉลี่ยเป็นค่าหรือน้ำหนักตามความสำคัญมากน้อยให้กับตัวแปร

3. ประเมินค่าสถานที่ท่องเที่ยว หลังจากได้นำน้ำหนักของตัวแปรแล้ว Gearing ก็ได้ประเมินค่า (Evaluate) ความสำคัญของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามเกณฑ์ที่เลือกไว้ทั้งหมด

4. กำหนดความสำคัญรวมขั้นสุดท้ายพวกเขาได้นำค่าคะแนนดิบที่ได้ประเมินจากสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มาคำนวณร่วมกับน้ำหนักความสำคัญของเกณฑ์แต่ละรายการ เพื่อที่จะหาคะแนนความสำคัญรวมของความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวแต่ละแห่งได้ และคะแนนรวมนี้จะบอกลถึงความสำคัญของสถานที่แต่ละแห่งว่ามีศักยภาพมากน้อยเท่าใด

สำหรับประเทศไทยนั้น ได้มีองค์กรซึ่งรับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งได้เสนอแนวทางเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยกล่าวไว้ว่า การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะมีขบวนการหรือขั้นตอนไม่แตกต่างจากทฤษฎีการวางแผนทั่ว ๆ ไปซึ่งสามารถจะแบ่งขบวนการวางแผนด้านการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ

1. การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและสำรวจภาคสนาม
2. การวิเคราะห์และศึกษาข้อมูลที่ได้
3. การกำหนดปัญหาข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. การกำหนดแผนงานและโครงการ

3. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย

จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นนั้น ย่อมแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เริ่มมามีความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทยนั้น อาจแยกได้เป็น 2 ด้านใหญ่ ๆ อันได้แก่ ความสำคัญทางเศรษฐกิจ และความสำคัญทางสังคม (ททท.2529 : 3-4)

ในแง่เศรษฐกิจนั้น การท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญอยู่หนาหนาประการ ได้แก่

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศมาเข้าในประเทศเป็นจำนวนมากคือ ในพุทธศักราช 2527 การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยถึง 27,311 ล้านบาท และในพุทธศักราช 2528 เป็นเงิน 31,768 ล้านบาท ซึ่งนับเป็นรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้รายได้สุทธิในรูปเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยลดการขาดดุลการค้าของประเทศไทยได้กว่าร้อยละ 30 ของยอดการขาดดุลทั้งหมดอีกด้วย

2. รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนและกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเมื่อเกิดการท่องเที่ยวเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิกาคนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งมีผลลงทุนในหลาย ๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอีกทางหนึ่ง

4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศโดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ

5. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุ การลงทุนในแง่เงินจึงไม่มากแต่ได้ผลตอบแทนสูง และในระยะเวลาสั้น

6. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตหมุนเวียนเป็นวงจรภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานของประชาชน เป็นการลดการว่างงานลง รายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลมีรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

ส่วนในด้านสังคมนั้น การท่องเที่ยวก็มีความสำคัญและผลกระทบในทางที่ดีอยู่หลายประการ อาทิ เช่น

1. การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการนำความเจริญและมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไปสู่ชนบท

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติให้มีการสืบทอดต่อไป

4. การท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท รวมทั้งปัญหาการหลั่งไหลย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานทำในเขตเมืองของชาวชนบท

5. การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์รู้จักทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปแบบของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือนเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนความสำคัญในแง่เศรษฐกิจและสังคมนานาประการดังกล่าว จึงทำให้รัฐบาลให้ความสนใจต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังเช่นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ.2525 – 2529) ถึงกับได้มีการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 3 ประการ คือ (ททท.2527 : 24)

1. เพื่อช่วยแก้ไขการขาดดุลการชำระเงิน โดยคำนึงถึงรายได้เงินตราต่างประเทศสุทธิเป็นสำคัญ

2. เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นฐานทางเศรษฐกิจ ในส่วนภูมิภาคที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุนในทางอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมที่ต่อเนื่องกันเป็นแหล่งสร้างงาน กระจายรายได้และความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาค

3. เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ อันเป็นประโยชน์ในการพัฒนาด้านสังคม

นอกจากนี้ในแผนยังได้กำหนดเป้าหมายที่สำคัญไว้คือ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 2,100,000 คน เป็น 2,900,000 คน ในพุทธศักราช 2525 เป็น 41,700 ล้านบาท ในพุทธศักราช 2529 และให้มีการสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมในธุรกิจท่องเที่ยวถึง 2,000,000 คน (ททท. 2527 : 25-26)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย

นอกเหนือจากภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งมักจะนึกกันไปถึงการชักชวนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศแล้ว หากจะมองกันไปถึงการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยด้วยกันก็จะเห็นว่ามีมีความสำคัญอยู่ไม่น้อย กล่าวคือ การท่องเที่ยวในแง่ของการท่องเที่ยวภายในประเทศ เมื่อมีการเดินทางของประชาชนจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังอีกท้องถิ่นหนึ่งก็ย่อมก่อให้เกิดอุปสรรคในด้านการอุปโภคบริโภคและบริการ และการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคและการใช้บริการเหล่านั้น ซึ่งย่อมเป็นเหตุให้มีการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติขึ้นมาผลิตเพื่อสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นอย่างเพียงพอ จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในประเทศจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตทางเศรษฐกิจสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (ททท. 2529 : 6)

จากรายงานการสำรวจเบื้องต้นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ.2524 พบว่า ในรอบปี 2523 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ต่าง ๆ ภายในประเทศเป็นจำนวนถึง 15,517,000 คน หรือถึงร้อยละ 78.25 ของยอดนักท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งนี้โดยรวมถึงการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว ธุรกิจ เยี่ยมญาติ ตลอดจนเพื่อศาสนาและวัฒนธรรม โดยทั้งนี้นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางเฉลี่ยปีละ 1.79 ครั้ง โดยมีระยะเวลาพักแรมเฉลี่ย 2.3 วันต่อครั้ง และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยตกถึงคนละ 266 บาทต่อวัน (ททท. 2524 : 4) หากคิดจากสถิติเหล่านี้โดยคร่าว ๆ ก็จะทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเหล่านี้มีส่วนต่อการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศถึงกว่าปีละหมื่นล้านบาท ซึ่งเป็นตัวเลขที่ชี้ให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย ซึ่งสมควรที่จะได้รับการส่งเสริมไม่น้อยไปกว่าการชักจูงให้ชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

นอกจากนั้นแล้วการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างกว้างขวางซึ่งหมายถึงการชักจูงและส่งเสริมให้ประชาชนคนไทยรักการท่องเที่ยวและนิยมการเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ยังเป็นการทำให้บริการต่าง ๆ อันเป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ อาทิเช่น การคมนาคม ตลาดร้านค้าและบริการนำเที่ยว มีความเจริญก้าวหน้าติดตามไปด้วย อันนับได้ว่านอกจากจะเป็นการพัฒนาท้องถิ่นทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมโดยตรงแล้ว ยังเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกประการหนึ่งด้วย

ดังนั้นการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศย่อมมีความสำคัญเกี่ยวโยงไปถึงการพัฒนาส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท. 2528 : 6-8) ก็ยังได้วางกรอบของการปฏิบัติงานด้านหนึ่งที่จะส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อย ๆ นี้ การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังย่อมมีความสำคัญ (ททท.2524 : 5) เป็นอย่างยิ่งและควรนำนโยบายเรื่องนี้มาพิจารณาหาแนวทางดำเนินงานส่งเสริมอย่างจริงจัง ซึ่งนอกจากจะเป็นการวางรากฐานรองรับการท่องเที่ยวจากชาวต่างชาติแล้ว ยังเป็นผลดีต่อการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศโดยส่วนรวมอีกด้วย

4. มูลเหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง (ดู ชุมสาย.2527:60-63)

นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาที่หยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นเพื่อพบเห็นและประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอีกที่ทึกรึกรโครมและดีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ๆ และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวและเมืองอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยวเพื่อจะได้เปลี่ยนสถานที่พักอาศัยไปเรื่อยๆ บางคนมีความภาคภูมิใจที่จะส่งรูปไปรษณีย์บัตรของเมืองที่ไปเที่ยวให้เพื่อนฝูงเป็นเชิงโอ้อวดว่าได้ไปถึงไหน ๆ ก็มี จะเห็นได้ว่าเหตุที่ทำให้เกิดความสุจริตของการท่องเที่ยวประเภทนี้มีหลายอย่าง และในหลายกรณีผสมกันมากกว่า 2-3 อย่างเสียด้วย ยิ่งถ้าเอาอุปนิสัยใจคอ รสนิยม ภูมิหลัง และฐานะการเงิน เข้าไปเป็นตัวแปรด้วยแล้ว การท่องเที่ยวเพื่อสุจริตยิ่งแปรผันไปอย่างกว้างขวางซับซ้อนที่สุด เป็นหน้าที่สำคัญของวิสาหกิจท่องเที่ยวที่จะจัดชวยบริการให้เป็นไปตามลักษณะปลีกย่อยของการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ดี

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

นักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ได้แก่ พวกที่ใช้วันหยุดพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อขจัดความเหนื่อยล้าทั้งหลายทั้งปวง ทั้งกายและจิตที่เกิดขึ้นในเวลาทำงานให้หมดสิ้นไปและเรียกหาพลังกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่ให้ความมั่นใจว่าสงบจริงๆ เช่น ชายหาดไกลๆ ผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความจอแจ นักท่องเที่ยวพวกนี้จะเอากว๊ากอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน เช่น อากาศหนาวเย็น อากาศแห้งแล้ง พวกป่วยไข้ด้วยโรคบางอย่างอาจเลือกไปพักผ่อนที่ศูนย์บำบัดโรคบางอย่างโดยเฉพาะ เช่น พวกที่เป็นโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ จะเลือกไปพักผ่อน ณ ที่มีความชื้นน้อย ๆ พวกโรคผิวหนังจะไปพักผ่อนใกล้ ๆ บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาที่จะเรียนรู้ศิลปวิทยาการเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ในสถาบันศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้นๆ เพื่อจะศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมศิลปนาฏกรรมในหอศิลป์ เพื่อชมมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ ๆ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหรหรรรมและงานฉลอง เพื่อชมการแสดงทางศิลปครั้งสำคัญๆ เช่น ดนตรี ละคร (เช่นในการเปิดโรงละครโอเปร่าอันสง่างามที่เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย เมื่อ ค.ศ.1973) ฯลฯ การเดินทางโดยมีเหตุจูงใจเรียกว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักธุรกิจเที่ยวมักจะฉวยโอกาสเพื่อขายทัวร์เป็นพิเศษ เหตุจูงใจอย่างเดียวกันนี้จูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศเช่นกัน

4. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาแหลมทอง การแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส ฯลฯ ซึ่งชมเป็นโลกหรือชิงแชมป์เป็นภาค ฯลฯ การแข่งขันกีฬาเหล่านี้นอกจากจะดึงดูดพวกนักกีฬาที่เกี่ยวข้องให้ไปชม บางทีผู้ติดตามและผู้สนใจยังตามกันไปชมมากกว่านักกีฬาที่ไปแข่งขันเสียอีก การแข่งขันกีฬาประจำปีในประเทศไทย ซึ่งย้ายสถานที่แข่งขันไปตามเมืองใหญ่ ๆ นับเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสำคัญ โดยผู้จัดกีฬาเขาอาจไม่รู้ตัว หรือไม่ตั้งใจ และไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในประเทศหรือ

ระหว่างประเทศ มักจะมีการแข่งขันกันเป็นเจ้าภาพ เพราะได้สังเกตเห็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้จากการที่คนจำนวนมากไปร่วมเล่นกีฬาและไปชมกีฬาอีกชนิดหนึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้นๆ เช่น ในฤดูหนาวซึ่งมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี พันฤดูร้อนก็เป็นเทศกาลเล่นเรือใบ ในหน้าร้อนก็เป็นฤดูปีนเขา และในฤดูกาลอื่นๆ ที่เหมาะสมนักท่องเที่ยวก็จะเข้าป่ายิงสัตว์ ตกปลา ซึมซา แม้แต่ขับรถเที่ยวเล่นโดยไม่มีจุดหมายปลายทาง จะเห็นได้ว่าประเทศที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสมสำหรับให้นักท่องเที่ยวไปเล่นกีฬาเหล่านี้ ได้เปรียบในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้ว่าอ่าวพิทยาพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งเล่นเรือใบ Lake Placid ในสหรัฐเป็นแหล่งการเล่นสเกตน้ำแข็งและหุบเขา Alpine ในประเทศต่างๆ เป็นแหล่งเล่นสกี เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ

ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรีและตั้งใจที่จะท่องเที่ยวถ้าถือเคร่งตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นเช่นนั้นแต่ข้อเท็จจริงนั้นนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็จะจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวทั่วๆ ด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวันหรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วันเมื่อสิ้นคาบปฏิบัติธุรกิจแล้ว แต่ในด้านของวิสาหกิจการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวธุรกิจได้นำเงินตราต่างประเทศมาทิ้งไว้ในประเทศเจ้าบ้านมากเท่าๆ กับนักท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ นอกจากนั้นถ้าเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการเจรจาซื้อขายสินค้า การชมนิทรรศการซื้อขายสินค้าหรือเทคโนโลยี ก็เรียกว่าเป็นการส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศเจ้าบ้านโดยตรง

6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา ฯลฯ

ในสมัยปัจจุบันซึ่งมีองค์การ คณะกรรมการ สมาคม สหภาพ ฯลฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ได้ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวขึ้นอย่างมาก ภายจนองค์การ IUOTO เดิมเห็นสมควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ไว้ต่างหากอีกพวกหนึ่ง ตามสถิติของ IUOTO ปรากฏว่าใน ค.ศ. 1967 มีการประชุมต่างๆ ระดับโลกถึง 3,500 แห่ง ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามก็คงอยู่ในเรือนแสน และการประชุมดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกอย่างมากและรวดเร็ว ในการจัดระเบียบวาระการประชุมทั้งหลายเหล่านี้เกือบจะไม่มีกรยกเว้น ผู้จัดจะต้องมีการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบสมัยนิยมแห่งการประชุม มีประโยชน์แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก นอกจากจะเพิ่มปริมาณให้แก่การขนส่งแล้วโรงแรมต่างๆ ยังได้ผู้มาพักในฤดูกาลที่โรงแรมพร่อง เพราะการประชุมมักจะต้องรอรเวลานัดหมายกันในขณะที่โรงแรมว่างจากนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะให้มีที่พักพอเพียงสำหรับผู้เข้าประชุม เมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้วมักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุม และโรงแรมในเมืองนั้น เกือบจะกล่าวได้ว่าทุกวันนี้ การสร้างโรงแรมมิได้มีแผนเพียงจะสร้างแต่ห้องพัก ห้องกินข้าว และห้องนั่งเล่นเท่านั้น แต่หากจะต้องมีห้องโถงจัดไว้สำหรับการประชุม โดยเฉพาะแทบทุกโรงแรม เมืองในยุโรปที่องค์การและสมาคมต่าง ๆ ชอบจัดให้มีการประชุม ได้แก่เมืองเยนิวา โรม ปารีส แมดริด ในทางตะวันออกเข้าใจว่า กรุงเทพฯ สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ มนิลา และบาห์ลี มีจำนวนประชากรและการสัมมนาพอๆ กัน ในประเทศไทยนั้น เชียงใหม่ สงขลา พัทยา ถูกจัดเป็นที่ประชุม สัมมนา มากกว่าเมืองใดทั้งสิ้น

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

องค์การ IUOTO ได้จัดจำพวกการท่องเที่ยวไว้เพียง 5 ประเภท แต่ทุกวันนี้มีการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งซึ่งอาจไม่อยู่ในประเภทใดโดยเฉพาะ บุคคลที่เดินทางไปต่างประเทศเพื่อทำการวิจัยในด้านสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา และอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือน ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยที่ได้สิทธิหยุดพัก sabbatical leave แล้วเดินทางไปสอนมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยหนึ่งมหาวิทยาลัยใด โดยเฉพาะที่มหาวิทยาลัยส่งไปเป็นกลุ่มก้อนให้เรียนวิชาพิเศษในต่างประเทศ มีมากในประเทศฝรั่งเศสและเยอรมัน ในประเทศไทยมีนักศึกษามหาวิทยาลัย St.Olaf ในมลรัฐมินเนโซตา มาเรียนที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตลอดภาคเรียน 3-4 เดือน พวกนักเรียนที่ได้รับทุนแลกเปลี่ยน เช่น American Field Service พวกนักบรรยายอาชีพที่ชอบท่องเที่ยวไปเป็นหมู่คณะ เพื่อบรรยายลัทธิและวิชาการต่างๆ และที่ใหม่ที่สุดคือที่เกาหลี และฮ่องกง กำลังจะเปิดสอนวิชากังฟูและวิปสนาขึ้นเป็นหลักสูตรสั้น ๆ 3-4 สัปดาห์ นักศึกษาที่เดินทางไปศึกษาในต่างประเทศ ทั้งหมดทั้งสิ้นเหล่านี้นับเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมหาศาลที่เดียนนอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นผู้ที่นำเงินตราต่างประเทศมาสู่ประเทศเจ้าบ้านมากกว่าประเทศอื่นใด เพราะเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องเข้าไปอยู่ในประเทศเจ้าบ้านนานกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่นใดทั้งสิ้น ไม่นับเป็นวันหรือสัปดาห์แต่หากนับเป็นเดือนหรือเป็นปีทีเดียว

5. กิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ชนชาติไทยนี้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาแต่ครั้งโบราณแล้ว ซึ่ง ชัยขวัช ไทยอง (2529 : 1) กล่าวว่า หากพิจารณาตามหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์ไทยจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวได้เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราช โดยการที่พระองค์เสด็จไปสร้างสัมพันธไมตรีกับประเทศจีน ตลอดจนได้เสด็จออกตรวจตราทุกข์สุขของราษฎรอยู่เป็นนิจ แต่ในยุคสมัยนั้นประชาชนก็ยังไม่นิยมการเดินทางไปต่างถิ่นมากนักเว้นแต่เป็นการเดินทางไปตั้งถิ่นฐานรกรากในที่แห่งใหม่ ต่อมาเมื่อการคมนาคมสะดวกยิ่งขึ้น ความนิยมการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ จึงเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากในสมัยรัชการที่ 5 ซึ่งเจ้านายในพระราชวงศ์มีการเสด็จประพาสที่ต่าง ๆ ดังปรากฏหลักฐานในนิราศต่าง ๆ ที่รัชการที่ 5 ทรงพระราชนิพนธ์ขึ้นเป็นจำนวนมาก อาทิจดหมายเหตุประพาสต้นถึงกรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์เป็นต้น ยิ่งในสมัยรัชการที่ 6 พระองค์ทรงมีพระราชประสงค์ที่จะให้ชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะพระราชวงศ์ในยุโรป ได้มีโอกาสรู้จักประเทศไทยมากยิ่งขึ้น พระองค์จึงได้เชิญแขกเมืองมาร่วมในพระราชพิธีบรมราชาภิเษกเมื่อ พุทธศักราช 2454 อย่างมาก และได้ทรงโปรดให้เจ้านายที่ได้รับการศึกษามาจากยุโรปทำหน้าที่มัคคุเทศก์ต้อนรับแขกเมือง

อย่างไรก็ตามกิจการท่องเที่ยวก็ยังไม่มีการดำเนินการอย่างจริงจัง แม้แต่ในสมัยหลังจากที่มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองเมื่อพุทธศักราช 2475 ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจะมีทำก็เพียงพวกที่ทำงานอยู่ตามโรงแรมโดยเป็นมัคคุเทศก์พาแขกที่มาพักไปเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ การท่องเที่ยวเริ่มได้รับความสนใจอย่างจริงจังในปี พุทธศักราช 2479 เมื่อกระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อคณะรัฐมนตรีโดยวางแผนและตั้งวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการ คือ (ททท.2528 : 15)

1. งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว
2. งานรับนักท่องเที่ยว
3. งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

ต่อมาในปี พุทธศักราช 2492 ก็ได้มีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นเป็นส่วนงานหนึ่ง มีฐานะเทียบเท่ากองภายในกรมโฆษณาการหรือกรมประชาสัมพันธ์ และต่อมาในปี พุทธศักราช 2502 จึงได้ประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยตัดสำนักงานท่องเที่ยวออกไปแล้วตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระเรียกว่า องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ท. (ทพท.2528 : 17)

ในระยะเดียวกันนั้นกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยก็ได้เริ่มปฏิรูปมาเป็นบริษัทท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งปรากฏใน (ทพท.2529 : 24) ดังนี้ สืบเนื่องจากการคมนาคมต่าง ๆ สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นนักท่องเที่ยวจึงทวีจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยดูได้จากกรณีที่ประเทศไทยเป็นจุดแวะพักของสายการบินกว่า 30 สายการบิน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาทัศนจรเพิ่มมากขึ้น เช่น ในพุทธศักราช 2528 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยถึง 2,438,270 คน (ทพท.2529 : 63) มีบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเกือบ 400 บริษัท ซึ่งนอกจากในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีอยู่กว่า 200 บริษัทแล้ว ก็ยังมีกระจายกันอยู่ตามเมืองหลักของการท่องเที่ยว เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่และพญาเป็นต้น ซึ่งสถิติดังกล่าว (ทพท.2526 : 14) ย่อมเป็นดัชนีอีกตัวอย่างหนึ่งซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวอย่างรวดเร็วของกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยอันสำคัญที่สุดที่ทำให้กิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยขยายตัวอย่างรวดเร็วก็เป็นเพราะประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรม ประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวได้ ยกตัวอย่าง เช่น (ทพท.2529 : 22)

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ อันได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ อุทยานแห่งชาติ สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เขื่อน เกาะต่าง ๆ เช่น ภูกระดึง น้ำตก เอราวัน เกาะเสม็ด เป็นต้น
2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน อนุสรณ์สถานต่าง ๆ เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม อันได้แก่ งานประเพณี ตลอดจนความเป็นอยู่และวิถีชีวิตที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัวต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวเขา งานช้างสุรินทร์ งานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับเชียงใหม่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นต้น

จากความอุดมไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ ตลอดจนการคมนาคมและการสาธารณูปโภคที่เจริญก้าวหน้าขึ้นทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นปึกแผ่นและทวีความสำคัญขึ้นเป็นลำดับในพุทธศักราช 2522 ถึงกับได้มีการยกฐานะองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขึ้นเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand) หรือ (ทพท.2529 : 12) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามตามธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่นอันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทย
3. อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชน และระหว่างประเทศ โดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นสื่อกลาง

5. ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

6. การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและบทบาทของแนวความคิดของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาต่อการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวภายในประเทศ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการซึ่งมีลักษณะของกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไป (ททท. 2529 : 6) กล่าวคือ ประกอบด้วย

1. โรงงาน ได้แก่ อาณาบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน เป็นบริเวณที่เข้าถึงได้ไม่ยาก มีสถานที่พัก และบริการที่สะดวกพอสมควรสำหรับการพักอยู่ชั่วคราว
2. วัตถุประสงค์ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวสนใจมาชม
3. การลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา ฯลฯ มีการลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น
4. การใช้แรงงานเพื่อสร้างสาธารณูปโภค การผลิตสินค้าและบริการ
5. ผลผลิต ได้แก่ บริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงงาน ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

6. การส่งเสริมการขาย ได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผลผลิตเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีการณรงค์ให้เกิดความต้องการซื้อผลผลิตเหล่านี้

เมื่อมองการท่องเที่ยวในลักษณะที่เป็นกระบวนการเชิงอุตสาหกรรมเช่นนี้ จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ชี้ถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่มี 4 ประการ คือ (ททท. 2524 : 9-10)

1. ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยว (Primary Attraction) รวมถึงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และกิจกรรมมนุษย์
 2. ปัจจัยประกอบ (Complementary Factors) คือ สภาพแวดล้อมภูมิอากาศ สภาพเศรษฐกิจสังคม เป็นต้น
 3. ปัจจัยสนับสนุน (Supporting Factors) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านบริการ ที่พัก ความบันเทิงเรีงรมย์และของที่ระลึกต่าง ๆ
 4. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) คือ สาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ
- ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศย่อมต้องอาศัยการพัฒนาหลายด้านไปพร้อม ๆ กัน ทั้งในแง่การพัฒนาอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการให้สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การพัฒนาการสาธารณูปโภคพื้นฐาน อาทิ ถนนหนทาง น้ำประปา ไฟฟ้าในท้องถิ่นนั้น ๆ ตลอดจนการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตามในการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวมีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นหลายประการ อาทิ

1. ขาดการประสานแผนและการดำเนินการร่วมกันอย่างจริงจังระหว่างหน่วยงานของรัฐ เอกชนด้วยกันเอง และภาคเอกชนกับภาครัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. ขาดความรู้ความเข้าใจและวิธีการดำเนินการที่ถูกต้องและครบถ้วนเกี่ยวกับภาวะตลาด ตลอดจนขาดการสนับสนุนด้านงบประมาณอย่างเพียงพอให้การส่งเสริมและการตลาดได้ผลอย่างคุ้มค่า

3. การส่งเสริมการให้ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยว และด้านการอนุรักษ์ยังไม่แพร่หลายเพียงพอ

4. การท่องเที่ยวส่วนบุคคลโดยใช้ยานพาหนะส่วนตัวก่อให้เกิดความไม่ประหยัดในแง่ของเศรษฐกิจส่วนรวม

5. การกระจายข่าวสารที่ไม่ดีเกินกว่าเหตุเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวซบเซา จะเห็นได้ว่าปัญหาประการหนึ่งก็คือ การส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวและในด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวยังไม่แพร่หลายเพียงพอซึ่งในการแก้ไขปัญหาที่ย่อมต้องอาศัยการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะที่สอดแทรกเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวจะมีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศได้ใน 2 แง่ คือ

1. การสอดแทรกเนื้อหาสาระเกี่ยวกับท้องถิ่นในแง่มุมต่าง ๆ ที่มีประโยชน์น่าสนใจสำหรับท่องเที่ยว จะเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเห็นประโยชน์ในด้านการเพิ่มประสบการณ์ความรู้ให้ตนเอง และสนใจการท่องเที่ยวยิ่งขึ้น นอกเหนือไปจากการท่องเที่ยวเพียงเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินเท่านั้น

2. การให้ความรู้ในแง่การอนุรักษ์ธรรมชาติและ ตลอดจนความรู้ทั่ว ๆ ไปเกี่ยวกับบทบาทของนักท่องเที่ยวในการช่วยกันสงวนรักษาแหล่งท่องเที่ยว จะเป็นการช่วยพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวทางอ้อม กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของตนก็จะช่วยให้การสงวนรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทำได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

แนวคิดในการช่วยพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศดังกล่าวก็คือ แนวความคิดของการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของการศึกษานั้นเอง

7. โครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน

โครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนนี้ รัฐบาลกำหนดให้เป็นวาระแห่งชาติ โดยขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภาคีรัฐบาลและภาคเอกชน นอกจากนี้รัฐบาลยังจัดสรรงบประมาณให้โครงการนี้เพื่อใช้ในการสนับสนุนด้านการตลาดและการพัฒนากิจกรรมแก่ทั้ง 76 จังหวัด รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ตลอดทั้งปี และการพัฒนาแพคเกจพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายร่วมกับภาคเอกชนรวมทั้งสิ้นประมาณ 600 ล้านบาท โดยโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน จะเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าปกติประมาณร้อยละ 40 ตั้งแต่ค่าใช้จ่ายในด้านที่พัก การใช้จ่ายซื้อสินค้า การเดินทางหรือการเติมน้ำมัน รวมทั้งยังมีการชิงโชครางวัลต่าง ๆ และมีการทำบัตรท่องเที่ยวทั่วไทยเพื่อเป็นส่วนลดในการท่องเที่ยว ผู้ที่เข้าโครงการจะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมชิงรางวัลทุกเดือน

(<http://www.tfrc.co.th/TFRC/cqi>)

โครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนจะมีหัวข้อในการรณรงค์ และมีการจัดกิจกรรมหลัก กิจกรรมรองและกิจกรรมสนับสนุนที่สอดคล้องกับหัวข้อในการรณรงค์ในแต่ละเดือน เพื่อใช้ในจุดขายในการกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยและตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังต่อไปนี้

เดือนมกราคม หัวข้อการรณรงค์ คือ อลังการตำนานแผ่นดิน (Legends of Kingdom) กิจกรรมหลัก เน้นการจัดแสดงแสงเสียง ซึ่งจะเริ่มพร้อมกันในวันที่ 19 มกราคม 2545 ในพื้นที่ 9 แห่งทั่วประเทศ คือ กรุงเทพฯ เชียงราย สุโขทัย กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา นครราชสีมา ศรีสะเกษ และลพบุรี โดยการกำหนดราคาค่าบัตรเข้าชมในราคาเดียวกัน คือ 250 บาท เป็นต้น

เดือนกุมภาพันธ์ หัวข้อในการรณรงค์ คือ เทศกาลเมืองและดอกไม้ (Flower Paradise) กิจกรรมหลัก ประเพณีชมทิวทัศน์ดอกไม้ประดับ ได้แก่ งานไม้ดอกไม้ประดับ การตกแต่งไม้ดอกไม้ประดับในพื้นที่รอบเกาะรัตนโกสินทร์ ในสวนสาธารณะบริเวณจุดเข้าเมืองหลัก อาทิ ดอนเมือง ภูเก็ต เชียงใหม่ รวมถึง การจัดกิจกรรมหลักทั่วกรุงเทพฯ ไปเยือนสวนดอกไม้ในจังหวัดต่างๆ เช่น งานเกษตรแฟร์ เป็นต้น

เดือนมีนาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ ธรรมชาติพิชิตดนตรี (Summer Music & Sport Festival) กิจกรรมหลักเน้นดนตรีและกีฬา ได้แก่ มหกรรมลูกทุ่งไทยจังหวัดสุพรรณบุรี เทศกาลดนตรี Pattaya Music Festival และ Hua Hin Jazz Festival และงานว่าวไทยและว่าวนานาชาตินครพนม แม่น้ำโขงใคร่กีฬา การแข่งขันจักรยานเสือภูเขา เป็นต้น

เดือนเมษายน หัวข้อในการรณรงค์ คือ เย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์ (Songkran Splendors) กิจกรรมหลัก เน้นประเพณีสงกรานต์ ได้แก่ งานมหาสงกรานต์ใน 7 พื้นที่ ที่จะส่งเสริม ยิ่งใหญ่ระดับนานาชาติ คือ กรุงเทพฯ สมุทรปราการ พระนครศรีอยุธยา เชียงใหม่ สงขลา หนองคาย นครศรีธรรมราช และการเฉลิมฉลอง 220 ปีกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นต้น

เดือนพฤษภาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ อร่อยทุกไร่ชิมไปทุกสวน (Thai Fruit Festival) กิจกรรมหลักเน้นเรื่องผลไม้ ได้แก่ การจัดนำเที่ยวเยือนสวนผลไม้ทั่วประเทศ อาทิ ระยอง หนองบัวลำภู ราชบุรี นครราชสีมา งานวันผลไม้ที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี งานเทศกาลชิมไวน์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น

เดือนมิถุนายน หัวข้อในการรณรงค์ คือ ผจญภัยใจสีเขียว (Green Adventure Festival) กิจกรรมหลัก เน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และผจญภัย ได้แก่ Eco Tourism Mart, Amazing Thailand and Grand Sale กิจกรรมท่องเที่ยวทะเลทั่วไทย 6 จังหวัด กิจกรรมปั่นหน้าผา ปั่นเสือภูเขา 8 จังหวัด กิจกรรมเดินป่าสองไพร่ 11 จังหวัด กิจกรรมผจญภัยในค่ายทหาร 8 จังหวัด เป็นต้น

เดือนกรกฎาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ ไร่องานเมืองศิลป์ (Timeless Thai Elegance) กิจกรรมหลักเน้นงานประเพณีเข้าพรรษา ได้แก่ ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี การประกวดแกะสลักและงานแห่เทียนพรรษา งานบุญเข้าพรรษาทั่วประเทศ เป็นต้น

เดือนสิงหาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ ครอบครัวสุขสันต์ (Fun Fair Festival) กิจกรรมหลักเน้นการท่องเที่ยวระหว่างครอบครัว ได้แก่ การจัดการรวมนครครอบครัวไทยเที่ยวไทยตลอดทั้งเดือน อาทิ คาราวาน แรลลี่ ส่องสัตว์อุทยานเขาใหญ่ คาราวาน แรลลี่ ท่องเที่ยวธรรมชาติประวัติศาสตร์เมืองเหนือ คาราวาน แรลลี่ ล่องสู่ประตูภาคใต้ คาราวาน แรลลี่ เลียบชายฝั่งทะเลตะวันออก คาราวาน แรลลี่ เยือนห้วยขาแข้งแหล่งมรดกโลก การท่องเที่ยวสวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ทั่วประเทศ เป็นต้น

เดือนกันยายน หัวข้อในการรณรงค์ คือ สูดยอดเรือสยาม (Internation Boat Races) กิจกรรมหลักเน้นประเพณีไทยเกี่ยวกับสายน้ำ ได้แก่ ประเพณีแข่งเรือกอนและนานาชาติชิงถ้วยพระราชทาน จังหวัดนราธิวาส ประเพณีแข่งเรือยาว จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดปราจีนบุรี การแข่งขันเรือยาวชิงเจ้าลำน้ำโขง โครงการจัดตั้งสื่อผสมแสงเสียง พิพิธภัณฑ์เรือราชพิธี เป็นต้น

เดือนตุลาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ มหัตถจริยฝั่งโขง (The Magnificent Mekong River) กิจกรรมหลักเน้นงานประเพณีริมฝั่งโขง ได้แก่ งานประเพณีออกพรรษา บั้งไฟพญานาค ประเพณีแห่ปราสาทผึ้ง ประเพณีไหลเรือไฟ เทศกาลท่องเที่ยวแม่น้ำโขงและดินแดนสามเหลี่ยมมรกต ระลึกถึงสมเด็จพระย่าและท่องเที่ยวสามเหลี่ยมมรกต งานไหว้สาแม่ฟ้าหลวง เป็นต้น

เดือนพฤศจิกายน หัวข้อในการรณรงค์ คือ สีสันแห่งสายน้ำ มหกรรมลอยกระทง (Loy Krathong Festival) กิจกรรมหลักเน้นงานประเพณีลอยกระทงในจังหวัดหลัก ๆ ทั่วประเทศ ได้แก่ ประเพณียี่เป็ง จังหวัดเชียงใหม่ ประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ จังหวัดสุโขทัย ประเพณีลอยกระทงสายไหลประทีปพันดวง จังหวัดตาก ประเพณีลอยกระทงตามประทีป จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประเพณีลอยกระทงคลองคูเมือง จังหวัดกรุงเทพฯ เป็นต้น

เดือนธันวาคม หัวข้อในการรณรงค์ คือ มหัตถรย์เมืองไทย (Thailand Extravaganza) กิจกรรมหลักเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับเรื่องพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้แก่ งานเฉลิมฉลองพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระชนมายุครบ 75 พรรษา Bangkok Countdown 2003 Bangkok fashion Extravaganza International เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

ชัยวรัช ไทยง (2529 : 1 และ 2530 : สัมภาษณ์) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาว่า การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา หมายถึง วิธีการศึกษาที่มุ่งให้ผู้ร่วมในการท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงจากการศึกษาโดยการสังเกตสภาพแวดล้อมที่เป็นจริงหรือสังเกตจากสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้และจดจำประสบการณ์ได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสอันดีของการได้พบปะสัมผัสกับผู้คนหลาย ๆ กลุ่ม ได้เห็นขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาที่จะให้ได้ผลดีนั้น ต้องอาศัยการวางแผนและเตรียมการที่รัดกุมดีกว่าการเตรียมการจัดการท่องเที่ยวโดยทั่ว ๆ ไป

ปกติแล้วการท่องเที่ยวเพื่อศึกษามักมีการจัดเฉพาะอยู่ในสถาบันการศึกษาเสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแต่ก่อนจัดเป็นกิจกรรมนอกหลักสูตร โดยอาจเรียกว่า เป็นการศึกษาออกสถานที่อีกชื่อหนึ่ง อันเป็นการช่วยให้ผู้เรียนมีประสบการณ์เพิ่มมากขึ้นนอกเหนือจากที่ได้รับจากห้องเรียน แต่ในปัจจุบันเราถือว่าเป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตร หรือกิจกรรมในหลักสูตรที่ต้องการให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ จากของจริงโดยตรง นอกจากนั้นการศึกษานอกสถานที่นี้เป็นเทคนิคของการสอนอย่างหนึ่ง ซึ่งจะสามารถพัฒนาความสนใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นยังเป็นสิ่งซึ่งจะเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในท้องถิ่นอีกด้วย ในประเทศญี่ปุ่นนั้นการศึกษานอกสถานที่นั้นถือว่าเป็นหน้าที่ของโรงเรียนที่จะต้องจัดดำเนินการเป็นประจำทั้งนี้เพื่อให้ทุกคนตระหนักถึงคุณค่าของการศึกษานอกสถานที่ (ชัยวรัช ไทยง.2529 : 1-3)

จากที่กล่าวมาในส่วนนี้การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา หรือการศึกษานอกสถานที่เป็นกิจกรรมภายในสถาบันการศึกษาที่จัดขึ้นเพื่อให้นักเรียนนักศึกษา อันเป็นการจัดเฉพาะกลุ่ม เฉพาะบุคคลเท่านั้น แต่หากได้มีการนำความคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา มาประยุกต์ใช้กับการจัดการท่องเที่ยวสำหรับบุคคลทั่ว ๆ ไป ก็จะทำให้เกิดประโยชน์อย่างกว้างขวาง เป็นการพัฒนาความคิด เพิ่มพูนประสบการณ์ความรู้ อันจะเป็นการสร้างเสริมความเจริญแก่ชาติบ้านเมืองในทางอ้อมได้ (ชัยวรัช ไทยง.2530 : สัมภาษณ์) เพราะการจัดการท่องเที่ยวเพื่อศึกษามีคุณค่าดังนี้ ชัยวรัช ไทยง (2529 : 2-3) ได้กล่าวไว้เป็นประเด็นย่อย ๆ ดังนี้

1. ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรง ตามสภาพที่เป็นจริงซึ่งนับเป็นวิธีการถ่ายทอดประสบการณ์ของมนุษย์ที่ได้ผลดีที่สุด
2. สภาพหรือบรรยากาศของการท่องเที่ยวแตกต่างไปจากสภาพในชีวิตประจำวัน เป็นสภาพการณ์ที่น่าสนใจ น่าตื่นเต้น ก่อให้เกิดความเพลิดเพลิน ในการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ

3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ถ้าจัดกิจกรรมประกอบให้ดีจะทำให้เกิดการเรียนรู้และจดจำเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างแม่นยำและยาวนาน

4. การที่นักท่องเที่ยวได้เห็นสภาพที่แท้จริง เห็นสภาพชีวิตที่เป็นจริงของชุมชนทั่วไป ทำให้เข้าใจเรื่องราว เข้าใจสภาพชุมชน มีทัศนคติที่ดีต่อชุมชน ทำให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อชุมชนหรือท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การสร้างสรรค้ชุมชนและประเทศชาติในอนาคต

5. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเป็นการช่วยเสริมสร้างบุคลิกคน โดยเฉพาะในเรื่องการรู้จักสังเกต และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัว อันเป็นการเสริมสร้างความรู้ให้กับตนเอง

ในแง่ของแหล่งความรู้หรือแหล่งประสบการณ์สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อศึกษานั้น ชัยชวัช ไทยอง (2529 : 8-9) ได้จำแนกออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. แหล่งความรู้เกษตร ได้แก่ ฟาร์มปศุสัตว์ บ่อเลี้ยงปลา สวนผลไม้ ไร่ยาสูบ เป็นต้น
2. แหล่งความรู้ด้านศิลปะ ได้แก่ วัด สถาปัตยกรรม แหล่งผลิตหัตถกรรมท้องถิ่น ตลอดจนบ้านเรือนต่าง ๆ เป็นต้น
3. แหล่งความรู้ด้านเสื้อผ้า ได้แก่ โรงงานทอผ้าต่าง ๆ เป็นต้น
4. แหล่งความรู้ด้านโทรคมนาคม ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ เป็นต้น
5. แหล่งความรู้ด้านการศึกษา ได้แก่ โรงเรียนและสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น เป็นต้น
6. แหล่งความรู้ด้านโรงงานและวิศวกรรม ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ ตลอดจน เขื่อน สะพาน เป็นต้น
7. แหล่งความรู้ด้านสุขอนามัยท้องถิ่น ได้แก่ สถานีอนามัย เป็นต้น
8. แหล่งความรู้ด้านการบริโภค ได้แก่ โรงงานผลิตอาหาร หรือเครื่องดื่มต่าง ๆ เป็นต้น
9. แหล่งความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ได้แก่ อนุสาวรีย์ วัด โบราณสถาน และโบราณวัตถุต่าง ๆ เป็นต้น
10. แหล่งความรู้ด้านการทหาร ได้แก่ สนามบิน ค่ายทหารต่าง ๆ เป็นต้น
11. แหล่งความรู้ทางเหมืองแร่ ได้แก่ กิจกรรมเหมืองแร่ต่าง ๆ เป็นต้น
12. แหล่งความรู้ธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำ ทะเลสาบ น้ำตก ภูเขา สวนสัตว์ เป็นต้น
13. แหล่งความรู้ด้านการขนส่ง ได้แก่ สถานีรถไฟ ท่าเรือ ท่าอากาศยาน เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวเพื่อศึกษานั้นมีความสำคัญและมีประโยชน์อยู่หลายประการ และในการจัดนั้นก็สามารให้ความหลากหลายของเนื้อหาสาระต่าง ๆ เกี่ยวกับท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้มากมาย อย่างไรก็ตาม ชัยชวัช ไทยอง (2529 : 3) ได้สรุปถึงการจัดการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาว่า ในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับกลุ่มคนที่ไม่ เพศ วัย ระดับการศึกษา ถ้ากลุ่มใดต้องการเน้นในเรื่องใด ก็ควรจะให้ความรู้และข้อมูลต่าง ๆ ในด้านนั้น ๆ ให้มากขึ้น แต่โดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวมักอยากรู้ในสิ่งต่าง ๆ ทั่ว ๆ ไป ไม่มีสิ่ง หรือดูเป็นวิชาการมากนัก ฉะนั้นในการให้ความรู้ควรจะสอดแทรกไปในลักษณะความบันเทิง สนุกสนาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ไปโดยไม่รู้ตัว ส่วนข้อมูลใดที่คิดว่าจะเป็นประโยชน์ควรจัดทำเป็นเอกสารประกอบให้ด้วยจะดียิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อศึกษานั้นมีปัญหาและอุปสรรคอยู่หลายประการ ดังเช่น ที่อุทัย บุญประเสริฐ และวิลาศวงศ์ นพรัตน์ (2517 : 10-17) ได้สรุปไว้ว่า

1. ปัญหาการขาดการวางแผนและเตรียมการที่เหมาะสม เช่น ขาดการสำรวจและการเลือกแหล่งที่จะไปศึกษา ทำให้ขาดความสะดวก ความปลอดภัยรวมถึงความคุ้มค่าในเนื้อหาสาระและประโยชน์ต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับทำให้ไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
2. การขาดการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับแหล่งที่จะไปศึกษาอันจะเป็นการกระตุ้นความสนใจเบื้องต้นในการที่จะได้รับความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสาระต่อไป
3. เป็นการยากที่จะให้เกิดประโยชน์ครบถ้วน แม้จะมีประโยชน์นานับประการในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา หรือเป็นการยากที่จะวัดว่านักท่องเที่ยวที่ได้รับประโยชน์ด้านใดมากหรือน้อยเพียงใด
4. การขาดความร่วมมือประสานงานระหว่างองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางการศึกษา ทำให้เกิดปัญหาในการอนุญาตให้เข้าชมรวมทั้งวันเวลาที่ให้เข้าชม
5. ความเห็นแต่ประโยชน์ในทางธุรกิจของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ส่วนใหญ่เก็บค่าเข้าชมในราคาสูงหรือในบางแห่งแม้ไม่เก็บค่าเข้าชมแต่ก็ไม่สนับสนุนด้วยคิดว่าไม่ได้ประโยชน์
6. การขาดหน่วยงานที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ที่มีอยู่ทั้งในรูปบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจก็มุ่งแต่ประโยชน์ในการค้า มิได้คำนึงถึงประโยชน์ทางการศึกษาแก่นักท่องเที่ยว
7. มัคคุเทศก์มักขาดประสบการณ์ในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยว ในเชิงการศึกษา โดยมุ่งแต่ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว
8. การเตรียมการในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทำให้เสียงบประมาณในการจัดมากกว่าปกติ จึงทำให้การดำเนินการในเรื่องนี้อยู่ในขอบเขตจำกัด
9. แหล่งท่องเที่ยวทางการศึกษาบางแห่งขาดการบำรุง เนื่องจากมิได้มีการชักจูงส่งเสริมให้คนสนใจเบื้องต้น
10. ขาดข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในแง่ของการศึกษา ส่วนใหญ่นำเสนอแต่ในเรื่องการให้ความเพลิดเพลิน หรือการพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้การส่งเสริมในเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อศึกษานี้อยู่ในขอบเขตจำกัด

จะเห็นได้ว่า จากลักษณะของกระบวนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาต้องอาศัยความร่วมมือประสานงานจากหลาย ๆ ฝ่าย แต่ที่สำคัญที่สุดก็คือ ความร่วมมือของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งในระดับบริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดแนวทางหรือวางแผนนโยบายการจัดการท่องเที่ยว และระดับปฏิบัติการซึ่งเป็นผู้รับนโยบายไปปฏิบัติ ทั้งนี้รวมถึงมัคคุเทศก์ ผู้นำการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง บุคลากรดังกล่าวนี้นับเป็นผู้มีศักยภาพมากที่สุด เพราะเป็นผู้กำหนดรายการท่องเที่ยว วางแผนและรวบรวมข้อมูลสำหรับการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นผู้เดินทางไปกับนักท่องเที่ยว หากว่าบุคคลนั้นคือมัคคุเทศก์ เป็นผู้นำนักท่องเที่ยวที่สามารถชักจูงหรือชี้แนะให้นักท่องเที่ยวสนใจในสิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัว ดังนั้น หากกลุ่มบุคลากรเหล่านี้ได้เข้าใจถึงความสำคัญและแนวปฏิบัติของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ก็ย่อมทำให้การขยายแนวความคิด และการปฏิบัติในเรื่อง การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเป็นไปได้โดยยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการร่วมมือประสานงานจากองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในอันที่จะเข้ามามีส่วนรับผิดชอบและช่วยกันพัฒนาและส่งเสริมในเรื่องนี้

8. การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ส่วนประกอบของการตลาดการท่องเที่ยว การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกับการตลาดในอุตสาหกรรมอื่นหรือการตลาดของสินค้าทั่วไป คือประกอบด้วยผู้ซื้อ (Buyer) สินค้า (Product) และผู้

ผลิต (Producer) แต่สำหรับรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบนั้นจะแตกต่างกันไปจากการตลาดของสินค้าทั่ว ๆ ไปบ้างเล็กน้อย

1. ผู้ซื้อ (Buyer) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผู้ซื้อ 2 ประเภท คือ ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค (Consumer) ซึ่งก็คือนักท่องเที่ยวโดยทั่ว ๆ ไป กลุ่มผู้ซื้อเหล่านี้จะเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้อและการหนึ่งได้แก่ กลุ่มผู้ซื้อที่ไม่ได้บริโภคด้วยตนเอง แต่เป็นผู้ตัดสินใจและจัดการซื้อให้ผู้บริโภคคนอื่น ๆ กลุ่มผู้ซื้อรายนี้ได้แก่ กลุ่มผู้จัดประชุม (Convention Organizer) กลุ่มผู้ซื้อเพื่อจัดเป็นรางวัลให้แก่พนักงาน (Incentive Travel Organizer) ซึ่งกลุ่มผู้ซื้อประเภทนี้เรียกว่ากลุ่มตลาดองค์กร (Organization Market)

2. สินค้า (Product) สินค้าทางการท่องเที่ยวนี้แตกต่างไปจากสินค้าผู้บริโภคโดยทั่ว ๆ ไป สินค้าบริโภคโดยทั่วไปนั้นผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าเป็นหน่วยเดียวได้ แต่สินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าทางการบริการนั้น ผู้บริโภคจะต้องบริโภคสินค้าในหลาย ๆ ส่วน ประกอบกันหรือรวมกันเป็น Package องค์ประกอบของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่นำไปเสนอขายในตลาดการท่องเที่ยวได้แก่สิ่งต่อไปนี้

2.1 สิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยว (Tourist Attraction) ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบหลักในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เทศกาลงานประเพณีและกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ที่จัดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยว

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งในสินค้าทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย

2.2.1 ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ซึ่งรวมถึงปัจจัยพื้นฐานหลักอันได้แก่ระบบถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา การคมนาคมสื่อสาร ศูนย์การค้าฯ

2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านท่องเที่ยว (Superstructure) อันได้แก่ สถานที่พักต่าง ๆ เช่น โรงแรม บังกะโล โฮเต็ล หอพักเยาวชน นอกจากนี้ยังรวมถึงภัตตาคาร ร้านอาหาร บริษัททัวร์ บริษัทรถเช่า โรงมหรสพ คาสีโน ไนต์คลับต่าง ๆ

2.2.3 การคมนาคมขนส่ง อันได้แก่ สนามบิน สายการบิน ท่าเรือ รถไฟ สถานีจอตารถ รถบริการต่าง ๆ

2.3 วิถีชีวิต (Way of life) ซึ่งนับว่าเป็นสินค้าการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง เช่นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศ ความเป็นมิตรไมตรี ความโอปอ้อมอารี

3. ผู้ผลิต (Producers) ผู้ขายสินค้าทางการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการหลายกลุ่มคือ

3.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว

3.1.1 ผู้ประกอบการด้านที่พัก ซึ่งเป็นผู้ขายบริการด้านที่พักแรมต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

3.1.2 ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร

3.1.3 ผู้ประกอบการด้านการนำเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ

3.1.4 ผู้ประกอบการด้านการขนส่ง เช่น สายการบิน บริษัทเดินรถ

3.1.5 ผู้ประกอบการด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สวนสามพราน สวนสยาม สวนนงนุช ฯลฯ

3.1.6 ผู้ประกอบการด้านร้านค้าของที่ระลึก

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของภาคเอกชนมีบทบาทในการดำเนินการเพื่อก่อให้เกิดการซื้อขายบริการของตนโดยเฉพาะ โดยมีสินค้าที่เสนอขายที่เห็นได้อย่างเด่นชัด เช่นผู้ประกอบการโรงแรมดุสิตธานี

จะพยายามส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการในโรงแรมดุสิตธานีของตน เป็นต้น ซึ่งผู้ผลิตระดับนี้จะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการขายสินค้าและบริการของตน

3.2 ผู้ผลิตในภาครัฐบาล เป็นผู้ผลิตระดับหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นทั้งระดับประเทศ ระดับภาคและระดับจังหวัดต่าง ๆ ผู้ผลิตกลุ่มนี้จะขายสินค้าการท่องเที่ยวทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก วิถีชีวิตต่าง ๆ ในขอบเขตที่รับผิดชอบสินค้าที่ตนเสนอขายนี้จะไม่ได้รับอนุญาตว่าเป็นชิ้นหนึ่งชิ้นใดโดยเฉพาะเช่น ประเทศไทย โดยความรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะพยายามที่เสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยแก่กลุ่มผู้ซื้อโดยไม่เฉพาะเจาะจงว่าจะเสนอขายสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต หรือเจาะจงการขายบริการของโรงแรมดุสิตธานี แต่จะเสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวโดยรวม ๆ กันไปทั้งหมด และเช่นเดียวกันกับจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งจะไม่เจาะจงขายสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งท่องเที่ยวใดหรือสถานที่พักหนึ่งที่พักใดโดยเฉพาะ การดำเนินการด้านการตลาดในภาครัฐบาลจะมีผู้รับผิดชอบเป็นระดับ ๆ ไป คือ ระดับประเทศ ระดับจังหวัดหรือระดับอำเภอ เป็นต้น

9. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยจำแนกเป็น (วิภา วัฒนพงศ์ชาติ.2542:8)

1. อายุ เมื่อมีอายุมากขึ้นเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนจะน้อยลง เนื่องจากภาระหน้าที่การทำงานและครอบครัว ต่อเมื่อลูกๆ ได้เติบโตขึ้นและแยกครอบครัวออกไป จนกระทั่งเมื่อเกษียณอายุจึงจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนมากขึ้น สรุปได้ว่ากลุ่มของผู้มีอายุน้อยและกลุ่มของผู้สูงอายุจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ แต่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุเป็นจำนวนน้อยกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องจากลักษณะทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมักจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งที่ผจญภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่อายุมากมักจะเลือกท่องเที่ยวในที่ไกลๆ

2. รายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือเมื่อรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจจะสรุปได้ว่าเมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้น

3. เพศ ไม่มีความแตกต่างกันมากนักระหว่างเพศชายและเพศหญิงในด้านการท่องเที่ยว

4. การศึกษา เมื่อบุคคลมีระดับการศึกษาสูงขึ้น ก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านรายได้ เพราะวาระดับการศึกษาที่สูงขึ้นทำให้มีโอกาสประกอบอาชีพที่สร้างรายได้มากขึ้น

10. จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่ง ทั้งทางด้านร่างกายและทางจิตใจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กันดังนี้ (อุษณีย์ ศรีภูมิ.2541:13)

1. ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยว เพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ด้านวัฒนธรรมประเพณี ที่แตกต่างกันออกไป

2. การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่นกีฬา การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริการทางประวัติศาสตร์

3. ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
4. อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การศึกษา เปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้
5. อื่นๆ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์นี้มักเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด วันเทศกาลต่าง ๆ

11. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

เดิมนั้นการท่องเที่ยวจะเป็นไปตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีโดยธรรมชาติ ต่อมามีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ จนถึงขั้นที่มนุษย์จัดสร้างแหล่งท่องเที่ยว หรือดัดแปลงให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ ขึ้นมาเองเพื่อสนองความต้องการ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภทคือ (อุษณีย์ ศรีภูมิ.2544:15)

1. แหล่งท่องเที่ยว ประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระราชวัง สิ่งก่อสร้าง และอาคารที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ รวมทั้งอนุสาวรีย์ต่าง ๆ ด้วย
2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน ได้แก่ วัด โบสถ์ เจดีย์ ศูนย์กิจกรรมทางศาสนา
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก
4. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีประจำท้องถิ่น
5. แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานเริงรมย์ ได้แก่ โรงภาพยนตร์ โรงละคร
6. แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรสาน การทอผ้า ทำร่ม เป็นต้น
7. แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ได้แก่ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนสนุก สวนกีฬา หรือย่านท่องเที่ยวอันเกิดจากกิจกรรมของประชาชนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดนี้ อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวถาวร หรือ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดทั้งปีอย่างสม่ำเสมอและแหล่งท่องเที่ยวชั่วคราวที่มีขึ้นตามช่วงเวลาที่มีเทศกาลเท่านั้น

12. ประวัติและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดนครปฐม

เมื่อเอ่ยถึงนครปฐมภาพองค์พระปฐมเจดีย์สีทองงามระยับจับตา และพระที่นั่งต่าง ๆ ของพระราชวังสนามจันทร์ก็มาปรากฏเด่นชัดแก่สายตา ตามมาด้วยผลไม้نانาชนิดรวมทั้งส้มโอนครชัยศรีหวานฉ่ำและข้าวหลามหวานมัน ดังคำขวัญอันเป็นที่รู้จักกันดีของจังหวัดนครปฐมที่ว่า “ ส้มโอหวาน ข้าวสารขาว ลูกสาวงาม ข้าวหลามอร่อย ” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพืชพรรณธัญญาหารอันอุดมสมบูรณ์ของดินแดนแห่งนี้

อย่างไรก็ตามนครปฐมทุกวันนี้มิได้มีแต่เพียงพระปฐมเจดีย์พุทธศาสนาสถานอันสูงค่า และพระราชวังสนามจันทร์อันเดิมไปด้วยเรื่องราวแห่งความหลังที่น่าประทับใจไว้ให้ชมเท่านั้น แต่ตลอดทางจากกรุงเทพมหานครสู่นครปฐมยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ชวนเชิญให้ไปชมอยู่หลายแห่งด้วยกัน ชมแล้วจิตใจต้องกลับไปชมซ้ำอีกหลายครั้ง นับตั้งแต่สวนสามพรานที่สดชื่นด้วยพรรณไม้ ฟาร์มจระเข้สามพราน อุทยานปลาพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย สวนศิลปะมีเซียม ยิบอินซอย พุทธมณฑล หมู่บ้านไทยโซ่ง เมืองเก่ากำแพงแสน พิพิธภัณฑ์สถานไปจนถึงวัดสำคัญต่าง ๆ เช่นวัดพระประโทนเจดีย์ วัดดอนยายหอม วัดพระเมรุ วัดธรรมศาลา วัดพระงาม และวัดไร่ขิง

ชาวนครปฐมมีชนบทรรมนิยมวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ประชาชนส่วนใหญ่นับถือพุทธศาสนา ศาสนาอื่นคือ ศาสนาอิสลามและคริสต์ศาสนามีผู้นับถือเพียงเล็กน้อย วัดในพุทธศาสนามีจำนวนถึง 191 วัด วัฒนธรรมประเพณีของชาวนครปฐมส่วนใหญ่ผูกพันกับพุทธศาสนา

นครปฐมมีชนหมู่น้อยคือ พวกลาวโซ่งในปัจจุบันเรียกว่าไทยโซ่ง หมู่บ้านเกาะแรดตั้งอยู่ที่ตำบลบางปลา อำเภอบางเลน ชาวไทยโซ่งเหล่านี้ย้ายมาจากจังหวัดเพชรบุรี มักชอบแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสีดำมีฝีมือในการทำสิ่งของเครื่องใช้ในบ้าน เช่นเครื่องจักสาน เสื้อผ้า และมีประเพณีวัฒนธรรมของตนเอง

จังหวัดนครปฐมตั้งอยู่ลุ่มแม่น้ำท่าจีนพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม ไม่มีภูเขา มีที่ดอนเฉพาะทางตะวันตกเฉียงเหนือของอำเภอเมืองนครปฐมและอำเภอกำแพงแสนเท่านั้น ส่วนที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีน (แม่น้ำนครชัยศรี) ได้แก่ ท้องที่อำเภอนครชัยศรี อำเภอสสามพราณและอำเภอบางเลน แม่น้ำท่าจีนมีคอกแยกที่สำคัญคือคลองบางเลน คลองบางหลวง คลองโยง คลองมหาสวัสดิ์ คลองจินดา คลองบางนกกระจุก คลองอ้อมใหญ่ และคลองเจดีย์บูชา พื้นที่จึงอุดมสมบูรณ์ปลูกพืชผักผลไม้ได้ดี นครปฐมมีเนื้อที่ 2,168.37 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,355,204 ไร่

จังหวัดนครปฐมเป็นเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานครแบ่งการปกครองออกเป็น 6 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ คืออำเภอเมืองนครปฐม อำเภอนครชัยศรี อำเภอสสามพราณ อำเภอดอนตูม อำเภอกำแพงแสน อำเภอบางเลน และกิ่งอำเภอพุทธมณฑล

อาณาเขต ทิศเหนือติดต่อกับสุพรรณบุรี ทิศใต้ติดต่อกับสมุทรสาครและราชบุรี ทิศตะวันออกติดต่อกับนนทบุรี พระนครศรีอยุธยาและกรุงเทพมหานคร ทิศตะวันตกติดต่อกับราชบุรีและกาญจนบุรี

การเดินทาง

รถยนต์

ตามถนนเพชรเกษม 58 กิโลเมตร และตามถนนนครชัยศรี-ปิ่นเกล้าเพียง 49 กิโลเมตร

รถไฟ

ทางรถไฟ ระยะทาง 64 กิโลเมตร

ถ้าออกเดินทางจากกรุงเทพมหานครตั้งแต่เช้าก็จะสามารถแวะชมสถานที่ดังกล่าวข้างต้นได้ทั้งหมด รวมทั้งได้นมัสการพระปฐมเจดีย์ พระร่วงโรจนฤทธิ์ และชมพระที่นั่งต่าง ๆ ของพระราชวังสนามจันทร์ก่อนเดินทางกลับสู่กรุงเทพมหานครหรือมีเวลานั้นอาจแวะชมสถานที่เพียงบางแห่งตามความพอใจ และแวะรับประทานอาหารกลางวันตามภัตตาคารระหว่างทาง ก็จะเป็นการพักผ่อนที่ให้ความเพลิดเพลินมิใช่น้อย

สถานที่สำคัญและสถานที่ท่องเที่ยว

พระปฐมเจดีย์ เป็นเจดีย์ที่ใหญ่และสูงที่สุดในประเทศไทย เชื่อกันว่าเป็นเจดีย์องค์แรกที่พระโสณเถระ และพระอูดตระเถระได้สร้างขึ้นเมื่อเดินทางมาเผยแผ่พุทธศาสนาเป็นครั้งแรกยังดินแดนสุวรรณภูมิ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณา โปรดเกล้าฯให้สร้างเจดีย์ครอบเจดีย์องค์เดิมที่ปรักหักพังลง มีความสูง 120.45 เมตร ภายในองค์พระปฐมเจดีย์ บรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ การบูรณะองค์พระปฐมเจดีย์ได้แล้วเสร็จในสมัยรัชกาลที่ 6 และอันเชิญพระร่วงโรจนฤทธิ์มาประดิษฐานยังวิหารด้านทิศเหนือ พระพุทธรูปนี้ถือเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ คู่บ้านคู่เมืองนครปฐมองค์หนึ่ง

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระปฐมเจดีย์ อยู่ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ ด้านถนนขวาพระได้จัดแสดงโบราณวัตถุสมัยก่อนประวัติศาสตร์สมัยทวารวดีและสมัยต่อมา ที่ขุดพบได้บริเวณเมืองนครไชยศรี

พระราชวังสนามจันทร์ อยู่ห่างจากองค์พระปฐมเจดีย์ไปทางทิศตะวันตกประมาณ 2 กิโลเมตร พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นบนเนื้อที่ 888 ไร่ 3 งาน 4 ตารางวา มีพระที่นั่งและพระตำหนักต่าง ๆ ที่มีความสวยงามเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ยังมีพระบรมราชานุสาวรีย์ของพระองค์ประดิษฐานไว้ในบริเวณพระราชวังอีกด้วย

พิพิธภัณฑน์หุ่นขี้ผึ้งไทย จากกรุงเทพมหานครนึ่งรถยนต์ไปตามถนนปิ่นเกล้า-นครชัยศรี ใช้เวลาประมาณ 25 นาที ก็จะถึงกิโลเมตรที่ 31 ตำบลขุนแก้ว อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม อันเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑน์หุ่นขี้ผึ้งไทย หรือเรียกให้ถูกต้องคือหุ่นไฟเบอร์กลาส เพราะหุ่นสร้างขึ้นจากไฟเบอร์กลาสหรือใยแก้วซึ่งคงทนกว่าขี้ผึ้ง และมีความสวยงามอ่อนนุ่มเหมือนผิวคนจริง ๆ ผู้ริเริ่มสร้างหุ่นเหล่านี้คืออาจารย์ดวงแก้ว พิทยากรศิลป์ พิพิธภัณฑน์นี้มีเนื้อที่กว้างขวางถึง 12 ไร่ เปิดให้เข้าชมทุกวันโดยเก็บเงินค่าเข้าชม เริ่มเปิดให้เข้าชมอย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 14 มิถุนายน 2532

พุทธมณฑล เป็นพุทธมณฑลสถานี่สร้างขึ้นในโอกาสที่พุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองมาครบ 2,500 ปี เมื่อ พ.ศ.2500 ตั้งอยู่ที่อำเภอพุทธมณฑล ห่างจากกรุงเทพฯ ไปถนนปิ่นเกล้า-พุทธมณฑลประมาณ 19 กิโลเมตร เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรศึตาคายะทศพลญาณประธานพุทธมณฑลสุทรรศน์ซึ่งเป็นพระพุทธรูปปางลีลาสูง 15.875 เมตร บริเวณพุทธมณฑล มีสิ่งเวชนียสถานจำลอง สวนพฤกษศาสตร์ พิพิธภัณฑน์พุทธศาสนา หอสมุด ฯลฯ

เมืองเก่ากำแพงแสน(ค่ายลูกเสือกำแพงแสน) ตั้งอยู่หมู่ที่ 5 ตำบลทุ่งขวาง อำเภอกำแพงแสน สวนสามพราน ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมห่างจากฟาร์มจระเข้ประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสวนสวยงามร่มรื่น มีการแสดงด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตไทยสาธิตงาน หัตถกรรม การทอผ้า การแสดงของช้าง ฯลฯ

ฟาร์มจระเข้สามพราน ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 30 กิโลเมตร มีการแสดงโชว์จระเข้การแสดงของช้าง การแสดงมายากล มีสวนสัตว์ขนาดเล็กและสวนกล้วยไม้ให้ชมทุกวัน

สวนศิลปะมีเซียม ยิบอินซอย ตั้งอยู่เลขที่ 38/9 ถนนพุทธมณฑล สาย 7 ซึ่งเป็นที่รวมประติมากรรมจำนวนมากของมีเซียม ยิบอินซอย ในรูปของหอคิลป์และสวนศิลปะกลางแจ้ง นอกจากนี้ยังมีห้องสมุดซึ่งรวบรวมวารสารและเอกสารด้านศิลปะ

วัดพระเมรุ อยู่ห่างจากองค์พระปฐมเจดีย์ไปทางทิศใต้ประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นวัดร้างสมัยทวารวดีมีซากปรักหักพังของเจดีย์และมีการขุดพบ พระพุทธรูปสลักด้วยศิลาขนาดใหญ่กว่าคนสามเท่าถึง 4 องค์ได้อันเชิญไปประดิษฐานในอุโบสถวัดพระปฐมเจดีย์ 1 องค์ ส่วนอีกองค์อันเชิญไว้ที่พิพิธภัณฑน์สถานแห่งชาติพระนครและพิพิธภัณฑน์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

วัดพระประโทณเจดีย์ ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษม ห่างจากองค์พระปฐมเจดีย์ไปทางทิศตะวันออกประมาณ 1 กิโลเมตรเศษ มีซากเนินใหญ่มีเจดีย์สูงประมาณ 20 เมตร โบราณวัตถุที่ขุดพบได้แก่ พระพุทธรูปสมัยทวารวดี ลูกปัด เคียว พรหมณ์ ฯลฯ

วัดธรรมศาลา ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลธรรมศาลา อำเภอเมือง เนื้อที่ 65 ไร่ วัดนี้มีตำนานเกี่ยวกับพญาาง พญาพาน

วัดดอนยายหอม ตั้งอยู่เลขที่ 257 หมู่ที่ 3 ตำบลดอนยายหอม อำเภอเมือง ในอดีตชาวบ้านเรียกวัดโคกยายหอม ซึ่งในปัจจุบันร้างเป็นโบราณสถานเรียกว่า เนินพระ มีตำนานเกี่ยวกับพญาางพญาพานเช่นเดียวกันว่ายายหอมซึ่งเคยเลี้ยงดูพญาพานมาตั้งแต่ยังเป็นทารก และต่อมาถูกพญาพานฆ่าตาย

วัดพระงาม ตั้งอยู่ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง ห่างจากองค์พระปฐมเจดีย์ไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ มีเนื้อที่ 44 ไร่ 48 ตารางวา มีซากเจดีย์ขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นสมัยเดียวกับองค์พระปฐมเจดีย์เดิม ได้ขุดพบโบราณวัตถุในสมัยนั้น

วัดไร่ขิง อยู่ที่อำเภอสามพรานห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 32 กิโลเมตร หลวงพ่อวัดไร่ขิงเป็นพระพุทธรูปองค์ศักดิ์สิทธิ์ปางมารวิชัยที่พุทธศาสนิกชนทั่วไปเคารพนับถือมาก

เมืองกำแพงแสน เป็นเมืองโบราณสร้างในสมัยทวารวดี พระเจ้าศิริชัยเชียงแสน เป็นผู้สร้างเมือง เรียกว่าเมืองเทพนครปัจจุบันเป็นที่ตั้งของค่ายลูกเสือ กำแพงแสนและสวนรุกขชาติสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ลักษณะภูมิทัศน์เป็นป่าเบญจพรรณและคูเมืองล้อมรอบ

สวนสมุนไพรปลักไม้ลาย ตั้งอยู่ที่ตำบลทุ่งขวาง อำเภอกำแพงแสน ห่างจากนครปฐมไปตามถนนมาลัยแมนประมาณ 20 กิโลเมตร เป็นสวนสมุนไพรประมาณ 500 เมตร บนเนื้อที่ 92 ไร่ มีบริการนวดแผนโบราณด้วยอบสมุนไพร และการปฏิบัติธรรม

หมู่บ้านไทยโซ่งบ้านเกาะแรด ตั้งอยู่ที่ตำบลบางปลา อำเภอบางเลน ชาวไทยโซ่งเป็นชาวลาวที่ถูกกวาดต้อนมาในประเทศไทยตั้งแต่สมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ที่ยังอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมในด้าน การแต่งกายและวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ มีการทอผ้า งานจักสานและอื่น ๆ ที่น่าสนใจ

ตลาดน้ำลำพญา อยู่ที่วัดพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีชาวสวนนำผลผลิตมาจำหน่าย และมีการสาธิตศิลป วัฒนธรรม ทุกวันเสาร์และอาทิตย์

อุทยานปลา อยู่บริเวณทำนบน้ำหน้าวัดเกือบทุกแห่งที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำนครชัยศรี (ท่าจีน) เช่น วัดไร่ขิง วัดห้วยพลู วัดกลางคูเวียง เป็นต้น

ตลาดน้ำดอนหวาย อยู่ที่ตำบลบางระทึ อำเภอสามพราน เป็นตลาดย้อนยุคที่ยังมีเรือแจวไม้ริม น้ำท่าจีนที่มีพ่อค้าแม่ค้าชาวสวนนำผลผลิตมาจำหน่าย อาหารท้องถิ่นชื่อได้แก่ เปิดพะไล ท่อหมกปลาช่อน ขนมะจิ้น ก๋วยเตี๋ยว ขนมไทย ผลไม้ต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีบริการล่องเรือชมความงามของทิวทัศน์สองฝั่งแม่น้ำท่าจีน

สินค้าของที่ระลึก

สินค้าของที่ระลึกของจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ส้มโอ ข้าวหลาม มะพร้าวน้ำหอม หมูหยอง หมูแผ่น สามารถหาซื้อได้ทั่วไปจากร้านค้าในจังหวัดนครปฐม

งานประจำปีและงานประเพณีของชาวจังหวัดนครปฐม

ถ้าเดินทางไปเที่ยวนครปฐมให้ตรงกับวันที่มีงานประจำปีหรืองานประเพณี ก็จะได้ร่วมเที่ยวงานเหล่านั้นด้วยความสนุกสนานเพลิดเพลินอีกด้วย งานต่าง ๆ มีดังนี้

งานเทศกาลอาหารและผลไม้ นครปฐม จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 1 ถึง 7 กันยายนของทุกปีในบริเวณพระปฐมเจดีย์มีผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมอันมีชื่อเสียงของจังหวัดออกจำหน่าย เช่น ส้มโอ มะพร้าว น้ำหอม ส้มเขียวหวาน องุ่น กุนเชียง หมูแผ่น หมูหยอง

งานนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ จัดขึ้นระหว่างวันขึ้น 12 ค่ำ เดือน 12 ถึงวันแรม 4 ค่ำ เดือน 12 รวม 9 วัน 9 คืนของทุกปี มีมหรสพต่าง ๆ และการแสดงสินค้าพื้นเมือง

งานประเพณีสงกรานต์ จัดที่บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ มีการจัดตกแต่งขบวนแห่สงกรานต์ ขบวนมังกรและสิงโต ตลอดจนพิธีสงฆ์นำพระและรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่

งานประเพณีลอยกระทง จัดที่บริเวณพระราชวังสนามจันทร์ในวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 12 มีการประกวดกระทง ประกวดโคมแขวน นางนพมาศ มีการเล่นพื้นเมือง จุดพลุตะไลและไฟพะเนียง

งานเปิดทองหลวงพ่อวัดไร่ขิง จัดขึ้นระหว่างวันขึ้น 13 ค่ำเดือน 5 ถึงวันแรม 4 ค่ำ เดือน 5 รวม 8 วัน 8 คืน มีการแสดงมหรสพ ดนตรี ลิเก ภาพยนตร์ และการจำหน่ายสินค้า

ประเพณีแห่ธงวันสงกรานต์ จัดที่ตำบลโพรงมะเดื่อ อำเภอเมืองนครปฐม และตำบลดอนราวก อำเภอดอนตูม

ประเพณีตักดอกไม้ จัดขึ้นที่วัดบึงลาดสวาย อำเภอบางเลน

ประเพณีถวายพระเพลิงศพพระพุทธเจ้า (วันอัฐมีบูชา) จัดที่วัดใหม่สุคนธาราม ตำบลวัดตะมุด อำเภอนครชัยศรี

ประเพณีแข่งเรือ จัดที่วัดประชานาถ ตำบลขุนแก้ว อำเภอนครชัยศรี และที่วัดหนองดินแดง ตำบลหนองดินแดง อำเภอเมืองนครปฐม

13. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศไทย

ปิยาภรณ์ รัตนะจรรยา(2541) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมและไม่พักค้างแรม ในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน พบว่า 1. พฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมและไม่พักค้างแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้แตกต่างกันตามการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ วารสาร หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ 2. นักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 3. นักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างแรมส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส./ปวศ. 4. นักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมและไม่พักค้างแรมส่วนใหญ่เคยได้ยินข้อความ “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” และส่วนใหญ่ทราบว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์วารสารและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ทั้งนักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมและไม่พักค้างแรมส่วนใหญ่ต้องการได้รับข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพิ่มเติม 5. นักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมและไม่พักค้างแรมส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเหมือนกันคือ การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ 6. นักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมและไม่พักค้างแรม มีพฤติกรรมการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน 7. นักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมและไม่พักค้างแรม ที่มีระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ วารสารหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน 8. เมื่อเปรียบเทียบเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระหว่าง 2 กลุ่ม พบว่า นักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมส่วนใหญ่มีพฤติกรรมไปในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างแรม และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมในแต่ละด้าน พบว่านักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการรักษาความสะอาดภายในแหล่งท่องเที่ยวในขณะที่ท่องเที่ยวและพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวไปในทางที่เหมาะสมมากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างแรม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปใช้ศึกษาปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

วันเพ็ญ อังคศิริสรรพ(2543) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์ต่อความเสื่อมโทรมของแนวปะการัง กรณีศึกษาหมู่เกาะเต่าจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จากปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุนั้น นักท่องเที่ยวที่อายุมากจะมีความคิดอ่านในด้านอนุรักษ์ปะการังมากกว่านักท่องเที่ยวที่อายุน้อย ในขณะที่เพศ การศึกษา รายได้ สัญชาติ ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความเสื่อมโทรมของแนวปะการังแตกต่างกัน สำหรับการวัดพฤติกรรมของคนในท้องถิ่น กลับอยู่ในทางตรงกันข้ามกับผลที่ได้จากนักท่องเที่ยว กล่าวคือ อายุ ภูมิลำเนาของคนในท้องถิ่น และความรู้ของคนในท้องถิ่น ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อความเสื่อมโทรมของแนวปะการังแตกต่างกัน แต่ระดับการศึกษา รายได้และการรับรู้ข่าวสาร กลับส่งผลให้คนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ที่ดี พบว่าคนขับเรือส่วนใหญ่ นั้น มีความสนใจกับปัญหาความเสื่อมโทรมของแนวปะการัง ดยได้รับข่าวสารการอนุรักษ์ปะการังทำให้เกิดการปฏิบัติที่ดี

ซึ่งจะเห็นได้ว่า ประสบการณ์และการอบรมก่อนการดำเนินงานทำให้เกิดความรู้และทัศนคติที่ดีอันจะก่อให้เกิดภาคปฏิบัติต่อไป และควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการอนุรักษ์ประจักษ์ให้มากขึ้นด้วย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปใช้ศึกษาปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

นิคม ประเมโท(2543:44-45)ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี พบว่า 1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เดินทางเพื่อท่องเที่ยวร้อยละ 41.75 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 44.50 และพักรแรมในจังหวัดอุดรธานีร้อยละ 83 ส่วนใหญ่พักแรมที่โรงแรมร้อยละ 45.50 2. ปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีจากผลการศึกษาค้นคว้า พบว่านักท่องเที่ยวมีสิ่งจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($x=4.33$) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่จังหวัดอุดรธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นหนึ่งในมรดกโลก คือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ศึกษาลู่ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยได้ลำดับศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ซึ่งพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียงหนึ่งในมรดกโลก อยู่ในกลุ่มที่ 1 คือกลุ่มลำดับศักยภาพสูง โดยทั้งภาครัฐบาลและเอกชนก็ได้ร่วมมือในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวไปใช้ศึกษาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

ลลิตา โภชนพันธ์ (2539:110-111)ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศน์สัญจรของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า 1. ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มใหญ่มากกว่า 10 คน ร้อยละ 53.2 รูปแบบของการจัดท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดท่องเที่ยวกันเอง ร้อยละ 62.0 ประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 43.0 วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมายังอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 70.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศน์สัญจร นักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศน์สัญจร อยู่ในระดับที่เหมาะสม ร้อยละ 52.1 และจากการศึกษาวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเชิงนิเวศน์สัญจรในแต่ละด้าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อม ธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับที่พอใช้ ร้อยละ 53.0 พฤติกรรมการรักษาความสะอาด การจัดการของเสียต่างๆ ในขณะที่ท่องเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับที่พอใช้ ร้อยละ 52.5 พฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งมีชีวิตทั้งพืชและสัตว์ ในธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับที่เหมาะสม ร้อยละ 97.8 พฤติกรรมการช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับที่เหมาะสม ร้อยละ 85.3 และพฤติกรรมการเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น และการช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นอยู่ในระดับที่ไม่เหมาะสม ร้อยละ 46.5

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไปใช้ศึกษาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

วิธินี วรรณสกล(2542:90-91) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า 1. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์มากที่สุด 3.ทัศนคติเกี่ยว

กับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับสูงและปานกลางเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโดยรวม โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจพบว่า สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างไปท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ คือ ทะเล พาหนะที่ใช้มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ จึงทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวลดลง สำหรับปัจจัยที่กระตุ้นให้สนใจที่จะท่องเที่ยว คือ เพื่อคลายเครียด ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวลดลง แต่อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเหมือนเดิม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไปใช้ศึกษาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล(2541:176-177) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยคจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า 1. รูปแบบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 44.7 มีขนาดกลุ่มเดินทางจำนวน 6-15 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 69.3 มีจำนวนคืนที่พักค้างแรมในการท่องเที่ยว 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 72.0 ที่พักที่พักของเอกชน คิดเป็นร้อยละ 100.0 และมีลักษณะของที่พักค้างแรมโดยการเช่าแพ คิดเป็นร้อยละ 80.3 2. ปัจจัยกระตุ้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศปานกลางคิดเป็นร้อยละ 40.0 มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 78.3 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางชมรม/สมาคม/กลุ่มที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจัดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 97.3 และมีการให้คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติปานกลางคิดเป็นร้อยละ 69.3 4. พฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้องอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 71.0

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดสมมติฐานและสร้างแบบสอบถาม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยจะเลือกศึกษาข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเพียง 8 แห่ง จากทั้งหมด 18 แห่งในจังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยว 8 แห่งในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ พระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย พุทธมณฑล ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำลำพญา วัดไร่ขิง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด 2538:185-186) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

โดยกำหนดให้

n = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

Z = 1.96 สำหรับระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % (ระดับ 0.05)

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม โดยกำหนดสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม มีค่าเท่ากับ 0.5

E = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตร ดังนี้จะได้

$$n = (0.5)(1-0.5)(1.96)^2 / (0.05)^2$$

$$= \sim 384.16 = 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ฉะนั้นจากสูตรคำนวณข้างต้นกำหนดขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling)

1. ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยว 8 แห่งในจังหวัดนครปฐม

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) แห่งละ 50 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน

- พระปฐมเจดีย์	จำนวน	50	คน
- พระราชวังสนามจันทร์	จำนวน	50	คน
- สถานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน	จำนวน	50	คน
- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย	จำนวน	50	คน
- พุทธมณฑล	จำนวน	50	คน
- วัดไร่ขิง	จำนวน	50	คน
- ตลาดน้ำดอนหวาย	จำนวน	50	คน
- ตลาดน้ำอัมพวา	จำนวน	50	คน
	รวม	400	คน

3. การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ระบุไว้แล้วข้างต้น

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากตำรา เอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

2. ขอบเขตของแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้ ปัจจัยจุดมุ่งหมายด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน การรับรู้ข่าวสาร และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

3. รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งช่วงอายุแสดงข้างล่าง โดยกำหนดช่วงอายุ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.2542:110)

ข้อมูลแสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม

1. ต่ำกว่า 15 ปี
2. 15 – 24 ปี
3. 25 – 34 ปี
4. 35 – 44 ปี
5. 45 – 54 ปี
6. 55 – 64 ปี
7. 65 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 การศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
2. มัธยมศึกษาตอนต้น
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
4. อนุปริญญา/ปวส.
5. ปริญญาตรี
6. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. นิสิต/นักศึกษา
2. พนักงานบริษัท
3. รับราชการ
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
6. อาชีพอื่นๆ

ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งช่วงรายได้แสดงข้างล่าง โดยกำหนดช่วงรายได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.2542:110)

ข้อมูลแสดงการแบ่งช่วงรายได้ต่อเดือนที่ใช้ในแบบสอบถาม

1. ต่ำกว่า 6,500 บาท
2. 6,500-11,800 บาท
3. 11,801-17,100 บาท
4. 22,401-27,700 บาท
5. 27,701-33,000 บาท
6. สูงกว่า 33,000 บาท

ส่วนที่ 2 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ข้อที่ 6 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ลักษณะแบบสอบถามชนิดปลายเปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 18 ข้อ มี 5 ระดับ

ข้อที่ 7 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ลักษณะแบบสอบถามลักษณะปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 5 ข้อ มี 5 ระดับ

ข้อที่ 8 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน และสาธารณูปการในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ลักษณะแบบสอบถามลักษณะปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 7 ข้อ

ข้อที่ 9 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ลักษณะแบบสอบถามลักษณะปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 11 ข้อ

ระดับความสำคัญ 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

ข้อที่ 10 คำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 5 ข้อ มี 5 ระดับ

ข้อที่ 11 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 12 คำถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 13 คำถามเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 14 คำถามเกี่ยวกับพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 15-17 คำถามวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 18-19 คำถามวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 20-21 คำถามวัดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใส่ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

เกณฑ์การประเมินผล โดยใช้เกณฑ์การประเมินดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์.2538 : 8-11)

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
คะแนน 4.50-5.00	ระดับความสำคัญมากที่สุด
คะแนน 3.50-4.49	ระดับความสำคัญมาก
คะแนน 2.50-3.49	ระดับความสำคัญปานกลาง
คะแนน 1.50-2.49	ระดับความสำคัญน้อย
คะแนน 1.00-1.49	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และความเหมาะสมของเนื้อหาจากนั้นนำปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) เท่ากับ .9232

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดนครปฐม

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

- 1.1 เอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 1.2 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่างๆ
- 1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 1.4 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 ดำเนินการเก็บข้อมูลในจังหวัดนครปฐม ในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 8 แห่ง ให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง คือ พระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย พุทธมณฑล วัดไร่ขิง ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำลำพญา โดยแจกแบบสอบถามแต่ละ 50 ชุด

2.2 ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายนถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2545

4. การจัดการกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 10

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่

3.1.1 ร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อที่ 1 - 5 ,ข้อที่ 11 - 16 และข้อที่ 19 - 20

3.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.2542:255) โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 6 - 10 และข้อที่ 17 - 18

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.3 ทาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.2542:255) โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 6 - 10 และข้อที่ 17 - 18

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

X แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

$n - 1$ แทน จำนวนตัวแปรอิสระ

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.2 สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม ทาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach)(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 449.) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1+(k-1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนค่าถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างค่าถามต่างๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของค่าถาม

3.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.3.1 ค่า T - Test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542 :360) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 คือ เพศ

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
	\bar{X}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	\bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.3.2 ค่า F -Test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542 :393) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ยกเว้น เพศ

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ใน F - distribution
	MS_b	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3.3 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 314) เพื่อใช้ทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนน X

$\sum Y$ แทน ผลรวมของคะแนน Y

$\sum X^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum Y^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum XY$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่

n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

4 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ความหมายของค่า r (กลยา วานิชย์บัญชา.2544 : 437) คือ

1 ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2 ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย

3 ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

4 ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก

5 ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

6 ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

และมีค่าระดับความสัมพันธ์ของค่าสหสัมพันธ์ (Salkind.2000:208)

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 – 1.00	สูงมาก (Very strong)
0.61 – 0.80	ค่อนข้างสูง (Strong)
0.41 – 0.60	ปานกลาง (Moderate)
0.21 – 0.40	ค่อนข้างต่ำ (Weak)
0.00 – 0.20	ต่ำมาก (Very weak)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐม ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนด สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
\bar{X}	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - Distribution
F-Prob	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่ง การนำเสนอออกเป็น 2 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน
2. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	185	46.20
หญิง	215	53.80
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	3	.80
15 - 24 ปี	129	32.30
25 - 34 ปี	155	38.80
35 - 44 ปี	60	15.00
45 - 54 ปี	28	7.00
55 - 64 ปี	18	4.50
65 ปีขึ้นไป	7	1.80
รวม	400	100.00
3. การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	23	5.80
มัธยมศึกษาตอนต้น	23	5.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	107	26.80
อนุปริญญา / ปวส.	51	12.80
ปริญญาตรี	169	42.30
สูงกว่าปริญญาตรี	27	6.80
รวม	400	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นิสิต / นักศึกษา	106	26.50
พนักงานบริษัท	115	28.80
รับราชการ	59	14.80
รัฐวิสาหกิจ	38	9.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	61	15.30
อื่นๆ เช่น รับจ้าง, รับจ้างสอน, เกษียณอายุ	21	5.30
รวม	400	100.00
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 6,500 บาท	128	32.00
6,500 – 11,800 บาท	93	23.30
11,801 – 17,100 บาท	68	17.00
17,101 – 22,400 บาท	35	8.80
22,401 – 27,700 บาท	30	7.50
27,701 – 33,000 บาท	20	5.00
สูงกว่า 33,000 บาท	26	6.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยงที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ นักท่องเที่ยงที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 และเพศหญิง มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 โดยนักท่องเที่ยงที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ นักท่องเที่ยงที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 15 - 24 ปี มีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25 - 34 ปี มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 - 54 ปี มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 55 - 64 ปี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และนักท่องเที่ยงที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 โดยนักท่องเที่ยงที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 25 - 34 ปี รองลงมาคือ 15 - 24 ปี และ 35 - 44 ปี ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 โดยนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะมีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา คือ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และมีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นนิสิต/ นักศึกษา มีจำนวน 106 คิดเป็นร้อยละ 26.50 นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 นักท่องเที่ยวที่รับราชการ มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 38 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.50 นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้าง, รับจ้างสอน, เกษียณอายุ นั้น มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 โดยนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท รองลงมา คือ นิสิต/นักศึกษา และประกอบธุรกิจส่วนตัวตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 65,00 – 11,800 บาท มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 11,801 – 17,100 บาท มีจำนวน 68 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.00 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 17,101 – 22,400 บาท มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 22,401 – 27,700 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 นักท่องเที่ยว ที่มีรายได้ต่อเดือน 27,701 – 33,000 บาท มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 33,000 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 โดยนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือน 65,00 – 11,800 บาท และมีรายได้ต่อเดือน 11,801 – 17,100 บาท ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ตาราง 3 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ								
1. อุทยานปลา	14	87	132	76	91	2.64	1.15	ปานกลาง
แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม								
2. สวนศิลปะ มีเซียม ยิบอินซอย	13	82	144	59	102	2.61	1.16	ปานกลาง
3. ดานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน	91	145	121	29	14	3.68	1.01	มาก
4. พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย	106	149	100	28	17	3.75	1.05	มาก
5. หมู่บ้านไทยโซ่ง	21	65	111	83	120	2.46	1.22	น้อย
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์								
6. พระปฐมเจดีย์	250	116	30	2	2	4.53	0.70	มากที่สุด
7. พระราชวังสนามจันทร์	127	170	77	21	5	3.98	0.91	มาก
8. วัดพระประโทณเจดีย์	41	103	130	61	65	2.99	1.21	ปานกลาง
9. วัดพระเมรุ	27	83	135	72	83	2.75	1.19	ปานกลาง

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
10. วัดธรรมศาลา	21	78	136	81	84	2.68	1.16	ปานกลาง
11. วัดดอนยายหอม	32	103	121	71	73	2.88	1.21	ปานกลาง
12. วัดพระงาม	23	92	132	76	77	2.77	1.17	ปานกลาง
13. วัดไร่ขิง	123	150	84	35	8	3.86	1.01	มาก
14. เมืองเก่ากำแพงแสน	56	97	109	55	83	2.97	1.33	ปานกลาง
แหล่งท่องเที่ยวด้านการ								
บันเทิงและบริการ								
15. พุทธมณฑล	186	131	59	16	8	4.18	0.96	มาก
16. ตลาดน้ำดอนหวาย	118	152	89	31	10	3.84	1.01	ปานกลาง
17. ตลาดน้ำลำพญา	33	102	107	84	74	2.84	1.23	ปานกลาง
18. สวนสมุนไพรบึงไม้ลาย	27	68	116	71	118	2.54	1.26	ปานกลาง

จากตาราง 3 ผลการแสดงความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม สามารถจำแนกได้ดังนี้

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ พระปฐมเจดีย์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว พระปฐมเจดีย์มากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ พุทธมณฑล พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว พุทธมณฑล มาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ วัดธรรมศาลา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว วัดธรรมศาลา ปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ อุทยานปลา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว อุทยานปลา ปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ สวนลิลปะ มีเซียม ยิบอินซอย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว สวนลิลปะ มีเซียม ยิบอินซอย ปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ สวนสมุนไพรปักษ์ไม้ลาย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว สวนสมุนไพรปักษ์ไม้ลาย ปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ หมู่บ้านไทยไซ่ง พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านไทยไซ่ง น้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46

ตาราง 4 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยสนับสนุนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน

จังหวัดนครปฐม

ปัจจัยสนับสนุน	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร	55	175	144	23	3	3.64	0.81	มาก
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	145	162	78	15	0	4.09	0.83	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัยสนับสนุน	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	X	S.D.	แปลผล
3. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	151	155	78	15	1	4.10	0.85	มาก
4. ความหลากหลายของอาหาร	68	136	138	45	13	3.50	1.00	มาก
5. สินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม	90	120	136	42	12	3.59	1.04	มาก

จากตาราง 4 ผลการแสดงระดับความสำคัญของปัจจัยสนับสนุน เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม สามารถจำแนกได้ดังนี้

ปัจจัยสนับสนุน เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยสนับสนุน ด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ปัจจัยสนับสนุน เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยสนับสนุน ด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว มาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ปัจจัยสนับสนุน เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยสนับสนุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร มาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ปัจจัยสนับสนุน เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ สินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยสนับสนุน ด้านสินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม มาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ปัจจัยสนับสนุน เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ ความหลากหลายของอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยสนับสนุน ด้านความหลากหลายของอาหาร มาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ตาราง 5 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและ สาธารณูปการ	ระดับความสำคัญ						S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด	\bar{X}		
1. ไฟฟ้า	59	157	136	41	7	3.55	0.92	มาก
2. ประปา	56	155	143	41	5	3.54	0.90	มาก
3. โทรศัพท์	54	158	132	44	12	3.50	0.96	มาก
4. ถนน	145	147	79	22	7	4.00	0.96	มาก
5. สถานีรถไฟ	66	139	136	43	16	3.49	1.01	ปาน กลาง
6. สถานีรถประจำทาง	95	143	116	28	18	3.67	1.05	มาก
7. ศูนย์การค้า	46	89	137	73	55	3.00	1.19	ปาน กลาง

จากตาราง 5 ผลการแสดงความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ สามารถจำแนกได้ดังนี้

ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ ถนน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ คือ ถนนมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ สถานีรถประจำทางพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ คือ สถานีรถประจำทางมากซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ ไฟฟ้า พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ คือ ไฟฟ้ามากซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ ประปา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ คือ ประปามากซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม คือ โทรศัพท์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ คือ โทรศัพท์ มากซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม คือ สถานีรถไฟ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ คือ สถานีรถไฟ มากซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม คือ ศูนย์การค้า พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ คือ ศูนย์การค้า มากซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตาราง 6 แสดงระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจากสื่อที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม

การรับรู้ข่าวสารจากสื่อ	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. โทรทัศน์	72	127	113	71	17	3.42	1.10	ปานกลาง
2. วิทยุ	42	112	132	77	37	3.11	1.11	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์	48	105	139	57	51	3.11	1.17	ปานกลาง
4. นิตยสาร/วารสาร การท่องเที่ยว	63	128	135	54	20	3.40	1.06	ปานกลาง
5. สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	37	92	157	80	34	3.05	1.06	ปานกลาง
6. เอกสารของ ททท.	48	101	159	65	27	3.20	1.06	ปานกลาง
7. เจ้าหน้าที่ ททท.	28	69	164	87	52	2.84	1.08	ปานกลาง
8. บุคคลในครอบครัว/ญาติ	90	150	118	36	6	3.71	0.96	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

การรับรู้ข่าวสารจากสื่อ	ระดับความสำคัญ						\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
9. เพื่อน	95	158	102	33	12	3.73	1.01	มาก	
10. อินเทอร์เน็ต	41	97	107	73	82	2.86	1.28	ปานกลาง	
11. อื่น ๆ เช่น Email	4	1	2	1	392	0.07	0.55	น้อยที่สุด	

จากตาราง 6 แสดงระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม สามารถจำแนกได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ เพื่อน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจากเพื่อน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ บุคคลในครอบครัว/ญาติ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก บุคคลในครอบครัว/ญาติ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ โทรทัศน์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก โทรทัศน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ นิตยสาร/วารสาร การท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก นิตยสาร/วารสาร การท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ เอกสารของ ททท. พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจากเอกสารของ ททท. ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ หนังสือพิมพ์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ วิทยุ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก วิทยุ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม คือ สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โบปลิว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก แผ่น พับ โบปลิว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม คือ อินเทอร์เน็ต พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก อินเทอร์เน็ต ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม คือ เจ้าหน้าที่ ททท. พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก เจ้าหน้าที่ ททท. ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84

ระดับความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารอื่น ๆ ที่เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน จังหวัดนครปฐม คือ E-mail พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก E-mail ซึ่งมี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.07

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว

ตาราง 7 แสดงระดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. อยากรู้อยากเห็น	99	135	120	35	11	3.69	1.02	มาก
2. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	200	141	44	14	1	4.31	0.82	มาก
3. สนใจทางด้านศาสนา และประวัติศาสตร์	78	100	140	50	32	3.36	1.16	ปานกลาง
4. เพื่ออาชีพและธุรกิจ	21	49	111	94	125	2.37	1.19	น้อย
5. อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว	2	5	4	1	388	0.11	0.64	น้อยที่สุด

จากตาราง 7 แสดงระดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ระดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ อยากรู้ อยากเห็น พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ อยากรู้ อยากเห็น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ระดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ สนใจทางด้านศาสนาและประวัติดาวเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ สนใจทางด้านศาสนาและประวัติดาวเคราะห์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ระดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่ออาชีพและธุรกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่ออาชีพและธุรกิจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37

ระดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.11

ตาราง 8 แสดงความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ความนิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. มาคนเดียว	26	6.50
2. มากับเพื่อน	197	49.30
3. บุคคลในครอบครัวและญาติ	169	42.30
4. มากับบริษัทนำเที่ยว	5	1.30
5. อื่น ๆ เช่น มากับแฟน	3	0.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวแบบ มาคนเดียว มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวแบบมากับเพื่อน มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวแบบมากับบุคคลในครอบครัวและญาติ มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวแบบมากับบริษัทนำเที่ยว มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ เช่น มากับ แฟน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวแบบมากับเพื่อน รองลงมานิยมเดินทางมากับบุคคลในครอบครัวและญาติ และเดินทางมาท่องเที่ยวแบบมาคนเดียวตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงบุคคลผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ตัวเอง	158	39.50
2. เพื่อน	100	25.00
3. ครอบครัว	138	34.50
3. อื่น ๆ เช่น แฟน	4	1.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจด้วยตนเอง มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม เพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ครอบครัวเป็นผู้มี อิทธิพลในการตัดสินใจ มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และอื่น ๆ เช่น แฟน เป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง รองลงมา คือ ครอบครัวเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ และเพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ช่วงเวลาในการเดินทางไปท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. วันธรรมดา	26	6.50
2. วันหยุดปลายสัปดาห์	177	44.30
3. วันลาพักร้อนประจำปี	43	10.80
4. วันหยุดตามเทศกาล	147	36.80
5. อื่น ๆ เช่น วันปิดภาคเรียน	7	1.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม เดินทางไปเที่ยวในวันธรรมดา มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม เดินทางไปเที่ยวในวันหยุดปลายสัปดาห์ มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม เดินทางไปเที่ยวในวันลาพักร้อนประจำปี มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม เดินทางไปเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 และอื่น ๆ เช่น วันปิดภาคเรียน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยวในวันหยุดปลายสัปดาห์ รองลงมา เดินทางไปเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล และ เดินทางไปเที่ยวในวันลาพักร้อนประจำปี ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

พาหนะในการเดินทางไปท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. รถยนต์ส่วนตัว	272	68.00
2. รถไฟ	26	6.50
3. รถโดยสารประจำทาง	68	17.00
4. รถบริการนำเที่ยว	11	2.80
5. บริการเช่ารถตู้	20	5.00
6. อื่น ๆ เช่น รถจักรยานยนต์, รถจักรยาน	3	0.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ใช้พาหนะในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดย รถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ใช้พาหนะในการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยรถไฟ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ใช้พาหนะในการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยรถโดยสารประจำทาง มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ใช้พาหนะในการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยรถบริการนำเที่ยว มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามใช้พาหนะในการเดินทางไปเที่ยวโดยการบริการเช่ารถตู้ มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ใช้พาหนะอื่น ๆ เช่น รถจักรยานยนต์, รถจักรยาน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยรถส่วนตัว รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวโดยรถโดยสารประจำทางและเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ไหว้พระ	300	75.00
2. ทำบุญ	225	56.30
3. รับประทานอาหาร	191	47.80
4. ชมการแสดง	126	31.50
5. ซื้ของ	222	55.50
6. พักผ่อน	260	65.00
7. ศึกษาหาความรู้	117	29.30
8. อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, พาครอบครัวมาเที่ยว	14	3.50

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 31 ต่อ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
4. เพื่ออาชีพและธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	5	43.797	8.759	6.597**	.000
	ภายในกลุ่ม	394	523.180	1.328		
	รวม	399	566.977			
5. อื่น ๆ ได้รับความรู้เพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.851	.370	.893	.486
	ภายในกลุ่ม	394	163.309	.414		
	รวม	399	165.160			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยอยากรู้อยากเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, และเพื่ออาชีพธุรกิจ ซึ่งมีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษแตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 32

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความอยากรู้อยากเห็น

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
\bar{X}	3.17	3.57	3.93	3.71	3.64	3.59
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3.17	3.9 (.192)	3.93 (.124)	3.71 (.582)	3.64 (.744)	3.59 (.924)
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.57	3.57	3.93 (.124)	3.71 (.205)	3.64 (.023)	3.59 (.129)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.93	3.93	3.93	3.71 (.205)	3.64 (.681)	3.59 (.640)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการ ไหว้พระ มีจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการทำบุญมีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการ รับประทานอาหาร มีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการ ชมการแสดง มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการซื้อของมีจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการพักผ่อน มีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการศึกษาหาความรู้ มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 และมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, พาดูครอบครัวมาเที่ยว มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการไหว้พระ รองลงมา มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการพักผ่อน และมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการทำบุญ ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงกิจกรรมที่ทำบ่อยที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

กิจกรรมที่ทำบ่อยที่สุดในการเดินทางไป ท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ไหว้พระ	153	38.30
2. ทำบุญ	31	7.80
3. รับประทานอาหาร	28	7.00
4. ชมการแสดง	30	7.50
5. ซื้อของ	52	13.00
6. พักผ่อน	77	19.30
7. ศึกษาหาความรู้	25	6.30
8. อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, พาดูครอบครัวมาเที่ยว	4	1.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 13 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม กิจกรรมที่ทำบ่อยที่สุดในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ ไหว้พระ มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 ทำบุญ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 รับประทานอาหาร มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ชมการแสดง มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ซื้อของ มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 พักผ่อน มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 ศึกษาหาความรู้ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 และมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, พาดูครอบครัวมาเที่ยว มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ กิจกรรมที่ทำบ่อยที่สุด คือ ไหว้พระ รองลงมา พักผ่อน และซื้อของ ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่เดินทางมาบ่อยที่สุด

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่เดินทาง ท่องเที่ยวบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
1. พระปฐมเจดีย์	218	54.50
2. พระราชวังสนามจันทร์	12	3.00
3. ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน	40	10.00
4. พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย	32	8.00
5. พุทธมณฑล	28	7.00
6. วัดไร่ขิง	28	7.00
7. ตลาดน้ำดอนหวาย	40	10.00
8. ตลาดน้ำลำพญา	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 14 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวบ่อยที่สุด คือ พระปฐมเจดีย์ มีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 พระราชวังสนามจันทร์ มีจำนวน 12 คน คิดเป็น ร้อยละ 3 ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 พุทธมณฑล มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 วัดไร่ขิง มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตลาดน้ำดอนหวาย มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตลาดน้ำลำพญา มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 โดยแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว คือ พระปฐมเจดีย์ รองลงมา ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพรานและตลาดน้ำดอนหวาย ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวนคน	ร้อยละ
1	72	18.00
2	89	22.30
3	61	15.30
4	28	7.00
5	28	7.00
6	16	4.00
7	6	1.50
8	14	3.50
9	8	2.00
10	33	8.30
11	1	0.30

ตาราง 15 (ต่อ)

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวนคน	ร้อยละ
12	9	2.30
13	2	0.50
15	6	1.50
16	1	0.30
19	1	0.30
20	10	2.50
25	2	0.50
29	1	0.30
30	7	1.80
40	1	0.30
45	1	0.30
50	2	0.50
60	1	0.30
รวม	400	100.00

$$\bar{X} = 5.85, \quad S.D. = 7.50$$

จากตาราง 15 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 1 ครั้ง มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 2 ครั้ง มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 3 ครั้ง มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 4 ครั้ง มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 5 ครั้ง มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 6 ครั้ง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 7 ครั้ง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 8 ครั้ง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 9 ครั้ง มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 10 ครั้ง มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 11 ครั้ง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 12 ครั้ง มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 13 ครั้ง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 15 ครั้ง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 16 ครั้ง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 19 ครั้ง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 20 ครั้ง มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 25 ครั้ง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 29 ครั้ง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 30 ครั้ง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 40 ครั้ง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 45 ครั้ง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 50 ครั้ง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 60 ครั้ง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมปีละ 2 ครั้ง รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมปีละ 1 ครั้ง และเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมปีละ 3 ครั้ง ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมโดยเฉลี่ย (ครั้ง) ต่อปี เท่ากับ 5.85 หรือ 6 ครั้ง

ตาราง 16 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
40	1	0.30
50	2	0.50
80	2	0.50
100	17	4.30
120	2	0.50
150	3	0.80
200	26	6.50
250	2	0.50
300	24	6.00
350	2	0.50
400	15	3.80
450	3	0.80
500	69	17.30
530	1	0.30
550	1	0.30
560	1	0.30
570	1	0.30
580	1	0.30
600	12	3.00
700	10	2.50
750	2	0.50
800	14	3.50
850	1	0.30

ตาราง 16 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
900	11	2.80
952	1	0.30
1,000	78	19.50
1,100	1	0.30
1,200	5	1.30
1,300	3	0.80
1,400	1	0.30
1,500	30	7.50
1,600	1	0.30
1,700	1	0.30
1,800	4	1.00
1,900	1	0.30
2,000	29	7.30
2,200	1	0.30
2,300	1	0.30
2,500	7	1.80
3,000	8	2.00
4,000	1	0.30
4,500	2	0.50
5,000	2	0.50
รวม	400	100.00

$$\bar{X} = 935.83, S.D. = 769.96$$

จากตาราง 16 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 40 บาท มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 50 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 80 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 100 บาท มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 120 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 150 บาท มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 200 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 250 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 300 บาท มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

ตาราง 17 แสดงความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. เป็นทางผ่าน	116	29.00
2. เจาะจงมา	284	71.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 17 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยเป็นทางผ่าน มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยเจาะจงมา มีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00

ตาราง 18 แสดงแนวโน้มในอนาคตของการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

แนวโน้มในอนาคตของการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. มา	384	96.00
2. ไม่มา	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 18 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในอนาคตของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ มา มีจำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00 และมีแนวโน้มในอนาคตของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ ไม่มา มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตาราง 19 แสดงปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบเห็นในจังหวัดนครปฐม

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบเห็น	จำนวน	ร้อยละ
1. การจราจรติดขัด, ไม่มีเจ้าหน้าที่, เกิดมลพิษ, ถนนชำรุด	59	14.80
2. แม่ค้าขายของเกินราคา, แพงเกินไป	12	3.00
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้	6	1.50
4. อื่น ๆ เช่น อากาศร้อน, ทาห้องน้ำลำบาก ไม่เพียงพอ, ป้ายบอกสถานที่ บอกเส้นทางไม่ชัดเจน	43	11.80
5. ไม่แสดงความคิดเห็น	280	70.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 19 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เรื่องการจราจรติดขัด, ไม่มีเจ้าหน้าที่, เกิดมลพิษ, ถนนชำรุด มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 นักท่องเที่ยวพบปัญหาเรื่องแม่ค้าขายของเกินราคา, แพงเกินไป มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 นักท่องเที่ยว

เที่ยวพบปัญหาเรื่องควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 นักท่องเที่ยวพบปัญหาอื่น ๆ เช่น อากาศร้อน, หาห้องน้ำลำบาก ไม่เพียงพอ, ป้ายบอกสถานที่ บอกเส้นทางไม่ชัดเจน มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 และไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวน 280 คน คิดเป็น ร้อยละ 70

ตาราง 20 แสดงข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขอให้มีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้	20	5.00
2. จัดหาหน่วยงานรับผิดชอบแนะนำสถานที่มากยิ่งขึ้น	13	3.30
3. ปรับปรุงเส้นทาง, แก้ไขปัญหาการจราจรติดขัด	14	3.50
4. อยากให้มีการจัดงานบ่อย ๆ	9	2.30
5. อื่น ๆ เช่น น่าจะมีรถ 3 ล้อนำเที่ยว, ควรปรับปรุงเรื่องความสะดวกของสถานที่, ควรปลูกต้นไม้ให้มากขึ้น	44	11.00
6. ไม่แสดงความคิดเห็น	300	75.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 20 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เรื่องขอให้มีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะ เรื่องขอให้จัดหาหน่วยงานรับผิดชอบแนะนำสถานที่มากยิ่งขึ้น มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะ เรื่องปรับปรุงเส้นทาง, แก้ไขปัญหาการจราจรติดขัด มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะ เรื่อง อยากให้มีการจัดงานบ่อย ๆ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะ เรื่อง อื่น ๆ เช่น น่าจะมีรถ 3 ล้อนำเที่ยว, ควรปรับปรุง เรื่องความสะดวกของสถานที่, ควรปลูกต้นไม้ให้มากขึ้น มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว, ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว(จำนวน)ครั้ง และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

1.1 เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 21

ตาราง 21 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	p
1. อยากรู้ อยากเห็น	ชาย	3.77	1.01	1.504	398	.133
	หญิง	3.62	1.02			
2. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	ชาย	4.25	0.86	1.442	398	.150
	หญิง	4.37	0.78			
3. สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์	ชาย	3.36	1.19	0.114	398	.909
	หญิง	3.35	1.13			
4. เพื่ออาชีพและธุรกิจ	ชาย	2.31	1.13	.924	398	.356
	หญิง	2.42	1.24			
5. อื่นๆ เช่น ได้รับความรู้เพิ่มขึ้น	ชาย	0.11	0.62	0.101	398	.919
	หญิง	0.11	0.65			

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวทุกข้อ มีค่า Probability (p) มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศแตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน

1.2 เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตาราง 22

ตาราง 22 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	p
ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยว	ชาย	6.15	7.72	.725	398	.469
	หญิง	5.60	7.31			

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว (จำนวน) ครั้ง มีค่า Probability (p) มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมด้านในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมา ท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

1.3 เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตาราง 23

ตาราง 23 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ	t-test for Equality of Means				
		\bar{X}	S.D.	t	df	p
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ชาย	1003.30	841.63	1.629	398	.104
	หญิง	877.78	699.24			

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมในด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว, ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว(จำนวน)ครั้ง และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

2.1 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 24

ตาราง 24 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. อยากรู้อยากเห็น	ระหว่างกลุ่ม	6	17.958	2.993	2.929**	.008
	ภายในกลุ่ม	393	401.602	1.022		
	รวม	399	419.560			
2. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	ระหว่างกลุ่ม	6	12.300	2.050	3.127**	.005
	ภายในกลุ่ม	393	257.638	.656		
	รวม	399	269.938			
3. สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	6	7.929	1.322	.977	.440
	ภายในกลุ่ม	393	531.661	1.353		
	รวม	399	539.59			
4. เพื่ออาชีพและธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	6	53.592	8.932	6.837**	.000
	ภายในกลุ่ม	393	513.386	1.306		
	รวม	399	566.978			
5. อื่นๆ เช่น ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	6	3.006	.501	1.214	.298
	ภายในกลุ่ม	393	162.154	.413		
	รวม	399	165.160			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์และด้านอื่น ๆ เช่น ได้รับความรู้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีค่า F-Prob. มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุแตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยอยากรู้อยากเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, เพื่ออาชีพและธุรกิจ ซึ่งมีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุแตกต่างกันมี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 25

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีอายุแตกต่างกัน กับความอยากรู้อยากเห็น

อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45- 54 ปี	55- 64 ปี	65 ปีขึ้นไป
\bar{X}	4.33	3.94	3.55	3.72	3.32	3.67	3.14
ต่ำกว่า 15 ปี	4.33	0.40 (.503)	0.78 (.187)	0.62 (.303)	1.01 (.100)	0.67 (.291)	1.19 (.089)
15-24 ปี	3.94		0.38** (.002)	0.22 (.182)	0.62** (.004)	0.27 (.287)	0.80* (.043)
25-34 ปี	3.55			0.16 (.293)	0.23 (.262)	0.11 (.657)	0.41 (.292)
35-44 ปี	3.72				0.40 (.088)	0.05 (.854)	0.57 (.156)
45-54 ปี	3.32					0.35 (.259)	0.18 (.676)
55- 64 ปี	3.67						0.52 (.450)
65 ปีขึ้นไป	3.14						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 25 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 25 -34 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี ด้านอยากรู้ยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 45 - 54 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี ด้านอยากรู้ยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.62

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ด้านอยากรู้ยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป แตกต่างเป็นรายคู่มากที่สุด

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอายุแตกต่างกัน กับการพักผ่อนหย่อนใจ

อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45- 54 ปี	55- 64 ปี	65 ปี ขึ้นไป
\bar{X}	4.67	4.08	4.46	4.32	4.43	4.33	4.71
ต่ำกว่า 15 ปี	4.67	0.59 (.214)	0.21 (.659)	0.35 (.465)	0.24 (.629)	0.33 (.505)	.05 (.932)
15-24 ปี	4.08		0.38** (.000)	.024 (.059)	.035* (.038)	0.26 (.210)	0.64* (.043)
25-34 ปี	4.46			0.14 (.251)	0.03 (.859)	0.11 (.537)	.026 (.413)
35-44 ปี	4.32				0.11 (.546)	0.02 (.939)	0.40 (.220)
45- 54 ปี	4.43					0.10 (.697)	0.29 (.404)
55- 64 ปี	4.33						0.38 (.291)
65 ปีขึ้นไป	4.71						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 26 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 25 -34 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 45 - 54 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.64

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป แตกต่างเป็นรายคูนมากที่สุด

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคูนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมามาเดินทางมาท่องเที่ยว (จำนวน)ครั้ง กับด้านอาชีพและธุรกิจ

	ต่ำกว่า 15 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45- 54 ปี	55- 64 ปี	65 ปีขึ้นไป	
อายุ	\bar{X}	2.67	2.81	2.01	2.33	2.14	2.33	3.29
ต่ำกว่า 15 ปี	2.67	0.15 (.825)	0.66 (.322)	0.33 (.622)	0.52 (.451)	0.33 (.640)	.62 (.433)	
15-24 ปี	2.81		0.81** (.000)	.048** (.007)	0.67** (.005)	.048 (.095)	0.47 (.288)	
25-34 ปี	2.01			0.33 (.061)	0.14 (.561)	0.33 (.251)	.128** (.004)	
35-44 ปี	2.33				0.19 (.467)	0.00 (1.000)	0.95* (.038)	
45- 54 ปี	2.14					0.19 (.582)	1.14* (.018)	
55- 64 ปี	2.33						0.95 (.062)	
65 ปีขึ้นไป	3.29							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 27 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 25 -34 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.81

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปีกับอายุ 35 - 44 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.48

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 45 - 54 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 -54 ปี ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.67

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 -34 ปี แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.28

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.95

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 -54 ปี แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.14

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป แตกต่างเป็นรายคุ่มากที่สุด

2.2 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 28

ตาราง 28 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยว (จำนวน) ครั้ง ต่อจำแนกตามอายุ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6	470.995	78.499	1.402	.213
	ภายในกลุ่มรวม	393	22005.303	55.993		
		399	22476.298			

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมด้านในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

2.3 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 29

ตาราง 29 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง
จำแนกตามอายุ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	6	8138029.7	1356338.289	2.334*	.032
	ภายในกลุ่มรวม	393	2.28	581186.154		
		399	2.37			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งมีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 30

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีอายุแตกต่างกัน กับด้านอาชีพและธุรกิจ

อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45- 54 ปี	55- 64 ปี	65 ปีขึ้นไป	
	\bar{X}	683.33	773.74	952.77	1069.17	1183.93	971.67	1428.57
ต่ำกว่า15 ปี	683.33		90.40 (.839)	269.44 (.545)	385.83 (.393)	500.60 (.280)	288.33 (.545)	754.24 (.157)
15-24 ปี	773.74			179.04* (.049)	295.43* (.014)	410.19** (.010)	197.93 (.303)	654.83* (.027)
25-34 ปี	952.77				116.39 (.316)	231.15 (.141)	18.89 (.921)	475.80 (.107)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 30 (ต่อ)

อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45- 54 ปี	55- 64 ปี	65 ปี ขึ้นไป
	\bar{X}						
	683.33	773.74	952.77	1069.17	1183.93	971.67	1428.57
35-44 ปี	1069.17				114.76 (.511)	97.50 (.634)	359.40 (.239)
45- 54 ปี	1183.93					212.26 (.357)	244.64 (.448)
55- 64 ปี	971.67						456.90 (.179)
65 ปีขึ้นไป	1428.57						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 30 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 25 -34 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .049 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายค่อน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 179.04

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 35 - 44 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายค่อน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 293.43

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 45 - 54 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายค่อน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 410.19

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี แตกต่างเป็นรายค่อน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 654.83

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 65 ปีขึ้นไป แตกต่างเป็นรายค่อนมากที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 3 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว, ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว(จำนวน)ครั้ง และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

3.1 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 31

ตาราง 31 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. อยากรู้อยากเห็น	ระหว่างกลุ่ม	5	13.113	2.623	2.542*	.028
	ภายในกลุ่ม	394	406.447	1.032		
	รวม	399	419.560			
2. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	ระหว่างกลุ่ม	5	15.578	3.116	4.826**	.000
	ภายในกลุ่ม	394	254.360	.646		
	รวม	399	269.937			
3. สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์	ระหว่างกลุ่ม	5	20.297	4.059	3.080**	.010
	ภายในกลุ่ม	394	519.293	1.318		
	รวม	399	539.590			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 31 ต่อ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
4. เพื่ออาชีพและธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	5	43.797	8.759	6.597**	.000
	ภายในกลุ่ม	394	523.180	1.328		
	รวม	399	566.977			
5. อื่น ๆ ได้รับความรู้เพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.851	.370	.893	.486
	ภายในกลุ่ม	394	163.309	.414		
	รวม	399	165.160			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยอยาก رؤ้อากเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, และเพื่ออาชีพธุรกิจ ซึ่งมีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษแตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 32

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความอยากรู้อากเห็น

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
X	3.17	3.57	3.93	3.71	3.64	3.59
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3.17	3.9 (.192)	.36 (.124)	.14 (.582)	.07 (.744)	.03 (.924)
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.57		.36 (.124)	.22 (.205)	.29* (.023)	.33 (.129)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.93			.22 (.205)	.07 (.681)	.11 (.640)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 31 (ต่อ)

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี
	X	3.17	3.57	3.93	3.71	3.64	3.59
อนุปริญญา/ปวส.	3.71					.07 (.681)	.05 (.825)
ปริญญาตรี	3.64						.05 (.825)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.59						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 32 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นกับ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .023 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น แตกต่างเป็นรายคู่้น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านอายุการอยู่อาศัย ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับความพักผ่อนหย่อนใจ

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญา ตรี
	X	4.39	4.43	4.17	3.94	4.50	4.26
ต่ำกว่ามัธยม ศึกษา	4.39		.04 (.854)	.22 (.228)	.45* (.026)	.11 (.554)	.13 (.563)
มัธยมศึกษา ตอนต้น	4.43			.27 (.150)	.49* (.045)	.06 (.728)	.18 (.442)
มัธยมศึกษา ตอน ปลายปวช.	4.17				.23 (.098)	.33** (.001)	.09 (.599)
อนุปริญญา/ปวส.	3.94					.56** (.000)	.32 (.097)
ปริญญาตรี	4.50						.24 (.154)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.26						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 33 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญา/ปวส. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .026 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญา/ปวส. ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญา/ปวส. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญา/ปวส. ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญาตรี ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญา/ปวส. กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญา/ปวส. แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญาตรี ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.56

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญา/ปวส. กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญาตรี แตกต่างเป็นรายคุ่มากที่สุด

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคุ่มักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับด้านศาสนาและประวัติศาสตร์

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญา/ปวส.	ปริญาตรี	สูงกว่าปริญาตรี
\bar{X}	2.78	3.39	3.59	3.00	3.37	3.48
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	2.78	.61 (.073)	.81** (.002)	.22 (.451)	.58* (.023)	.70* (.033)
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.39		.20 (.455)	.39 (.176)	.02 (.924)	.09 (.782)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.59			.59** (.003)	.22 (.118)	.11 (.665)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 34 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{X} 2.78	3.39	3.59	3.00	3.37	3.48
อนุปริญญา/ปวส.	3.00				.37* (.046)	.48 (.079)
ปริญญาตรี	3.37					.11 (.630)
สูงกว่าปริญญา ตรี	3.48					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 34 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.81

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .023 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านสนใจ ด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.58

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .033 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.70

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.59

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .046 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ

อนุปริญญา/ปวส. แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านสนใจด้านศาสนา และประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคูนมากที่สุด

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคูนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับด้านอาชีพและธุรกิจ

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
\bar{X}	2.09	2.65	2.87	2.14	2.12	2.37
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	2.09	.57 (.097)	.78** (.003)	.05 (.862)	.03 (.903)	.28 (.387)
มัธยมศึกษาตอนต้น	2.65		.22 (.413)	.51 (.076)	.53* (.038)	.28 (.389)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	2.87			.73** (.000)	.75** (.000)	.50* (.045)
อนุปริญญา/ปวส.	2.14				.02 (.918)	.23 (.396)
ปริญญาตรี	2.12					.02 (.292)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.37					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 35 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ด้านเพื่ออาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.78

นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กับ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ

มัธยมศึกษาตอนต้น แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านเพื่ออาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ด้านเพื่ออาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.73

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านเพื่ออาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านเพื่ออาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.50

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคูน้อยที่สุด

3.2 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 36

ตาราง 36 การทดสอบพฤติกรรมด้านในช่อง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	212.024	42.405	.750	.586
	ภายในกลุ่มรวม	394	22264.274	56.508		
		399	22476.297			

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว (จำนวน) ครั้ง มีค่า Probability (p) มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมด้านในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว (จำนวน) ครั้ง ไม่แตกต่างกัน

3.3 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 37

ตาราง 37 การทดสอบพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	1397138.3	279427.667	.468	.800
	ภายในกลุ่มรวม	394	2.35	596819.924		
		399	2.37			

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งมีค่า F-Prob. มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว, ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว(จำนวน)ครั้ง และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

4.1 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติ

ฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 38

ตาราง 38 การทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. อยากรู้ อยากเห็น	ภายในกลุ่ม	5	26.065	5.213	5.220**	.000
	ระหว่างกลุ่ม	394	393.495	.999		
		399	415.560			
2. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	ภายในกลุ่ม	5	10.307	2.061	3.128**	.009
	ระหว่างกลุ่ม	394	259.360	.659		
		399	269.938			
3. สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์	ภายในกลุ่ม	5	36.036	7.207	5.639**	.000
	ระหว่างกลุ่ม	394	503.554	1.278		
		399	539.590			
4. เพื่ออาชีพและธุรกิจ	ภายในกลุ่ม	5	73.674	14.735	11.769**	.000
	ระหว่างกลุ่ม	394	493.304	1.252		
		399	566.978			
5. อื่นๆ เช่นได้ รับความรู้เพิ่มเติม	ภายในกลุ่ม	5	3.025	.605	1.470	.199
	ระหว่างกลุ่ม	394	162.135	.412		
		399	165.160			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยอยากรู้ อยากเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, และเพื่ออาชีพธุรกิจ ซึ่งมีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 39

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความอยากรู้อยากเห็น

อาชีพ	นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ	
	\bar{X}	4.03	3.54	3.68	3.84	3.28	3.76
นิสิต/ นักศึกษา	4.03		.49** (.000)	.35* (.032)	.19 (.325)	.75** (.000)	.27 (.265)
พนักงาน บริษัท	3.54			.14 (.386)	.30 (.106)	.26 (.101)	.22 (.348)
รับราชการ	3.68				.16 (.430)	.40* .029	.08 (.741)
รัฐวิสาหกิจ	3.84					.56** (.007)	.08 (.768)
ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	3.28						.48 (.057)
อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ	3.76						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 39 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท ด้านอายุกรู้อยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49

นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่รับราชการ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .032 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิตนักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ ด้านอายุกรู้อยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิตนักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านอายุกรู้อยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75 ซึ่งแตกต่างเป็นรายคู่มากที่สุด

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านอายุกรู้อยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.40

นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านอายุกรู้อยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.56

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับการพักผ่อนหย่อนใจ

อาชีพ	นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วน ตัว	อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ	
	\bar{X}	4.14	4.35	4.14	4.55	4.52	4.43
นิสิต/ นักศึกษา	4.14	.21 (.060)	.03 (.964)	.41** (.008)	.38** (.004)	.29 (.140)	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 40 (ต่อ)

อาชีพ	นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วน ตัว	อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ	
	\bar{X}	4.14	4.35	4.14	4.55	4.52	4.43
พนักงาน บริษัท	4.35		.21 (.103)	.20 (.178)	.18 (.170)	.02 (.657)	
รับราชการ	4.14			.42* (.014)	.39** (.009)	.29 (.156)	
รัฐวิสาหกิจ	4.55				.02 (.867)	.12 (.574)	
ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	4.52					.02 (.640)	
อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ	4.43						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 40 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41

นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า

นักท่องเที่ยวยที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ กับ นักท่องเที่ยวยที่เป็น รัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่า นักท่องเที่ยวยที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42

นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ กับ นักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่านักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.39

สรุป นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ กับ นักท่องเที่ยวยที่เป็น รัฐวิสาหกิจแตกต่างกันมากที่สุดในตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคูนักท่องเที่ยวยชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับด้านศาสนา และประวัติศาสตร์

อาชีพ	นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วน ตัว	อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ
	\bar{X}					
นิสิต/ นักศึกษา	3.57	.36* (.019)	.11 (.543)	.14 (.499)	.65** (.000)	.76** (.005)
พนักงาน บริษัท	3.21		.47** (.010)	.50* (.018)	.29 (.105)	.40 (.138)
รับราชการ	3.68			.02 (.890)	.76** (.000)	.87** (.004)
รัฐวิสาหกิจ	3.71				.79** (.001)	.90** (.004)
ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	2.92					.11 (.705)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 41 (ต่อ)

อาชีพ	นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ
	\bar{X}	3.57	3.21	3.68	3.71	2.92
อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ	2.81					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 41 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .019 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.65

นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับจ้างสอน,เกษียณอายุ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่ากับนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่นรับจ้าง,รับจ้างสอน,เกษียณอายุ ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76

นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท กับ นักท่องเที่ยวที่รับราชการ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท แตกต่างเป็นรายคู่น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47

นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท แตกต่างเป็นรายคู่น้อย

กว่านักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.50

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมี ผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.76

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจอื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับจ้างสอน,เกษียณอายุ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจอื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับจ้างสอน,เกษียณอายุ ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.87

นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.79

นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจอื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับจ้างสอน,เกษียณอายุ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจอื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับจ้างสอน,เกษียณอายุ ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90

สรุป นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจอื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับจ้างสอน,เกษียณอายุ แตกต่างเป็นรายคู่มากที่สุด ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับด้านอาชีพและธุรกิจ

อาชีพ	นิสิต/ นัก ศึกษา	พนักงาน บริษัท	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณอายุ	
	\bar{X}	3.04	2.08	2.29	2.24	1.87	2.48
นิสิต/ นักศึกษา	3.04	.96** (.000)	.75** (.000)	.80** (.000)	.17** (.000)	.56* (.036)	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 42 (ต่อ)

อาชีพ	นิสิต/ นัก ศึกษา	พนักงาน บริษัท	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณอายุ	
	\bar{x}	3.04	2.08	2.29	2.24	1.87	2.48
พนักงาน บริษัท	2.08			.21 (.242)	.16 (.449)	.21 (.238)	.40 (.135)
รับราชการ	2.29			.02 (.826)	.42* (.041)		.19 (.509)
รัฐวิสาหกิจ	2.24				.37 (.112)		.24 (.432)
ประกอบ ธุรกิจส่วน ตัว	1.87						.61* (.033)
อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ	2.48						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 42 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.96

นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่รับราชการ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคุ่มากกว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75

นักท่องเที่ยวยที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวยที่เป็นรัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่า นักท่องเที่ยวยที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80

นักท่องเที่ยวยที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17

นักท่องเที่ยวยที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจอื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับจ้างสอน, เกษียณอายุ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .036 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจอื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับจ้างสอน,เกษียณอายุ ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.56

นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ กับ นักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .041 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่า นักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42

นักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว กับ นักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจอื่น ๆ เช่นรับจ้าง,รับจ้างสอน, เกษียณอายุ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .033 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่รับราชการ แตกต่างเป็นรายคู่น้อยกว่านักท่องเที่ยวยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านอาชีพและธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.61

สรุป นักท่องเที่ยวยที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวยที่เป็นรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่มากที่สุด

4.2 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบ

เชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 43

ตาราง 43 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ใน 1 ปีที่ผ่านมาเที่ยวจำนวนครั้ง	ภายในกลุ่ม	5	614.143	122.829	2.241	0.52
	ระหว่างกลุ่ม	394	21862.154	55.488		
			22476.297			

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยอยากรู้อยากเห็น, ต้องการ พักผ่อนหย่อนใจ, สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, และเพื่ออาชีพธุรกิจ ซึ่งมีค่า F-Prob. มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน

4.3 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบ

เชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ย คู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 44

ตาราง 44 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ต่อ / ครั้ง จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	ภายในกลุ่ม	5	9144324.167	1828864.933	3.169**	.008
	ระหว่างกลุ่ม	394	227399864.273	577157.016		
			236544188.440			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยอยากพักผ่อน, สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, และเพื่ออาชีพธุรกิจ ซึ่งมีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ย คู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 45

ตาราง 45 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีอาชีพแตกต่างกันกับด้านค่าใช้จ่าย

อาชีพ	นิสิต/นักศึกษ	พนักงานบริษัท	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ เช่น รับจ้าง, รับจ้างสอน, เกษียณอายุ	
	\bar{X}	704.83	963.48	1071.19	1162.37	1013.61	934.29
นิสิต/นักศึกษา	704.83	258.65* (.012)	366.36** (.003)	457.54** (.002)	308.78* (.012)	229.46 (.207)	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 45 (ต่อ)

อาชีพ	นิสิต/ นัก ศึกษา	พนักงาน บริษัท	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วน ตัว	อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ	
	\bar{X}	704.83	963.48	1071.19	1162.37	1013.61	934.29
พนักงาน บริษัท	963.48		107.71 (.377)	198.89 (.163)	50.13 (.677)	29.19 (.871)	
รับราชการ	1071.19			91.18 (.564)	57.58 (.678)	136.90 (.479)	
รัฐวิสาหกิจ	1162.37				148.76 (.344)	228.08 (.270)	
ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	1013.61					79.32 (.680)	
อื่น ๆ เช่น รับจ้าง,รับ จ้างสอน, เกษียณ อายุ	934.29						

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายค่อนน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัท ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 258.65

นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่รับราชการ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 366.36

นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 457.54

นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคูน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 308.78

สรุป นักท่องเที่ยวที่เป็นนิสิต/นักศึกษา กับ นักท่องเที่ยวที่เป็นรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคูนมากที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว, ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว(จำนวน)ครั้ง และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

5.1 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบ

เชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 46

ตาราง 46 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายได้

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. อยากรู้ยากเห็น	ภายในกลุ่ม	6	21.544	3.591	3.545**	.002
	ระหว่างกลุ่ม	393	398.016	1.013		
		399	419.560			
2. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	ภายในกลุ่ม	6	8.590	1.432	2.153*	.047
	ระหว่างกลุ่ม	393	261.347	.665		
		399	269.938			
3. สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์	ภายในกลุ่ม	6	19.603	3.2671.	2.469*	.023
	ระหว่างกลุ่ม	393	519.987	323		
		399	539.590			
4. เพื่ออาชีพและธุรกิจ	ภายในกลุ่ม	6	76.491	12.749	10.215**	.000
	ระหว่างกลุ่ม	393	490.486	1.248		
		399	566.978			
5. อื่นๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว	ภายในกลุ่ม	6	2.928	.488	1.182	.315
	ระหว่างกลุ่ม	393	162.232	.413		
		399	165.160			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยอยากรู้ยากเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, และเพื่ออาชีพธุรกิจ ซึ่งมีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบ

เชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ย
คู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 47

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีรายได้แตก
ต่างกันกับด้านอายุกรู้อยากเห็น

รายได้		ต่ำกว่า 6,500 บาท	6,500 – 11,800 บาท	11,801– 17,100 บาท	17,101 – 22,400 บาท	22,401 – 27,700 บาท	27,70 – 33,000 บาท	สูงกว่า 33,000 บาท
	\bar{X}	3.98	3.69	3.53	3.60	3.60	3.35	3.19
ต่ำกว่า 6,500บาท	3.98		.29* (.036)	.45** (.003)	.38 (.057)	.38 (.066)	.63** (.010)	.78** (.000)
6,500 – 11,800บาท	3.69			.16 (.323)	.09 (.659)	.09 (.677)	.34 (.174)	.50 (.027)
17,101 – 22,400 บาท	3.60					.00 (.1000)	.25 (.376)	.41 (.118)
22,401- 27,700 บาท	3.60						.25 (.390)	.41 (.131)
27,701- 33,000 บาท	3.35							.16 (.599)
สูงกว่า 33,000 บาท	3.19							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 47 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 6,500 – 11,800 บาทจากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .036 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 6,500 – 11,800 บาท ด้านอยากรู้อยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 11,801 – 17,100 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 11,801 – 17,100 บาท ด้านอยากรู้อยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .45

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 27,701 - 33,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 27,701 - 33,000 บาท ด้านอยากรู้อยากเห็น ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .63

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท ด้านอยากรู้อยากเห็น ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .78

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่มากที่สุด

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีรายได้แตกต่างกันกับการพักผ่อนหย่อนใจ

รายได้		ต่ำกว่า 6,500 บาท	ต่ำกว่า 6,500 – 11,800 บาท	11,801 – 17,100 บาท	17,101 – 22,400 บาท	22,401 – 27,700 บาท	27,701 – 33,000 บาท	สูงกว่า 33,000 บาท
	\bar{X}	4.17	4.19	4.47	4.49	4.47	4.50	4.46
ต่ำกว่า 6,500 บาท	4.17		.02 (.845)	.30* (.015)	.31* (.044)	.29 (.075)	.33 (.095)	.29 (.099)
6,500 – 11,800 บาท	4.19			.28* (.034)	.29 (.072)	.27 (.111)	.31 (.128)	.27 (.139)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 48 (ต่อ)

รายได้	ต่ำกว่า	6,500 –	11,801–	17,101 –	22,401 –	27,70 –	สูงกว่า
	6,500	11,800	17,100	22,400	27,700	33,000	33,000
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
	\bar{X}	4.17	4.19	4.47	4.49	4.47	4.50
							4.46
11,801-	4.47			.02	.00	.03	.01
17,100				(.929)	(.983)	(.887)	(.962)
บาท							
17,101 –	4.49				.02	.01	.02
22,400					(.925)	(.950)	(.909)
บาท							
22,401-						.03	.01
27,700	4.47					(.887)	(.981)
บาท							
27,701-	4.50						.04
33,000							(.874)
บาท							
สูงกว่า							
33,000	4.46						
บาท							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 48 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 11,801- 17,100 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายค่อนน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 11,801 - 17,100 บาท ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .30

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 17,101 –22,400 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .044 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายค่อนน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 17,101–22,400 บาท ด้านต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .31 ซึ่งแตกต่างเป็นรายค่อนมากที่สุด

ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่มีรายได้แตกต่างกันกับด้านศาสนาและประวัติศาสตร์

รายได้		ต่ำกว่า 6,500 บาท	6,500 – 11,800 บาท	11,801– 17,100 บาท	17,101– 22,400 บาท	22,401– 27,700 บาท	27,701– 33,000 บาท	สูงกว่า 33,000 บาท
	\bar{X}	3.55	3.23	3.35	3.60	3.27	3.20	2.73
ต่ำกว่า 6,500บาท	3.55	.33* (.037)	.20 (.243)	.05 (.836)	.29 (.218)	.35 (.200)	.82 (.001)	
6,500 – 11,800 บาท	3.23		.13 (.489)	.37 (.102)	.04 (.866)	.03 (.928)	.50 (.053)	
11,801- 17,100 บาท	3.35			.25 (.302)	.02 (.732)	.15 (.601)	.62* (.019)	
17,101 – 22,400บาท	3.60				.33 (.245)	.40 (.215)	.87** (.004)	
22,401- 27,700 บาท	3.27					.02 (.841)	.54 (.083)	
27,701 - 33,000 บาท	2.20						.47 (.171)	
สูงกว่า 33,000 บาท	2.73							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 49 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 6,500 – 11,800 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .037 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายคู่มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ รายได้ 6,500 – 11,800 บาท ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .33

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500

บาท แตกต่างเป็นรายกลุ่มมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .82

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 17,101 – 22,400 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 17,101 – 22,400 บาท แตกต่างเป็นรายกลุ่มมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท ด้านสนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .87

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 17,101 – 22,400 บาท กับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท แตกต่างเป็นรายกลุ่มมากที่สุด

ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันด้านวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ

รายได้	ค่าต่ำกว่า 6,500 บาท	6,500– 11,800 บาท	11,801– 17,100 บาท	17,101– 22,400 บาท	22,401 – 27,700 บาท	27,70– 33,000 บาท	สูงกว่า 33,000 บาท		
								X	
		2.98	2.01	2.12	2.29	2.10	1.65	2.27	
ต่ำกว่า 6,500บาท	2.98	.97** (.000)	.86** (.000)	.69** (.001)	.88** (.000)	1.33** (.000)	.71** (.003)		
6,500 –11,800 บาท	2.01		.11 (.549)	.27 (.215)	.09 (.704)	.36 (.191)	.26 (.298)		
11,801- 17,100 บาท	2.12			.17 (.470)	.02 (.943)	.47 (.101)	.15 (.557)		
17,101 –22,400 บาท	2.29				.19 (.504)	.64* (.043)	.02 (.955)		
22,401 -27,700 บาท	2.10					.45 (.164)	.17 (.572)		
27,701 -33,000 บาท	1.65						.62 (.063)		
สูงกว่า 33,000 บาท	2.27								

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.2 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 51

ตาราง 51 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว(จำนวน) ครั้งจำแนกตามรายได้

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ใน 1 ปีที่ผ่านมา เที่ยวจำนวนครั้ง	ภายในกลุ่ม	6	414.942	69.157	1.232	.289
	ระหว่างกลุ่ม	393	22061.355	56.136		
			399	22476.298		

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีค่า F-Prob. มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมีการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน

4.3 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 52

ตาราง 52 แสดงการทดสอบพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามรายได้

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	ภายในกลุ่ม	6	9304770.036	1550795.006	2.682*	.015
	ระหว่างกลุ่ม	393	227239418.404	578217.350		
		399	236544188.440			

*มีระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งมีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังตาราง 53

ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่มีรายได้แตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

รายได้		ต่ำกว่า 6,500 บาท	6,500 – 11,800 บาท	11,801 – 17,100 บาท	17,101 – 22,400 บาท	22,401 – 27,700 บาท	27,701 – 33,000 บาท	สูงกว่า 33,000 บาท
	X	730.33	979.68	979.41	1100.57	1061.67	1091.00	1190.38
ต่ำกว่า 6,500 บาท	730.33		249.35* (.017)	249.08* (.030)	370.24* (.011)	331.34* (.032)	360.67* (.049)	460.06** (.005)
6,500 – 11,800 บาท	979.68			.27 (.998)	120.89 (.423)	81.99 (.608)	111.32 (.553)	210.71 (.212)
11,801- 17,100 บาท	979.41				121.16 (.444)	82.25 (.622)	111.59 (.564)	210.97 (.230)
17,101 – 22,400 บาท	1100.57					38.90 (.837)	9.57 (.964)	89.81 (.649)
22,401- 27,700 บาท	1061.67						29.33 (.894)	128.72 (.528)
27,701- 33,000 บาท	1091.00							99.38 (.661)
สูงกว่า 33,000 บาท	1190.38							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ตาราง 53 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 6,500 – 11,800 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายคู่น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 6,500 – 11,800 บาท ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 249.35

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 11,801 – 17,100 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .030 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายค่อน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 11,801 – 17,100 บาท ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 249.08

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 17,101 – 22,400 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายค่อน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 17,101 – 22,400 บาท ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 370.24

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 22,401 – 27,700 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .032 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายค่อน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 22,401 – 27,700 บาท ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 331.34

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 27,701–33,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .049 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายค่อน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 27,701–33,000 บาท ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 360.67

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายค่อน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 460.06

สรุป นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 33,000 บาท แตกต่างเป็นรายค่อนมากที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว, ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มาท่องเที่ยว มีดังนี้

6.1 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 54 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	.184**	.000
2. แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม	.240**	.000
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	.413**	.000
4. แหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและบริการ	.168**	.001

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่าค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .184 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่าค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .240 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่าค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .413 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและบริการ กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่าค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .168 ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมแต่ละด้าน ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและบริการ รวม 4 ด้าน จำนวน 18 ข้อ มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ดังตาราง 55

ตาราง 55 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม	อยากรู้ อยากเห็น	ต้องการพัก ผ่อนคลาย	สนใจทาง ด้าน ศาสนาและ ประวัติ ศาสตร์	เพื่อ อาชีพ และ ธุรกิจ	อื่น ๆ เช่นเยี่ยม ญาติ, เยี่ยม เพื่อน,ทำ ธุระส่วน ตัว
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
- อุทยานปลา	.040 (.431)	.011 (.820)	.130** (.009)	.272** (.000)	.043 (.392)
2. แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม					
- สวนศิลปะ มีเขียม ยิบอินซอย	.231** (.000)	.104* (.038)	.333** (.000)	.415** (.000)	.121* (.016)
- ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวน สามพราน	.116* (.020)	.200** (.000)	.093 (.066)	.003 (.960)	.016 (.742)
- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง	.045 (.373)	.169** (.001)	.069 (.168)	.032 (.522)	.059 (.242)
- หมู่บ้านไทยโซ่ง	.150** (.003)	.079 (.117)	.301** (.000)	.383** (.000)	.066 (.186)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

ตาราง 55 (ต่อ)

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม	อยากรู้ อยากเห็น	ต้องการพัก ผ่อนหย่อนใจ	สนใจทาง ด้าน ศาสนาและ ประวัติ ศาสตร์	เพื่อ อาชีพ และ ธุรกิจ	อื่น ๆ โปรด ระบุ
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์					
- พระปฐมเจดีย์	.014 (.786)	.150** (.003)	.008 (.875)	.103 (.404)	.033 (.513)
- พระราชวังสนามจันทร์	.042 (.398)	.137** (.006)	.126* (.012)	.050 (.322)	.001 (.984)
- วัดพระปฐมเจดีย์	.233** (.000)	.053 (.290)	.382** (.000)	.348** (.000)	.009 (.865)
- วัดพระเมรุ	.179** (.000)	.029 (.561)	.398** (.000)	.417** (.000)	.003 (.954)
- วัดดอนยายหอม	.164** (.001)	.029 (.569)	.337** (.000)	.351** (.000)	.002 (.974)
- วัดพระงาม	.243** (.000)	.002 (.962)	.408** (.000)	.389** (.000)	.054 (.285)
- วัดไร่ขิง	-.027 (.596)	.274** (.000)	.001 (.984)	.056 (.261)	.016 (.757)
- เมืองเก่ากำแพงแสน	.188** (.000)	.010 (.846)	.314** (.000)	.312** (.000)	.027 (.587)
4. แหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิง และบริการ					
- พุทธมณฑล	.020 (.685)	.199** (.000)	-.039 (.442)	.164** (.001)	.021 (.675)
- ตลาดน้ำดอนหวาย	-.054 (.279)	.191** (.000)	.035 (.481)	.093 (.063)	.007 (.883)
- ตลาดน้ำลำพญา	.129** (.010)	.142* (.013)	.169** (.001)	.254** (.000)	.089 (.076)
- สวนสมุนไพรปักษ์ใต้	.172** (.001)	.014 (.779)	.314** (.000)	.422** (.000)	.094 (.061)

N = 400

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถจำแนกได้ดังนี้

อยากรู้อยากเห็น

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับในวัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานปลา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .431 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
2. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม สวนศิลปะ มีเซียม ยิบอินซอย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .231 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ
3. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .020 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .116 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก
4. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .373 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ
5. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม หมู่บ้านไทยโซ่ง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .150 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

15. วัตถุประสงค์คืออยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบันเทิงและบริการ พุทธมณฑล พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .685 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

16. วัตถุประสงค์คืออยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบันเทิงและบริการ ตลาดน้ำดอนหวาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .279 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

17. วัตถุประสงค์คืออยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบันเทิงและบริการ ตลาดน้ำลำพญา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .010 ซึ่งเท่ากับ .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .129 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

18. วัตถุประสงค์คืออยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบันเทิงและบริการ สวนสมุนไพรรักไม้ลาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .172 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานปลา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .820 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม สวนศิลปะ มีเซียม ยิบอินซอย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .104 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

13. วัตถุประสงค์ต้องการพหุคูณพหุคูณใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดไร่ขิง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .274 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

14. วัตถุประสงค์ต้องการพหุคูณพหุคูณใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เมืองเก่ากำแพงแสน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .846 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

15. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ พุทธมณฑล พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .199 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

16. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ ตลาดน้ำดอนหวาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .191 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

17. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ ตลาดน้ำลำพญา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .142 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

18. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ สวนสมุนไพรบักไม้ตาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .779 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานปลา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .130 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก
2. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม สวนศิลปะ เชียงใหม่ ยิบอินซอย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .333 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ
3. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม ลานแสดงช้าง และฟาร์มจระเข้สวนสามพราน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .066 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
4. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .168 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
5. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม หมู่บ้านไทยโชน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .301 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ
6. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พระปฐมเจดีย์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .875 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
7. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พระราชวังสนามจันทร์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .126 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

17. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและ การบริการ ตลาดน้ำลำพญา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .169 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

18. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและ การบริการ สวนสมุนไพรมักไม้ลาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .314 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

เพื่ออาชีพและธุรกิจ

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ กับ วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานปลา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .272 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

2. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม สวนศิลปะ มีเซียม ยิบอินซอย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .415 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง

3. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .960 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

13. วัดดูประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดไร่ขิง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .261 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้น ไม่มีความสัมพันธ์กัน

14. วัดดูประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เมืองเก่ากำแพงแสน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .312 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

15. วัดดูประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ พุทธมณฑล พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .164 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

16. วัดดูประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ ตลาดน้ำดอนหวาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .063 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

17. วัดดูประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ ตลาดน้ำลำพญา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .254 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

18. วัดดูประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ สวนสมุนไพรมะลิ้นจี่ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .422 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง

วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว กับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานปลา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .392 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว กับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม สวนศิลปะ มีเขียม ยิบอินซอย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .121 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 12.10 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว กับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม สถานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .742 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .242 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว กับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม หมู่บ้านไทยโชนง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .186 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พระปฐมเจดีย์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .513 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

7. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พระราชวังสนามจันทร์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .984 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

8. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดพระประโทณเจดีย์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .865 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

9. วัดอุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดพระเมรุ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .954 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

10. วัดอุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดธรรมศาลา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .414 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

11. วัดอุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดดอนยายหอม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .974 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

12. วัดอุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดพระงาม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .285 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

13. วัดอุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดไร่ขิง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .757 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

14. วัดอุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เมืองเก่ากำแพงแสน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .587 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

15. วัดอุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ พุทธมณฑล พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .675 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

16. วัดอุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ ตลาดน้ำดอนหวาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .883 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

17. วัดอุประสงค์อื่น ๆ กับแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ ตลาดน้ำลำพญา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .076 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

18. วัดอุประสงค์อื่น ๆ แหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ สวนสมุนไพรบ๊วยไม้ลาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .061 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

6.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 56 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	.113*	.024
2. แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม	.110*	.028
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	.030	.552
4. แหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและ บริการ	.067	.184

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .113 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางสังคมกับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .028 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .110 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .552 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบันเทิงและบริการกับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .184 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) หมายความว่าตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และ แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม มีความสัมพันธ์กับจำนวนในการมาท่องเที่ยวต่อปี ดังตาราง 57

ตาราง 57 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
1. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ		
- อุทยานปลา	.113*	.024
2. แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม		
- สวนศิลปะ มีเซียม ยิบอินซอย	.031	.536
- ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน	.103*	.040
- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย	.124*	.013
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์		
- พระปฐมเจดีย์	.041	.408
- พระราชวังสนามจันทร์	.092	.067
- วัดพระประโทนเจดีย์	.010	.840
- วัดพระเมรุ	.030	.547
- วัดธรรมศาลา	.001	.986
- วัดดอนยายหอม	.009	.855
- วัดพระงาม	.019	.709
- วัดไร่ขิง	.083	.097
- เมืองเก่ากำแพงแสน	.002	.975
4. แหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและบริการ		
- พุทธมณฑล	.018	.726
- ตลาดน้ำดอนหวาย	.034	.500
- ตลาดน้ำสำเภา	.111*	.027
- สวนสมุนไพรปักษ์ใต้	.031	.530

N = 400

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวกับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานปลา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .113 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

2. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม สวนศิลปะ มีเขียม ยิบอินซอย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .536 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .040 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .103 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

4. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .124 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

5. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม หมู่บ้านไทยโซ่ง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .975 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พระปฐมเจดีย์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .041 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

7. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ พระราชวังสนามจันทร์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .067 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

8. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดพระประโทนเจดีย์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .840 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

9. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดพระเมรุ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .547 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

10. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดธรรมศาลา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .986 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

11. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดดอนยายหอม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .855 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

12. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดพระงาม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .709 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

13. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดไร่ขิง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .097 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

14. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เมืองเก่ากำแพงแสน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .975 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

15. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบินและบริการ พุทธมณฑล พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .726 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

16. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบินและบริการ ตลาดน้ำดอนหวาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .500 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

17. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบินและบริการ ตลาดน้ำลำพญา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .111 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

18. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบินและบริการ สวนสมุนไพรป่าไม้ลาย พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .530 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

6.3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 58 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	.007	.896
2. แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม	.020	.692
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	.051	.309
4. แหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและ บริการ	.039	.439

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมพบว่า ค่า Sig.(2-tailed) ในทุกข้อมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว, ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีดังนี้

7.1 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 59 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยสนับสนุนการเดินทางมาท่องเที่ยว	.123*	.014

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐมพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .123 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวก, ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และมีสินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อสินค้า

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยสนับสนุนมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังตาราง 60

ตาราง 60 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยสนับสนุนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	อยากรู้ อยากเห็น	ต้องการพัก ผ่อนหย่อน ใจ	สนใจทาง ด้านศาสนา และประวัติ ศาสตร์	เพื่ออาชีพ และธุรกิจ	อื่นๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว
1. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร	.157** (.002)	.201** (.000)	.035 (.490)	.046 (.357)	-.001 (.988)
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	-.054 (.280)	.245** (.000)	-.036 (.468)	-.165** (.001)	.018 (.715)
3. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	.050 (.323)	.293** (.000)	-.036 (.477)	-.181** (.000)	.077 (.158)
4. ความหลากหลายของอาหาร	.132** (.008)	.128 (.011)	.113 (.024)	.091 (.704)	.000 (.993)
5. สินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม	.187** (.000)	.082 (.104)	.263** (.000)	.256** (.000)	-.007 (.897)

N = 400

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถจำแนกได้ดังนี้

อยากรู้อยากเห็น

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสอง ข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .157 ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก
2. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .280 ซึ่งมากกว่า .05 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
3. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .323 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
4. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับความหลากหลายของอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .132 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก
5. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับสินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสอง ข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .187 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก

ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับในวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .201 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างดี
2. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมี

ความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .245 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

3. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .293 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

4. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับความหลากหลายของอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .128 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

5. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับสินค้าประจำจังหวัด เช่น ข้าวหลาม ส้มโอ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .104 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปร ทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .490 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .468 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .477 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับความหลากหลายของอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ

.113 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 11.30 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับสินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .263 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

เพื่ออาชีพและธุรกิจ

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .357 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
2. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .165 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก
3. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปร ทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .181 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก
4. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับความหลากหลายของอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .704 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
5. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับสินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .256 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัวกับสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .988 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัวกับความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .715 ซึ่งมากกว่า 0.5 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัวกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .158 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัวกับความหลากหลายของอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .993 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัวกับสินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .897 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

7.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนไม่มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 61 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยสนับสนุนการเดินทางมาท่องเที่ยว	.120*	.016

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐมพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .120 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวก, ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และมีสินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลามซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อสินค้า

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยสนับสนุนมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมา ดังตาราง 62

ตาราง 62 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน) ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
1. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร	.092	.071
2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	.086	.086
3. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	.041	.411
4. ความหลากหลายของอาหาร	.106*	.033
5. สินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม	.100*	.046

N = 400

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยสนับสนุนกับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .071 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .086 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .411 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ความหลากหลายของอาหาร พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .033 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปร ทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .106 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก

5. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับ สินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .046 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปร ทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .100 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก

7.3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 63 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสนับสนุน มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยสนับสนุนการเดินทางมาท่องเที่ยว	.064	.205

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยสนับสนุนกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านปัจจัยสนับสนุน เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก, ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว, ความหลากหลายของอาหาร และสินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว, ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีดังนี้

8.1 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ ไม่มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 64 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ	.124*	.013

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐมพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้าง พื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) .124 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น มีไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์, ถนน, สถานีรถไฟ, สถานีรถประจำทางและศูนย์การค้า ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยสนับสนุนมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังตาราง 65

ตาราง 65 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ตัวแปร	อยากรู้ อยากเห็น	ต้องการพัก ผ่อนคลายใจ	สนใจทาง ด้าน ศาสนาและ ประวัติ ศาสตร์	เพื่อ อาชีพ และ ธุรกิจ	อื่น ๆ เช่นเยี่ยม ญาติ, เยี่ยม เพื่อน, ทำ ธุระส่วน ตัว
1. ไฟฟ้า	.002 (.966)	.156** (.002)	.058 (.247)	.112* (.025)	.068 (.173)

N = 400

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 65 (ต่อ)

ตัวแปร	อยากรู้ อยากเห็น	ต้องการพัก ผ่อนหย่อนใจ	สนใจทาง ด้าน ศาสนาและ ประวัติ ศาสตร์	เพื่อ อาชีพ และ ธุรกิจ	อื่น ๆ เช่นเยี่ยม ญาติ, เยี่ยม เพื่อน,ทำ ธุระส่วน ตัว
2. ประปา	.068 (.175)	.168** (.001)	.018 (.714)	.062 (.215)	.064 (.202)
3. โทรศัพท์	.034 (.497)	.127* (.011)	.042 (.402)	.202** (.000)	.040 (.429)
4. ถนน	.029 (.570)	.241** (.000)	.028 (.575)	.022 (.654)	.024 (.637)
5. สถานีรถไฟ	.049 (.333)	.155** (.002)	.071 (.886)	.037 (.458)	.032 (.520)
6. สถานีรถประจำทาง	.033 (.505)	.142** (.005)	.278** (.000)	.024 (.629)	.053 (.287)
7. ศูนย์การค้า	.229** (.000)	.014 (.784)	.408** (.000)	.406** (.000)	.056 (.261)

N = 400

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถจำแนกได้ดังนี้

อยากรู้หรืออยากเห็น

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อยากรู้หรืออยากเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับในวัตถุประสงค์อยากรู้หรืออยากเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับไฟฟ้าพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .966 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
2. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับประปาพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .175 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
3. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับโทรศัพท์พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .497 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
4. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับถนนพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .570 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
5. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับสถานีรถไฟพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .333 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับสถานีรถประจำทางพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .505 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
7. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับศูนย์การค้าพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .229 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับในวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับ ไฟฟ้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .156 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 15.60 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก
2. ประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับ ประปา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .168 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก
3. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับ โทรศัพท์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัย

สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .127 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

4. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับ ถนน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .241 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

5. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับ สถานีรถไฟ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .155 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

6. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับ สถานีรถประจำทาง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .142 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

7. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจกับ ศูนย์การค้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .784 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ กับ ไฟฟ้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .247 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ กับ ประปา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .714 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ กับ โทรศัพท์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .402 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ กับ ถนน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .575 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ กับ สถานีรถไฟ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .156 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ กับ สถานีรถประจำทาง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .886 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

7. วัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ กับ ศูนย์การค้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .155 แสดงว่าความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก

เพื่ออาชีพและธุรกิจ

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ ไฟฟ้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .155 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก

2. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ ประปา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .112 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมาก

3. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ โทรศัพท์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .202 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

4. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ ถนน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .654 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ สถานีรถไฟ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .458 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ สถานีรถประจำทาง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .629 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

7. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ ศูนย์การค้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .406 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง

อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับ ไฟฟ้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .173 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับ ประปา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .202 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับ โทรศัพท์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .429 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับ ถนน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .637 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับ สถานีรถไฟ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .520 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับ สถานีรถประจำทาง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .287 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

7. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับ ศูนย์การค้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .261 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

8.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับ ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ ไม่มีความสัมพันธ์กับ ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับ ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 66 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวนครั้ง)

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ	.098*	.049

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐมพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .049 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .098 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว เช่น มีไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์, ถนน, สถานีรถไฟ, สถานีรถประจำทางและศูนย์การค้าซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว ดังตาราง 67

ตาราง 67 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน)ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
1. ไฟฟ้า	.059	.242
2. ประปา	.084	.094
3. โทรศัพท์	.117*	.020
4. ถนน	.020	.695
5. สถานีรถไฟ	.062	.214
6. สถานีรถประจำทาง	.047	.347
7. ศูนย์การค้า	.094	.060

N = 400

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 67 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว กับ ไฟฟ้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .242 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวกับ ประปา พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .094 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวกับ โทรศัพท์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .020 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปร ทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .117 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

4. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวกับ ถนน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .695 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวกับ สถานีรถไฟ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .214 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวกับ สถานีรถประจำทาง พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .347 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

7. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ศูนย์การค้า พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .060 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

8.3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 68 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยสนับสนุนการเดินทางมาท่องเที่ยว	.009	.859

จากตาราง 68 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) มีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เช่น มีไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์, ถนน, สถานีรถไฟ, สถานีรถประจำทางและศูนย์การค้า ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว, ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีดังนี้

9.1 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 69 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร	.542**	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 69 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐมพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐมอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .542 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เช่น มีโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว, สิ่งพิมพ์, เอกสารของ ททท., เจ้าหน้าที่ ททท., บุคคลในครอบครัว/ญาติ, เพื่อน, อินเทอร์เน็ต ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังตาราง 70

ตาราง 70 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม

ตัวแปร	อยากรู้ อยากเห็น	ต้องการพัก ผ่อนคลาย	สนใจทาง ด้าน ศาสนาและ ประวัติ ศาสตร์	เพื่อ อาชีพ และ ธุรกิจ	อื่น ๆ เช่น เยี่ยม ญาติ, เยี่ยม เพื่อน,ทำ ธุระส่วน ตัว
1. โทรทัศน์	.318** (.000)	.053 (.292)	.372* (.000)	.320** (.00)	.049 (.333)
2. วิทยุ	.406** (.000)	.049 (.327)	.447** (.000)	.403** (.000)	.021 (.675)
3. หนังสือพิมพ์	.411** (.000)	.039 (.435)	.428** (.000)	.451** (.000)	.024 (.626)
4. นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	.349* (.000)	.055 (.277)	.323** (.000)	.256** (.000)	.010 (.849)
5. สิ่งพิมพ์	.306** (.000)	.007 (.881)	.324** (.000)	.286** (.000)	.000 (.999)
6. เอกสาร ททท.	.269* (.000)	.048 (.342)	.297** (.000)	.222** (.000)	.017 (.738)
7. เจ้าหน้าที่ ททท.	.214** (.000)	.036 (.477)	.306** (.000)	.300** (.000)	.019 (.705)
8. บุคคลในครอบครัว/ญาติ	.019 (.708)	.240** (.000)	.023 (.652)	.060 (.229)	.008 (.871)
9. เพื่อน	.063 (.206)	.187** (.000)	.167** (.001)	.058 (.246)	.042 (.397)
10. อินเทอร์เน็ต	.139** (.005)	.057 (.252)	.124* (.013)	.273** (.000)	.099* (.049)
11. อื่น ๆ เช่น Email	.088 (.079)	.022 (.666)	.104* (.038)	.062 (.217)	.104* (.038)

N = 400

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 70 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถจำแนกได้ดังนี้

อยากรู้อยากเห็น

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับในวัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับ โทรทัศน์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .318 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

2. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็นกับ วิทยุ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปร ทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .406 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง

3. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็น กับ หนังสือพิมพ์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปร ทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .411 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง

4. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็น กับ นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .349 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

5. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็น กับ สิ่งพิมพ์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .306 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

6. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็น กับ เอกสาร ททท. พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัย

สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .269 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

7. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็น กับ เจ้าหน้าที่ ททท. พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .214 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ

8. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็น กับ บุคคลในครอบครัว/ญาติ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .708 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

9. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็น กับ เพื่อน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .063 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

10. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็น อินเทอร์เน็ต พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .139 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก

11. วัตถุประสงค์อยากรู้อยากเห็น กับ อื่น ๆ เช่น Email พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .079 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

ต้องการพักผ่อน

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับในวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนกับ โทรทัศน์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .292 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนกับ วิทยุ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .327 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อน กับ หนังสือพิมพ์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .435 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อน กับ นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .277 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อน กับ สิ่งพิมพ์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .881 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อน กับ เอกสาร ททท. พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .342 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
7. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อน กับ เจ้าหน้าที่ ททท. พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .477 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
8. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อน กับ บุคคลในครอบครัว/ญาติ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .240 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ
9. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อน กับ เพื่อน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .187 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่ำมาก
10. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อน อินเทอร์เน็ต พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .252 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน
11. วัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อน กับ อื่น ๆ เช่น Email พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .666 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับในวัตถุประสงค์สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับ โทรทัศน์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .372 แสดงว่า ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ
2. วัตถุประสงค์สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์กับ วิทยุ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กัน

11. วัตถุประสงค์สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ กับ อื่น ๆ เช่น Email พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .104 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 10.40 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เพื่ออาชีพและธุรกิจ

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับในวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับ โทรทัศน์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .320 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 32.00 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจกับ วิทยุ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .403 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 40.30 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ หนังสือพิมพ์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .451 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 45.10 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .256 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 25.60 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ สิ่งพิมพ์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .286 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 28.60 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

6. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ เอกสาร ททท. พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .222 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 22.20 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

7. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ เจ้าหน้าที่ ททท. พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .300 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 30.00 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

8. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ บุคคลในครอบครัว/ญาติ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .229 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

9. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ เพื่อน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .246 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

10. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ อินเทอร์เน็ต พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .273 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 27.30 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

11. วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ กับ อื่น ๆ เช่น Email พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .217 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัว

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับในวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัวกับ โทรทัศน์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .333 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัว กับ วิทยุ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .675 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัว กับ หนังสือพิมพ์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .626 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัว กับ นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .849 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

5. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัวกับ สิ่งพิมพ์ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .999 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัว กับ เอกสาร ททท. พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .738 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

7. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัว กับ เจ้าหน้าที่ ททท. พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .705 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

8. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัวกับ บุคคลในครอบครัว/ญาติ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .871 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

9. วัตถุประสงค์อื่น ๆ กับ เพื่อน พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .397 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

10. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัว กับอินเตอร์เน็ต พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .049 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

11. วัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเยี่ยมญาติ,เยี่ยมเพื่อน,ทำธุระส่วนตัว กับ อื่น ๆ เช่น Email พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .104 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 10.40 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

9.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 71 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (จำนวน)ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร	.016	.74

จากตาราง 71 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการรับรู้ข่าวสาร เช่น ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, เอกสารของ ททท. ไม่มีความสัมพันธ์กับในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9.3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

H_1 : ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ตาราง 72 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม / ครั้ง

ตัวแปร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร	.027	.586

จากตาราง 72 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านการรับรู้ข่าวสารกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการรับรู้ข่าวสาร เช่น ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, เอกสารของ ททท., เจ้าหน้าที่ ททท., บุคคลในครอบครัว/ญาติ, เพื่อน, อินเทอร์เน็ต, และอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการนำเสนอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายพัฒนา ปรับปรุงในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครปฐม และเป็นแนวทางสำหรับจังหวัดอื่นในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและเพื่อพัฒนาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นในอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สนองนโยบายของรัฐบาลได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งเพื่อรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหวังไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

ความสำคัญของการวิจัย

งานศึกษาวิจัยโครงการนี้เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการนำเสนอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายพัฒนา ปรับปรุงในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครปฐม และเป็นแนวทางสำหรับจังหวัดอื่นในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นในอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สนองนโยบายของรัฐบาลได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งเพื่อรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีต่อไป

สมมติฐานในการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม
2. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม
4. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

5. รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม
6. ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม
7. ปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม
8. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม
9. การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยจะเลือกศึกษาข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเพียง 8 แห่ง จากทั้งหมด 18 แห่ง ในจังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด 2538:185-186) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling)

1. ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยว 8 แห่งในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ วัดพระปฐมเจดีย์วรวิหาร พระราชวังสนามจันทร์ ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามสามพราน พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย พุทธมณฑล ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำลำพญา วัดไร่ขิง
2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) แห่งละ 50 คน
3. การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

- 1.1 เอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 1.2 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่างๆ
- 1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 1.4 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 ดำเนินการเก็บข้อมูลในจังหวัดนครปฐม ในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 8 แห่ง ให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง คือ พระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย พุทธมณฑล วัดไร่ขิง ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำสำเภา โดยแจกแบบสอบถามแต่ละ 50 ชุด

2.2 ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายนถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2545

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 10

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ใช้การทดสอบค่า t-test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม คือ เพศชาย และ เพศหญิง

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ใช้การทดสอบค่า F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ใช้การทดสอบค่า F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ใช้การทดสอบค่า F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ใช้การทดสอบค่า F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment

Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระแก่กันหรือหาความสัมพันธ์ของข้อมูล 2 ชุด

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระแก่กันหรือหาความสัมพันธ์ของข้อมูล 2 ชุด

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระแก่กันหรือหาความสัมพันธ์ของข้อมูล 2 ชุด

สมมติฐานข้อที่ 9 การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระแก่กันหรือหาความสัมพันธ์ของข้อมูล 2 ชุด

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม สรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา มีดังนี้

การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.20 และ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.80 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมาคืออายุ 15 - 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.30 และมีอายุ 35 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมา คือ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 26.80 และมีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส คิดเป็นร้อยละ 12.80 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมา คือ นิสิต/ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.50 และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 15.30 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือน 65,00 - 11,800 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.30 และมีรายได้ต่อเดือน 11,801 - 17,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม มากที่สุด คือ พระปฐมเจดีย์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ พุทธมณฑล, พระราชวังสนามจันทร์, วัดไร่ขิง, ตลาดน้ำวัดดอนหวาย พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง, และลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน 4.18, 3.98, 3.86, 3.84, 3.75 และ 3.68 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ

วัดพระประโทณเจดีย์, เมืองเก่ากำแพงแสน, วัดดอนยายหอม, ตลาดน้ำลำพญา, วัดพระงามวัดพระเมรุ, วัดธรรมศาลา, อุทยานปลา, สวนศิลปะ มีเทียม ยิบอินซอย, สวนสมุนไพรบักไม้ลาย และ หมู่บ้านไทย

โ่ง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99, 2.97, 2.88, 2.84, 2.77, 2.75, 2.68, 2.64, 2.61, 2.54 และ 2.46 ตามลำดับ

ปัจจัยสนับสนุน เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมาก คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว, ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว, สิ่งอำนวยความสะดวก, สินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม, สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10, 4.09, 3.64, 3.59 และ 3.50

ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมาก คือ ถนน, สถานีรถประจำทาง, ไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์สถานีรถไฟ และ ศูนย์การค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00, 3.67, 3.55, 3.54, 3.50, 3.49 และ 3.00

ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสาร เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมาก โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการรับรู้ข่าวสารจาก เพื่อน, บุคคลในครอบครัว/ญาติ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และ 3.71 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ โทรทัศน์, นิตยสาร/วารสาร, การท่องเที่ยว เอกสารของ ททท., หนังสือพิมพ์, วิทยุ, สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ และ โบปลิว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42, 3.40, 3.20, 3.11, 3.05, 2.86 และ 2.84

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า

ระดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ในระดับมาก คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ อากาศสวยงามเห็น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ 3.69 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ สนใจทางด้านศาสนาและประวัติ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ เพื่ออาชีพและธุรกิจซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 และไม่ให้ความสำคัญ คือ เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.11 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวแบบมากกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมานิยมเดินทางมากับบุคคลในครอบครัวและญาติ คิดเป็นร้อยละ 42.30 และเดินทางมาท่องเที่ยวแบบมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ ครอบครัวเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 34.50 และเพื่อนเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยวในวันหยุดปลายสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 44.30 รองลงมา เดินทางไปเที่ยวในวันหยุดตามเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 36.80 และ เดินทางไปเที่ยวในวันลาพักผ่อนประจำปี คิดเป็นร้อยละ 10.80 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยรถส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวโดยรถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 17.00 และเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับโดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการไหว้พระ คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมามีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 65.00 และมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยการทำบุญ คิดเป็นร้อยละ 56.30 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ กิจกรรมที่ทำบ่อยที่สุด คือ ไหว้พระ คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมาพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และซื้อคิดเป็นร้อยละ 13.00 ของ ตามลำดับ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยว คือ พระปฐมเจดีย์ คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน คิดเป็นร้อยละ 10 และตลาดน้ำดอนหวาย คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ปีละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.30 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมปีละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18 และเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมปีละ 3

ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.30 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมโดยเฉลี่ย (ครั้ง) ต่อปี เท่ากับ 5.85 หรือ 6 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 1000 บาท ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.50 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.30 และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม 1500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.50 สำหรับนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมโดยเฉลี่ย 935.83 บาท/ครั้ง หรือเท่ากับ 936 บาท นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะ เรื่อง อื่น ๆ เช่น น่าจะมีรถ 3 ล้อนำเที่ยว, ควรปรับปรุงเรื่องความสะดวกสบายของสถานที่, ควรปลูกต้นไม้ให้มากขึ้น ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุป ได้ดังนี้

1. เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05
2. เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05
3. เพศมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

1. อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้
 - 1.1 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อยากพักผ่อนเห็นแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01
 - 1.2 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01
 - 1.3 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05
 - 1.4 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01

1.5 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2. อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านจำนวน(ครั้ง) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3. อายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้สรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ สรุปได้ดังนี้

1.1 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อยากรู้หรืออยากเห็นแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

1.2 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01

1.3 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .01

1.4 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01

1.5 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2. การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านจำนวน(ครั้ง) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3. การศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

1.4 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01

1.5 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2. รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3. รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ .01 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุป ได้ดังนี้

1. ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01

1.2 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01

1.3 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01

1.4 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01

2. ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับ จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2.2 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม มีความสัมพันธ์กับ จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05

2.3 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับ จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 73 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สรุปผลการทดสอบ	การทดสอบ
1	ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุป ได้ดังนี้	
1.1	เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.2	เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.3	เพศมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2	ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุป ได้ดังนี้	
2.1	อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวสรุปได้ดังนี้	
2.1.1	อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์คืออยาก رؤ้อายากเห็นแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .01	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1.2	อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1.3	อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ข้อที่	สรุปผลการทดสอบ	การทดสอบ
2.1.4 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01		เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1.5 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.2 อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านจำนวน(ครั้ง) ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.3 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		เป็นไปตามสมมติฐาน
3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้สรุปได้ดังนี้		
3.1 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ สรุปได้ดังนี้		
3.1.1 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อย่างรู้ อยากเห็นแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		เป็นไปตามสมมติฐาน
3.1.2 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01		เป็นไปตามสมมติฐาน
3.1.3 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .01		เป็นไปตามสมมติฐาน

ข้อที่	สรุปผลการทดสอบ	การทดสอบ
3.1.4 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01		เป็นไปตามสมมติฐาน
3.1.5 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		ไม่เป็นไปตามสมมติ
3.2 การศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านจำนวน(ครั้ง) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.3 การศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุป ได้ดังนี้		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4.1 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวสรุปได้ดังนี้		
4.1.1 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อยากรู้ อยากเห็น แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01		เป็นไปตามสมมติฐาน
4.1.2 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01		เป็นไปตามสมมติฐาน
4.1.3 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01		เป็นไปตามสมมติฐาน

ข้อที่	สรุปผลการทดสอบ	การทดสอบ
4.1.4 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4.1.5 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		เป็นไปตามสมมติฐาน
4.2 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		ไม่เป็นไปตามสมมติ
4.3 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		เป็นไปตามสมมติฐาน
5 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุป ได้ดังนี้		
5.1 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้		
5.1.1 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อยากรู้ อยากเห็นแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01		เป็นไปตามสมมติฐาน
5.1.2 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ต้องการพักผ่อนหย่อนใจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		เป็นไปตามสมมติฐาน
5.1.3 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05		เป็นไปตามสมมติฐาน

ข้อที่	สรุปผลการทดสอบ	การทดสอบ
	5.1.4 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01	เป็นไปตามสมมติฐาน
	5.1.5 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05	ไม่เป็นไปตามสมมติ
	5.2 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	5.3 รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05	เป็นไปตามสมมติฐาน
	6 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ .01 จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุป ได้ดังนี้	
	6.1 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้	เป็นไปตามสมมติฐาน
	6.1.1 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01	เป็นไปตามสมมติฐาน
	6.1.2 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01	เป็นไปตามสมมติฐาน
	6.1.3 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01	เป็นไปตามสมมติฐาน
	6.1.4 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ .01	เป็นไปตามสมมติฐาน
	6.2 ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้	

ข้อที่	สรุปผลการทดสอบ	การทดสอบ
6.2.1	ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับ จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05	เป็นไปตามสมมติฐาน
6.2.2	ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางสังคม มีความสัมพันธ์กับ จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05	เป็นไปตามสมมติฐาน
6.2.3	ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับ จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
6.2.4	ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและการบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับ จำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
6.3	ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัย .05	เป็นไปตามสมมติฐาน
7	ปัจจัยแหล่งสนับสนุนมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ ข้อมูล สรุป ได้ดังนี้	
7.1	ปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ .05	เป็นไปตามสมมติฐาน
7.2	ปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ .05	เป็นไปตามสมมติฐาน
7.3	ปัจจัยสนับสนุนไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ .05	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
8	ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุป ได้ดังนี้	
8.1	ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมที่ระดับนัยสำคัญ .05	เป็นไปตามสมมติฐาน

ข้อที่	สรุปผลการทดสอบ	การทดสอบ
8.2 ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ .05		ไม่เป็นไปตามสมมติ
8.3 ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมที่ระดับนัยสำคัญ .05		เป็นไปตามสมมติฐาน
9 ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01 และ .05 จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้		
9.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ .01		เป็นไปตามสมมติฐาน
9.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ .05		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
9.3. ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์ กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ที่ระดับนัยสำคัญ .05		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์สำหรับจังหวัดนครปฐมที่จะนำมาพัฒนา ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลตามสมมติฐาน ดังนี้

1. เพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ กมลลา สุพรรณ (2539:บทคัดย่อ) กล่าวว่า ความแตกต่างของเพศกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความแตกต่างกัน สำหรับด้านจำนวน(ครั้ง) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ กมลลา สุพรรณ (2539:บทคัดย่อ) กล่าวว่า จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศหญิงและเพศชาย แต่ขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาว่างในการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ธรรมบุญ ทวีกุล (2530: 87) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สภาพแวดล้อม การใช้สวนสาธารณะของประชาชน ไม่ว่าจะเพศหญิงหรือเพศชายมีพฤติกรรมการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมสวนสาธารณะในเชิงบวก และไม่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว

2. อายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดนครปฐม ด้านวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์และด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นได้รับความรู้เพิ่มเติม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ตรียศดา เลี้ยงไพศาล (2543 : 134 - 137) กล่าวว่า พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ทุกวัย ทุกอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ตลอดรวมถึงด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นได้รับความรู้เพิ่มเติม ด้านวัตถุประสงค์อยากพักผ่อนเห็น ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, วัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พิเชฐ พิมลศรี (2536 : 46 - 57) กล่าวว่า อายุของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กันโดยตรงกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้านการพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ซึ่งชื่นชอบต่อธรรมชาติและบรรยากาศของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือว่ามีความสะดวก และสอดคล้องกับ พิเชฐ พิมลศรี (2536 : 115 - 116) กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบท่องเที่ยวเดินป่า คือ กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง คือ ชอบความท้าทาย มีความอยากรู้อยากเห็นสิ่งต่าง ๆ ในป่า สำหรับด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน ซึ่ง สอดคล้องกับ สุภาวดี คงเจริญ (2535: 147-148) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวคนไทยทั่วไปไม่จำกัด วัย หรือช่วงอายุ มักจะมีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม โอกาส และเวลาที่เอื้ออำนวยให้เดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ธรรมบุญ ทวีกุล (2530: 87) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สภาพแวดล้อม การใช้สวนสาธารณะของประชาชน ไม่ว่าจะเพศหญิงหรือเพศชาย ทุกช่วงอายุ จะมีพฤติกรรมการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมสวนสาธารณะในเชิงบวก และไม่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว

3. ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น ได้รับความรู้เพิ่มเติม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สถิตา โภชนพันธ์ (2530 : 95) กล่าวว่า ระดับการศึกษาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศสัญจรของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศสัญจรขึ้นอยู่กับขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยวรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยว ประเภทของกลุ่มท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน แต่ก็มักจะมีพฤติกรรมของการชอบรูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ด้านวัตถุประสงค์อยากพักผ่อน, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, สนใจด้านศาสนาและประวัติศาสตร์, และวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ วิไลภรณ์ ชันติสิทธิ์ (2540: 74 – 76) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องของระดับการศึกษาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการอยากพักผ่อน และวัตถุประสงค์เพื่ออาชีพและธุรกิจ มีความแตกต่างกัน สำหรับด้านจำนวน (ครั้ง) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ วิไลภรณ์ ชันติสิทธิ์ (2540: 77 - 82) กล่าวว่า ระดับการศึกษา ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อรทัย เลิศจิตติสุทธิ์ (2536: 27 – 30) กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีและระยอง ทุกระดับการศึกษา ซึ่งมีความแตกต่างกัน ไม่มีผลสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่แต่ละบุคคลใช้จ่ายไปในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอสัตหีบ อำเภอบางละมุง แหลมฉบัง และเมืองพัทยา

4. อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น ได้รับความรู้เพิ่มเติม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สถิตา โภชนพันธ์ (2530 : 96 - 97) กล่าวว่า อาชีพกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศสัญจรของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศสัญจรขึ้นอยู่กับขนาดกลุ่มนักท่องเที่ยวรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยว ประเภทของกลุ่มท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มท่องเที่ยวที่มีการอาชีพแตกต่างกัน แต่มีพฤติกรรมของการชอบรูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน สำหรับวัตถุประสงค์ด้านอยากพักผ่อน, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์และเพื่ออาชีพและธุรกิจแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สำหรับด้านกับจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อรทัย เลิศจิตติสุทธิ์ (2536: 31 - 33) กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีและระยอง ทุกอาชีพ ซึ่งแตกต่างกันนั้นมีผลสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่แต่ละบุคคลใช้จ่ายไปในการเดินทางมาท่องเที่ยว ใน อ.สัตหีบ อ. บางละมุง แหลมฉบัง และเมืองพัทยา ซึ่งผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 10,000 - 15,000 บาท จะมีพฤติกรรมในการใช้จ่ายใช้สอยที่แตกต่างกันออกไป

5. รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน, ทำธุระส่วนตัว ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ (2540: 20-25) กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาด้านวัตถุประสงค์ เช่น ต้องการเยี่ยมญาติ, เยี่ยมเพื่อน นั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ของนักท่องเที่ยว สำหรับวัตถุประสงค์ด้านอยากพักผ่อน, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, สน

ใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์และเพื่ออาชีพและธุรกิจ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ (2540: 26 - 28) กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านวัตถุประสงค์ด้านอยากพักผ่อนเห็น, ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ, สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ และเพื่ออาชีพและธุรกิจแตกต่างกัน สำหรับด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถัย เลิศจิตติสุทธิ (2536: 31 - 33) กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีและระยอง ในระดับรายได้ที่แตกต่างกันนั้น มีผลสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่แต่ละบุคคลใช้จ่ายไปในการเดินทางมาท่องเที่ยว ใน อ.สัตหีบ อ. บางละมุง แหลมฉบัง และ เมืองพัทยา ซึ่งผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 10,000 - 15,000 บาท จะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยที่แตกต่างกันออกไป

6. ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์ ซึ่งสอดคล้องกับ ทศน์วรรณ วิบุษขมานนท์ (2543: 102 - 105) กล่าวว่า ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวของหาดบางแสน ของผู้มาเยี่ยมเยือน ผลการศึกษา สรุปว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางสังคมมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สำหรับปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์, ด้านการบันเทิงและการบริการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ทศน์วรรณ วิบุษขมานนท์ (2543: 106 - 110) กล่าวว่า พฤติกรรมด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวขึ้นไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์, ด้านการบริการและการบันเทิง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางสังคมมีความสัมพันธ์ ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้อง ศิริสา สอนศรี กล่าวว่า (120 - 123) กล่าวว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่าย แต่ขึ้นอยู่กับความชื่นชอบ

7. ปัจจัยสนับสนุนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ซึ่งสอดคล้องกับ สุรีพร ภัทราพรนันท์ (2541 : 80 - 83) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ความหลากหลายของอาหาร ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดกาญจนบุรี สำหรับด้านจำนวน(ครั้ง) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับ สุรีพร ภัทราพรนันท์ (2541 : 80 - 83) กล่าวว่า ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ เช่น ร้านอาหาร ความหลากหลายของอาหาร ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับ โสภภาพ สุทธิศักดิ์ (2539 : 78 - 80) กล่าวว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร, ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

8. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมซึ่งสอดคล้องกับ สุรศักดิ์ ขุนณรงค์ (2539:บทคัดย่อ)

ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศึกษากรณีแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานนอกถ้ำ สำหรับด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมมีความสัมพันธ์กันซึ่งสอดคล้องกับ สุรศักดิ์ ขุนณรงค์ (2539: บท คัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศึกษากรณีแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานนอกถ้ำ ซึ่งจะส่งผลต่อความประทับใจ และมีความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวอีกครั้งบ่อยครั้งขึ้น สุรศักดิ์ ขุนณรงค์ (2539:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศึกษากรณีแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานนอกถ้ำ ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดนครปฐมไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับ สุรศักดิ์ ขุนณรงค์ (2539:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศึกษากรณีแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานนอกถ้ำ ซึ่งจะส่งผลต่อความประทับใจ และมีความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวอีกครั้งบ่อยครั้งขึ้น แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย

9. ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมซึ่งสอดคล้องกับ ศกวรรณ พาเรือง (2540 : 74 – 90) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาหาข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ก่อนที่จะไปพอสมควร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด สำหรับด้านจำนวน(ครั้ง)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับ โสภภาพร ศุทธิศักดิ์ (2539 : 47-52) และมีความสัมพันธ์กับ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2540 : บทคัดย่อ) กล่าวว่า จำนวน (ครั้ง) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสาร แม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดก็ตาม แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสถานที่นั้นว่าเป็นไปอย่างที่คิดไว้หรือไม่ และ ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้อง วีระพล วงษ์ประเสริฐ (2535 : 58-59) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว คือ อัตราส่วนของราคา ค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศนักท่องเที่ยวและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยว กับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย จากผลการวิจัยดังกล่าว ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเกิดจากความพึงพอใจ ไม่ได้มีส่วนสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสาร

ข้อเสนอแนะ

1. ผลจากพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์, แหล่งท่องเที่ยวทางด้านการบิน

และบริการ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น จังหวัดนครปฐม จึงควรมีการปรับปรุงและรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมเกิดความประทับใจ และเป็นแรงดึงดูดใจให้กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง

2. ปัจจัยสนับสนุนต่างๆ เช่น ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว, ความหลากหลายของอาหาร, สินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม ปัจจัยดังกล่าว มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางและจำนวนครั้งในการเดินทาง ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่กระตุ้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งถือได้ว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยสนับสนุนด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมาก ดังนั้น ผู้ที่ดูแลและรับผิดชอบในส่วนของด้านความสวยงาม จึงควรให้ความสำคัญและทำการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้สวยงามและภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

3. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ เช่น ไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์, ถนน, สถานีรถไฟ, สถานีรถประจำทาง, และศูนย์การค้า ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยในการอำนวยความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งถนนถือเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก ดังนั้น จึงควรทำการปรับปรุงถนน และจัดระบบการจราจร ตลอดจนทั้งป้ายบอกทาง และป้ายบอกชื่อของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว

4. ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสาร เช่น โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสารททท. เจ้าหน้าที่ททท. บุคคลในครอบครัว/ญาติ เพื่อน อินเทอร์เน็ต ปัจจัยต่างๆ ถือเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากอีกปัจจัยหนึ่ง ดังนั้นทางจังหวัดนครปฐมจึงควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หรือช่วงฤดูเทศกาลต่างๆ ที่ทางจังหวัดนครปฐมได้จัดขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

5. เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมเพิ่มมากขึ้น ควรจะมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และช่วงเทศกาล ให้มากกว่าปัจจุบันนี้ โดยการใช้สื่อต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

6. จังหวัดนครปฐมควรมีการปลูกต้นไม้ให้มากกว่านี้ เพื่อที่จะเป็นร่มเงาให้กับประชาชน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ที่มาพักผ่อนและท่องเที่ยว ในช่วงเวลากลางวัน

7. ควรจัดหาหน่วยงานที่รับผิดชอบ และปรับปรุงให้จังหวัดนครปฐม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น อีกทั้งควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงในการดูแลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น ไกด์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง แต่ละจุด เพื่อสร้างความประทับใจที่ดีแก่นักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนและเป็นการกระจายรายได้ให้กับประชาชนจังหวัดนครปฐม

8. สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ภายในจังหวัดนครปฐม ค่อนข้างดีอยู่แล้ว แต่ผู้ว่าราชการจังหวัดควรทำการปรับปรุงถนนหนทาง และจุดเชื่อมต่อ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการจราจร

9. ควรมีการจัดสรรพื้นที่เฉพาะสำหรับพ่อค้าแม่ค้า โดยเฉพาะช่วงเทศกาล ซึ่งจะมีการตั้งขายสินค้าต่าง ๆ มากมาย เกะกะทางเท้า จนทำให้ไม่มีช่องทางให้เดิน ส่งผลให้การจราจรติดขัด ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จึงควรมีมาตรการเร่งด่วนในการจัดการเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการวางของขายบนทางเท้า

10. ควรทำการปรับปรุงเรื่องความสะอาด และเพิ่มความสะดวกสบายด้านห้องน้ำ เพื่อคอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ซึ่งจะมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของสถานประกอบการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม เพื่อสถานประกอบการจะได้มีการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ การให้บริการด้านต่าง ๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการไปท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อสถานประกอบการโดยเน้นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลลา สุพรรณ. (2539). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการ
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล(ฉบับปรับปรุง
ใหม่). กรุงเทพฯ : หจก.ซี เด แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2524). รายงานการสำรวจเบื้องต้นเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว.
----- . (2526). สถิติและเรื่องสำคัญบางประการที่ควรทราบในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว.
/----- . (2527). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย.
----- . (2529). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย.
----- . (2533). ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว.การท่องเที่ยว ตำรา-เอกสารวิชาการ
การฉบับที่ 30. หน่วยงานนิเทศน์กรมฝึกหัดครู.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา
กรมศาสนา.
----- . (2544). แผนการท่องเที่ยวปี 2545.
✓ชัยวัช ไทยง. (2520). การจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.อัครสำเนา.
----- . (2529). การศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศน์ภาคเหนือ.กรุงเทพฯ.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
ชัยพร วิชาวุธ. (2523). การวิจัยเชิงจิตวิทยา.กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
ซุดา จิตพิทักษ์. (2525). พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น.พิมพ์ครั้งที่2.กรุงเทพฯ : บริษัท สารมวลชน
จำกัด.
ดริยสุดา เลียงไพศาล. (2543). การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี 2000. วิทยานิพนธ์ ปริญญานิเทศศาสตร์
มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
ทองหยต สอนทอง. (2539). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชันในเขต
กรุงเทพฯ.วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล.
ทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์. (2543). ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ
การท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
ธรรมบุญ ทวีกุล. (2530). ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตลอดสวันสาธารณะของประชาชน. วิทยา
นิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
นิคม ประเมโท. (2534). พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัด
อุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ. (2538). *พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2527). *พฤติกรรมการณ์ของคนไทย*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล. เอกสาร.
- (2540). *ศึกษาพฤติกรรมการณ์เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปรีชา นิพนธ์พิทยา. (2539). *นครปฐมบ้านเรา*. กรุงเทพฯ : อีรพงษ์การพิมพ์. สมุดกลาง09.
- พันศักดิ์ ชูทอง. (2541). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในทรรคนของประชาชน*. บ้านสะเริง ๓. ศรีดอนมูล อ.เชียงแสน จ.เชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- พิชญพิทักษ์. (2537). *เที่ยวเมืองไทยภาคกลาง 15 จังหวัด*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หอสมุดกลาง09.
- พิภพ พิทักษ์ศิลป์. (2525). *การศึกษาเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิเชฐ พิมพ์ศรี. (2536). *ศึกษามลกระทบของการท่องเที่ยวเดินป่า : ศึกษาเฉพาะกรณีของอำเภอมแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ม.ล.ศุภ ชุมสาย. (2527). *ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2542). *สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจหน่วยที่1-8*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- (2542). *สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจหน่วยที่ 9-15*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ลลิตา โภชนพันธ์. (2536). *ศึกษาพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวในเชิงนิเวศสัญจรของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- (2539). *พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวในเชิงนิเวศสัญจรของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วีระพล วงษ์ประเสริฐ. (2535). *ศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลาศวงศ์ นพรัตน์ และ อุทัย บุญประเสริฐ. (2517). *การบรรยายเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา*. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. อดสำเนา.
- วิไลภรณ์ ชันดิสิทธิ์. (2540). *ศึกษาทรรคนของเกษตรกรต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต บ้านแม่สาใหม่ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- วันเพ็ญ อังคศิริสรรพ. (2543). พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์ต่อความเสื่อมโทรมของแนวปะการัง กรณีศึกษาหมู่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศกพลวรรณ พารเรือง. (2540). ศึกษาองค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริลักษณ์ อริยปัญญาไธย. (2540). ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัด นครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิรสา สอนศรี. (2541). ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยของจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศีร์วรรณ เสรีรัตน์. (2539). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : บริษัทวิสิทธิ์พัฒนาจำกัด.
- ศีร์วรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ:พัฒนาศึกษา. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2540). โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ. กรุงเทพมหานคร.
- สมจิตต์ สุพรรณทัศน์. (2526). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : คณะสาธารณสุขศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สันติ ชุติษฐา. (2525). การศึกษาเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธิลักษณ์ อัมพันวงศ์. (2542). เทียนนครปฐม. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์นการพิมพ์.
- สุภาวดี คงเจริญ. (2535). ศึกษาทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรศักดิ์ ชุณณรงค์. (2539). ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศศึกษากรณีแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุริพร ภัทราพรนันท์. (2541). ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล. (2541). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยคจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหิดล.
- โสภา ชูพิกุลชัย. (2521). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- โสภาพร สุทธิศักดิ์. (2539). ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรทัย เลิศจิตติสุทธิ์. (2536). ศึกษาตัวชี้วัดการเจริญเติบโตของเมืองจากการพัฒนาอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรีและระยอง. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สถาบันดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุทัย บุญประเสริฐ. (2517). การบรรยายเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. อัดสำเนา.

Website

<http://www.tat.or.th>

<http://www.nkp-center.com/>

<http://www.geocities.com/TheTropics/Shores/7648/HTML/ie-frame.htm>

ภาคผนวก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายพัฒนา ปรับปรุงในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครปฐม และเป็นแนวทางสำหรับจังหวัดอื่นในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นในอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ และสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านช่วยกรอกแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และการเสนอผลการวิจัยเป็นภาพโดยรวมเท่านั้น

ขอขอบคุณท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถาม
โครงการวิจัย เรื่อง
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

เลขที่แบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย / ลงใน [] ที่ข้อมูลตรงกับความจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ตอนที่ 1. สถานภาพส่วนตัวจำนวน 5 ข้อ

1. เพศ

[] 1.1 ชาย

[] 1.2 หญิง

2. อายุ

[] 2.1 ต่ำกว่า 15 ปี

[] 2.2 15-24 ปี

[] 2.3 25-34 ปี

[] 2.4 35-44 ปี

[] 2.5 45-54 ปี

[] 2.6 55-64 ปี

[] 2.7 65 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

[] 3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา

[] 3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

[] 3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

[] 3.4 อนุปริญญา/ปวส.

[] 3.5 ปริญญาตรี

[] 3.6 สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

[] 4.1 นิสิต/นักศึกษา

[] 4.2 พนักงานบริษัท

[] 4.3 รับราชการ

[] 4.4 รัฐวิสาหกิจ

[] 4.5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

[] 4.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

[] 5.1 ต่ำกว่า 6,500 บาท

[] 5.2 6,500-11,800 บาท

[] 5.3 11,801-17,100 บาท

[] 5.4 17,101-22,400 บาท

[] 5.5 22,401-27,700 บาท

[] 5.6 27,701-33,000 บาท

[] 5.7 สูงกว่า 33,000 บาท

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย / ให้ตรงกับระดับความสำคัญที่ท่านเลือก**

6. ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวต่อไปนี้เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมากน้อยเพียงใด

ลำดับ	ความสำคัญในการเลือกลักษณะแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
6.1	อุทยานปลา					
	แหล่งท่องเที่ยวทางสังคม					
6.2	สวนศิลปะ มีเทียม ยิบอินซอย					
6.3	ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน					
6.4	พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย					
6.5	หมู่บ้านไทยโซ่ง					
	แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์					
6.6	พระปฐมเจดีย์					
6.7	พระราชวังสนามจันทร์					
6.8	วัดพระประโทณเจดีย์					
6.9	วัดพระเมรุ					
6.10	วัดธรรมศาลา					
6.11	วัดดอนยายหอม					
6.12	วัดพระงาม					
6.13	วัดไร่ขิง					
6.14	เมืองเก่ากำแพงแสน					
	แหล่งท่องเที่ยวด้านการบันเทิงและบริการ					
6.15	พุทธมณฑล					
6.16	ตลาดน้ำดอนหวาย					
6.17	ตลาดน้ำลำพญา					
6.18	สวนสมุนไพรบักไม้ลาย					

7. ปัจจัยสนับสนุนต่อไปนี้เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมากน้อยเพียงใด

ลำดับ	ความสำคัญในการเลือกปัจจัยสนับสนุน	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7.1	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร					
7.2	ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
7.3	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
7.4	ความหลากหลายของอาหาร					
7.5	สินค้าประจำจังหวัด เช่น ส้มโอ ข้าวหลาม					

8. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการต่อไปนี้เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมากน้อยเพียงใด

ลำดับ	ความสำคัญในการเลือกปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการ	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
8.1	ไฟฟ้า					
8.2	ประปา					
8.3	โทรศัพท์					
8.4	ถนน					
8.5	สถานีรถไฟ					
8.6	สถานีรถประจำทาง					
8.7	ศูนย์การค้า					

9. การรับรู้ข่าวสารต่อไปนี้เป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม มากน้อยเพียงใด

ลำดับ	ความสำคัญในการรับรู้ข่าวสาร	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9.1	โทรทัศน์					
9.2	วิทยุ					
9.3	หนังสือพิมพ์					
9.4	นิตยสาร/วารสาร การท่องเที่ยว					
9.5	สิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โบปลิว					
9.6	เอกสารของ ททท.					
9.7	เจ้าหน้าที่ ททท.					
9.8	บุคคลในครอบครัว/ญาติ					
9.9	เพื่อน					
9.10	อินเทอร์เน็ต					
9.11	อื่นๆ(โปรดระบุ).....					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย / ลงใน [] ที่ข้อมูลตรงกับความจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

10. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด

ลำดับ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	อยากรู้ อยากเห็น					
2	ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ					
3	สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์					
4	เพื่ออาชีพและธุรกิจ					
5	อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

11. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบใด

- | | | | |
|-------------------------------|------------------------|-------------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> 12.1 | มาคนเดียว | <input type="checkbox"/> 12.2 | มากับเพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 12.3 | บุคคลในครอบครัวและญาติ | <input type="checkbox"/> 12.4 | มากับบริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 12.5 | อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | |

12. บุคคลใดมีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

- | | | | |
|-------------------------------|------------|-------------------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> 13.1 | ตัวท่านเอง | <input type="checkbox"/> 13.2 | เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 13.3 | ครอบครัว | <input type="checkbox"/> 13.4 | อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

13. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด

- | | | | |
|-------------------------------|-----------------------|-------------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> 14.1 | วันธรรมดา | <input type="checkbox"/> 14.2 | วันหยุดปลายสัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 14.3 | วันลาพักร้อนประจำปี | <input type="checkbox"/> 14.4 | วันหยุดตามเทศกาล |
| <input type="checkbox"/> 14.5 | อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | |

14. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยว

- | | | | |
|-------------------------------|------------------|-------------------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> 16.1 | รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 16.2 | รถไฟ |
| <input type="checkbox"/> 16.3 | รถโดยสารประจำทาง | <input type="checkbox"/> 16.4 | รถบริการนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 16.5 | บริการเช่ารถตู้ | <input type="checkbox"/> 16.6 | อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

15. การเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ท่านมีพฤติกรรมอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 15.1 ไหว้พระ
- 15.2 ทำบุญ
- 15.3 รับประทานอาหาร
- 15.4 ชมการแสดง
- 15.5 ซื้อของ
- 15.6 พักผ่อน
- 15.7 ศึกษาหาความรู้
- 15.8 อื่นๆ(โปรดระบุ).....

16. กิจกรรมที่ท่านทำบ่อยที่สุดคือข้อใด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- 16.1 ไหว้พระ
- 16.2 ทำบุญ
- 16.3 รับประทานอาหาร
- 16.4 ชมการแสดง
- 16.5 ซื้อของ
- 16.6 พักผ่อน
- 16.7 ศึกษาหาความรู้
- 16.8 อื่นๆ(โปรดระบุ).....

17. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- 16.1 พระปฐมเจดีย์
- 16.2 พระราชวังสนามจันทร์
- 16.3 ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน
- 16.4 พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย
- 16.5 พุทธมณฑล
- 16.6 วัดไร่ขิง
- 16.7 ตลาดน้ำดอนหวาย
- 16.8 ตลาดน้ำลำพญา

18. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม.....ครั้ง

19. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมในครั้งนี้อยู่ประมาณ.....บาท

20. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมเพราะเป็นทางผ่านหรือเจาะจงมาเที่ยว

- 20.1 เป็นทางผ่าน
- 20.2 เจาะจงมา

21. ท่านจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมอีกหรือไม่

[] 21.1 มา

[] 21.2 ไม่มา

22. ปัญหาที่ท่านพบจากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

.....

.....

.....

.....

.....

23. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

.....

.....

.....

.....

.....



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/0912

วันที่ ๑๗ มกราคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวอารีย์ วรเวชธนกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม" โดยมี รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา และอาจารย์วรินทรา ศิริสุทธิกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามให้ นางสาวอารีย์ วรเวชธนกุล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รศ. สุพาดา สิริกูดดา	รองประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อ. วรินทร์รา ศิริสุทธิกุล	คณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ที่ ทม 1012/ ๕156



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕๘ กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวอารีย์ วรเวชธนกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม" โดยมี รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ในระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวอารีย์ วรเวชธนกุล ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 06-5183680

ที่ ทม 1012/ ๕155



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕๕ กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการทั่วไป ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวอารีย์ วรเวชธนกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม" โดยมี รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สวนสามพราน ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ในระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวอารีย์ วรเวชธนกุล ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 06-5183680

ที่ ทม 10121/๒137



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๘ กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวอารีย์ วรเวชธนกุล นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม" โดยมี รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม ในระหว่างเดือนมีนาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอบความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวอารีย์ วรเวชธนกุล ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ มือถือ 06-5183680

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นางสาวอารีย์ วรเวชนกุล
วันเดือนปีเกิด	22 พฤศจิกายน 2516
สถานที่เกิด	จังหวัดนครปฐม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	11 ถนนพิพิธประสาท ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ห้องภาพสยาม จังหวัดนครปฐม
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2535	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนราชินีบูรณะ จังหวัดนครปฐม
พ.ศ. 2539	บช.บ. (การตลาด) จาก มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ. 2546	บช.ม. (การตลาด) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ