

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวสายฝน ถึงหมื่นไวย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้
พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

.....กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง และคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ คือ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และรองศาสตราจารย์สุพาดาศ สิริกุดตา ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงให้สารนิพนธ์มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม รวมถึงขอกราบขอบพระคุณญาติพี่น้องที่คอยให้กำลังใจ ตลอดจนเพื่อนๆ ทุกคน ที่ให้คำแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.

สายฝน ถึงหมื่นไร่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา

บทคัดย่อ
ของ
นางสาวสายฝน ถึงหมื่นไฉน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

มีนาคม 2548

สายฝน ถึงหมื่นไฉ. (2547). *ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา*. สารนิพนธ์ บข.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา โดยเปรียบเทียบจากเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา จำนวน 420 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การหาค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้ Least Significant Difference (LSD) ค่าไคร์ สแควร์ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Science) For Windows Version 11

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 –34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีสถานภาพโสด

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยว 1 – 2 ครั้ง/ปี ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวแต่ละครั้งเฉลี่ย 1 - 3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง เพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ใช้บริการที่พักแรมที่รีสอร์ท นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวส่วนใหญ่จากคำบอกเล่า บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พักส่วนใหญ่คือคนในครอบครัว จะเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจะแนะนำญาติพี่น้องหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวแน่นอน และมีความเห็นว่าจะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวอีกแน่นอน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการสนใจมากในภาพรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ที่พักกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และของฝาก/ของที่ระลึก

นอกจากนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด และมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทมากที่สุด

ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และ .05 สรุปผลได้ว่า

1. การศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรสต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า

1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท บ้านพักอุทยานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี และที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ บ้านพักอุทยานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และโฮมสเตย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม และประเพณี และที่พักประเภทรีสอร์ต เกสเฮ้าส์ บ้านพักอุทยาน และ โฮมสเตย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม และประเพณี และที่พักประเภทรีสอร์ต เกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และบ้านพักอุทยานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทาง การเกษตร ทางวัฒนธรรมและประเพณี และที่พักประเภทรีสอร์ต เกสเฮ้าส์ และโฮมสเตย์ แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ บ้านพักอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.6 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ แตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า

2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการ เดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บุคคลที่มักเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มวลเหตุ ที่ทำให้เดินทางไปท่องเที่ยว และที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการ เดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว มวลเหตุที่ทำให้เดินทางไปท่องเที่ยว พาหนะที่นำมาใช้ในการเดินทาง ประเภทการที่พักแรมที่ เลือกใช้บริการ แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว และช่วงเวลาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01

2.3 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาที่ใช้ใน การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าใช้จ่าย ต่อครั้ง บุคคลที่มักจะไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทการที่พัก แรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว และช่วงเวลาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01

2.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการ ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าใช้จ่ายต่อ ครั้ง การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง บุคคลที่มักจะไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการ เดินทาง ประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว และช่วงเวลาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ และแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย และช่วงเวลาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.6 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า

3.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี และการเลือกที่พักแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร และที่พัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.6 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักไม่แตกต่างกัน

4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก

5 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ต่อกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทาง การเกษตร และการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท และ โฮมสเตย์ ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความสัมพันธ์น้อย มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี และที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก

6 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอลำปาง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี การเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยานและเกสเฮ้าส์ ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท และเกสเฮ้าส์ ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร การเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความสัมพันธ์น้อยมาก

THE RELATION OF PRODUCT FACTORS IN SELECTING TOURISM ATTRACTIONS
AND ACCOMMODATIONS OF THAI TOURISTS AT WANGNAMKAEW
DISTRICT, NAKORN RATCHASIMA PROVINCE

AN ABSTRACT

BY

MISS SAIFON TUNG MUENWAI

Present in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Marketing
at Srinakharinwirot University

March 2005

Saifon Tungmuenwai. (2004). *The relation of Product Factors in selecting tourism attractions and accommodations of Thai tourists at Wangnamkaew District, Nakornratchasima Province*. Master Project, M.B.A (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor: Asst. Prof. Apirat TangKachang

This purpose of this research was to study the relation of product factors in selecting tourism attractions and accommodations of Thai tourists at Wangnamkaew District, Nakornratchasima Province by comparing to gender, age, occupation, income, educational level, Marital status and product factors. The sample group consisted of 420 tourists who visited Wangnamkaew District, Nakornratchasima Province. The instruments for data collection were questionnaires. The statistical analysis method were Percentage, maximum value, minimum value, Means, Standard Deviation, t-test, One-Way Analysis of Variance and compared the pair difference by using Least Significant Difference (LSD), Chi-square test and Pearson Product Moment Correlation Coefficient. SPSS program for Window Version 11.0 was used for the statistical analysis

The results of the research indicated that most respondents were female, single status, 25 – 34 years old, bachelor's degree. Most of them are government officers/ state enterprisers, average income below or equal 10,000 baht.

Most of the respondents visited 1 – 2 times per year. They stayed 1 – 3 days and spent less or equal to 10,000 baht for each trip. Most of them traveled with family/ cousin with the purpose to visit the natural sites. They used their own car as vehicle in traveling and rested in resort. Word of mouth was their main source of information by helping of family members in deciding to select the most preferable accommodation type. The trip was mostly organized in the weekend. The great majority of tourist will absolutely recommend this attractive place to the others and certainly will revisit Wangnamkaew.

The respondents were highly satisfied to the product factors of natural agricultural and traditional and cultural places and also to the accommodations ecotourism activities and souvenirs in the overall

The selection behavior analysis shows that respondents mostly preferred to visit natural attractions and stayed in resorts.

The results of the hypotheses testing at the statistical significance level of 0.01 and 0.05 can be concluded as follows.

1. The study between demographic factors and Thai tourist selection behaviors of tourism attractions and accommodations at Wangnamkaew, indicated that

1.1 Difference gender affect on the selection of resorts and national park rest-houses at the statistical significant level 0.05 and at the 0.01 level for guest houses

1.2 Difference age affects on the selection of traditional and cultural places, guest houses and national park rest-houses at the statistical significant level 0.05 and at the 0.01 level for home stays

1.3 Difference education affects on the selection of natural and traditional and cultural places, resorts, guest houses, national park rest-houses and home stays at the statistical significant level 0.01

1.4 Difference occupation affects on the selection of natural and traditional and cultural places, resorts and guest houses at the statistical significant level 0.01 and at the 0.05 level for national park rest-houses

1.5 Difference income affects on the selection of natural agricultural and traditional and cultural places resorts, guest house and home stay at the statistical significant level 0.01 and at the 0.05 level for national park rest-houses

1.6. Difference marital status affects on the selection of home stays at the statistical significant level 0.01 and at the 0.05 level for guest house.

2. The study between demographic factors and Thai tourist behaviors at Wangnamkaew, indicated that

2.1 Difference gender affects on the frequency of visits at the statistical significant level 0.05 and at the 0.01 level for accompanyist, causes of travel, and selected accommodations

2.2 Difference age affects on the frequency of visit and length of stay at the statistical significant level 0.05 and at the 0.01 level for average expenses, place recommendation causes of travel, vehicles, selected accommodations, source of tourism information and period

2.3 Difference education affects on length of stay and place recommendations at the statistical significant level 0.05 and at the 0.01 level for average expenses, accompanyist, causes of traveling, vehicles, selected accommodations, source of tourism information and visit period

2.4 Difference occupation affects on length of stay and place recommendations at the statistical significant level 0.05 and at the 0.01 level for average expenses, revisit, accompanyist, causes of travel, vehicles, selected accommodations, sources of tourism attractions

2.5 Difference income affects on frequency of visit, average expenses, revisit, causes of travel, vehicles, selected accommodations and source of tourism attractions at the statistical significant level 0.01 and at the 0.05 level for accompanyist and visit period

2.6 Difference marital status affects on frequency of visit, average expenses, accompanyist, causes of travel, vehicles, selected accommodations at the statistical significant level 0.05 and at the 0.01 level for source of tourism information.

3. The study between demographic factors and product factors of tourism attractions and accommodations, indicated that

3.1 Difference gender affects on the product factors of agricultural tourism attractions at the statistical significant level 0.01

3.2 Difference age affects on the product factors of traditional and cultural tourism attractions and accommodations at the statistical significant level 0.01

3.3 Difference education affects on the product factors of natural traditional and agricultural at the statistical significant level 0.05 and at the 0.01 level for and cultural tourism attractions at the statistical significant level 0.01

3.4 Difference occupation affects on the product factors of traditional and cultural tourism attractions at the statistical significant level 0.01

3.5 Difference income affects on the product factors of natural and traditional and cultural tourism attractions at the statistical significant level 0.05 and at the 0.01 level for agricultural tourism attraction and accommodations

3.6 Difference marital status has no affect on the product factors of tourism attractions and accommodations

4. Tourism behavior in the aspect of average expense used for each trip has a very low relationship with the selection of accommodation product factors in the same direction

5. The study of relationship between tourism behaviors and the selection of tourism attraction and accommodation product factors can be stated as follows:

Tourism behaviors in aspect of frequency of visit has a very low relationship with the selection of natural tourism attractions and home stays in the same direction and has a low relationship with the agricultural tourism attractions and national park rest-houses in the opposite direction

Tourism behaviors in aspect of length of stay has a very low relationship in the opposite direction with the selection of home stay but in the same direction with friend's house

Tourism behaviors in aspect of average expense of each trip has a low relationship with the selection of natural, resort and home stays in the same direction and has a very low relationship in the opposite direction with the traditional and cultural tourism attractions and guest houses

6. The study of the relationship between the selection of tourism attractions and accommodations and Thai tourist behaviors at Wangnamkaew can be stated as follows:

Product factors in aspect of natural tourism attractions has a very low relationship in the opposite direction with the selection of traditional and cultural tourism attractions

Product factors in aspect of natural tourism attractions has a very low relationship in the same direction with the selection of agricultural and resorts but in opposite direction with the natural and traditional and cultural tourism attractions, guest houses and national park rest-houses

Product factors in aspect of traditional and cultural tourism attractions has a very low relationship in the same direction with the selection of agricultural tourism attractions, resorts and guest houses

Product factors in aspect of accommodations has a very low relationship in the opposite direction with the agricultural tourism attractions and national park rest-houses but in the same direction with resort

สารบัญ

บทที่	หน้า
1	บทนำ 1
	ภูมิหลัง 1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย 3
	ความสำคัญของการวิจัย 3
	ขอบเขตของการวิจัย 3
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 3
	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา 4
	นิยามศัพท์เฉพาะ 8
	กรอบแนวความคิดในการวิจัย 11
	สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า..... 12
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 13
	แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม..... 13
	ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค..... 18
	ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว..... 24
	ปัจจัยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการการท่องเที่ยว..... 25
	การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่..... 26
	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ..... 27
	ตลาดการท่องเที่ยว..... 33
	ส่วนผสมทางการตลาด..... 34
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและที่พักในอำเภอวังน้ำเขียว..... 36
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 55
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า 57
	ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย..... 57
	การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 57
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 59
	การเก็บรวบรวมข้อมูล 62
	การจัดทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล 63

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	239
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	239
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	242
อภิปรายผล.....	248
ข้อเสนอแนะ.....	253
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	255
บรรณานุกรม	256
ภาคผนวก	260
ภาคผนวก ก - แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	261
ภาคผนวก ข - รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	267
ภาคผนวก ค - จดหมายขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย.....	270
ภาคผนวก ง - จดหมายขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย.....	279
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	286

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ.....	1
2	แสดงการสุ่มเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละสถานที่.....	58
3	แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม.....	59
4	แสดงการแบ่งช่วงรายได้ต่อเดือนที่ใช้ในแบบสอบถาม.....	59
5	แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน.....	60
6	แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน.....	61
7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส.....	71
8	แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาในด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง โดยเฉลี่ย และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง โดยเฉลี่ย.....	73
9	แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาในด้านบุคคลที่มักเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง ที่พักแรมที่ใช้บริการเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก และช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	74
10	แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาในด้านการแนะนำคนให้เดินทางมาท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง.....	77
11	แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	77
12	แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	81
13	แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	82
14	แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	83
15	แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อของฝาก/ ของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	85
16	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ.....	86
17	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ.....	88
18	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันกับพฤติกรรมในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี.....	90

บัญชีตาราง (ต่อ)		
ตาราง		หน้า
35	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้.....	118
36	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ.....	120
37	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร.....	122
38	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี.....	125
39	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต.....	127
40	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์.....	129
41	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน.....	132
42	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์.....	134
43	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	136
44	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์.....	138
45	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์.....	139
46	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ.....	140
47	แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ที่มีเพศแตกต่างกัน.....	142
48	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ.....	145
49	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวต่อปี.....	146
50	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง.....	147

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	11
2	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ.....	21
3	แสดงกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ.....	22
4	รูปแบบการพักผ่อนหย่อนใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	27
5	หลักการพื้นฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	28
6	แสดงส่วนผสมทางการตลาด.....	35
7	แผนที่แสดงที่ตั้งอำเภอวังน้ำเขียว.....	54

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

นับจากปี 2544 หรือนับจากผ่านช่วงวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย โทรศัพท์มือถือ Digital Computer Internet เข้ามามีบทบาทในชีวิตมากขึ้น ไม่ใช่แต่เพื่อสร้างความสำเร็จแต่เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ได้มีเวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้น การใช้ชีวิตที่ไม่มีเวลาเป็นของตัวเอง และนี่ก็ถึงการหาเงินไม่ใช่วิถีชีวิตที่ถูกต้องอีกต่อไป คนหันมาเอาใจใส่ชีวิต สุขภาพ มีเวลาดูแลจิตใจและร่างกายของตัวเองมากขึ้น มีเวลาให้กับครอบครัวมากขึ้น ห่วงใย ใส่ใจ และโหยหาธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่ดีมากขึ้น (เสรี วงษ์มณฑา: 2547 : 190 - 199) ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนในต่างจังหวัดจึงเป็นที่สนใจมากขึ้นส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตขึ้นอย่างมาก แม้ว่าจะมีเหตุสะดักจากการเกิดโรคซาร์และไข้หวัดนก ในระยะหนึ่งก็ตามที แต่เมื่อผ่านวิกฤตเหล่านี้มาได้ การท่องเที่ยวก็นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีอุตสาหกรรมที่มีอนาคตสดใสมากที่สุดทีเดียว

ตาราง 1 สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ

ปี	การท่องเที่ยวภายในประเทศ						
	นักท่องเที่ยวชาวไทย		เฉลี่ย	การเดินทางโดยเฉลี่ย		รายได้	
	การท่องเที่ยว	เปลี่ยนแปลง	ระยะเวลาการพักผ่อน	คน / วัน	เปลี่ยนแปลง	ล้านบาท	เปลี่ยนแปลง
	(ล้านบาท)	(%)	(วัน)	(บาท)	(%)	(บาท)	(%)
2538	52.26	22.53	2.27	1,248	-	148,112	-
2539	52.47	0.4	2.22	1,314	6.41	157,323	6.20
2540	52.05	-0.78	2.31	1,466	11.58	180,388	14.66
2541	51.68	-0.72	2.37	1,513	3.18	187,898	4.16
2542	53.62	3.02	2.43	1,523	2.26	203,179	7.42
2543	54.74	2.08	2.48	1,718	12.79	210,516	3.61
2544	58.62	7.09	2.51	1,703	-0.89	223,732	6.28
2545	61.82	5.45	2.55	1,690	-0.77	235,337	5.19
2546	65.10	5.31	2.65	1,750	3.58	301,900	28.28
2547*	67.12	3.10	2.70	2,000	14.29	362,500	20.07

*ตัวเลขประมาณการสำหรับปี 2547

ที่มา: เป้าหมายการท่องเที่ยวปี 2538 – 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,

จากตารางพบว่าสถิติ การท่องเที่ยวภายในของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีสถิติปรับตัวสูงขึ้น 3.58% มีรายได้เฉลี่ย 301,900 ล้านบาท จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วงปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นถึง 14.29% ประมาณการณั้มูลค่าสูงถึง 362,500 ล้านบาท

จากข้อมูลข้างต้นจึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่า คนสนใจหาความสุขให้กับตัวเองมากขึ้น วิธีการหนึ่งก็คือการท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและเห็นได้ชัดในปัจจุบันคือ การทำให้ตัวเองหรือการแสวงหาวิธีการตอบสนองความต้องการของตนเองที่สมบูรณ์แบบที่สุด จึงเลือกบริโภคสินค้าที่สมบูรณ์ที่สุดเท่านั้น การตัดสินใจจะเดินทางไปเที่ยวที่ไหนก็จะเลือกที่ดีที่สุด มีทรัพยากรการท่องเที่ยวและธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีกิจกรรมที่หลากหลาย ให้ครอบครัวและหมู่คณะได้ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อใช้เวลาพักผ่อนให้คุ้มค่าที่สุด การเดินทางสะดวก อยู่ไม่ไกลจากเมืองหลวง มีรูปแบบที่พักที่สวยงาม สะอาด ปลอดภัย เงียบๆ เหล่านี้ถ้าจะดูเกินจริงและยากลำบากในการทำให้เป็นตัวเลือกที่สมบูรณ์ สถานที่ท่องเที่ยวและที่พักที่อำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา จึงดูเหมือนเป็นอีกหนึ่งคำตอบที่น่าสนใจในเรื่องนี้

พื้นที่ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ก็เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่พร้อมด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่หลากหลาย มีการทำไร่ดอกหน้าวัว ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย สวนผักปลอดสารพิษ และพืชชนิดต่างๆ ที่เปลี่ยนไปตามฤดูกาล มีการทำไร่ร่องนุ่นเป็นบริเวณกว้างขวาง มีการแปรรูปผลผลิตเป็นสินค้าประเภทต่างๆ เช่น น้าร่องนุ่นสด ท็อฟฟี่ร่องนุ่น และที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักคือ ไวน์แดงไทยสไตล์ฝรั่งเศส “ซาโต เด บรูมส์” มีจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง เช่นอุทยานแห่งชาติทับลาน ที่มีสภาพผืนป่าและสิ่งแวดล้อมที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ เขาแผงม้า ผืนป่าสุดท้ายของผุ่่งกระทิงป่า ต่างๆ เหล่านี้ถือเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือน รวมถึงบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนเป็นอย่างมาก มีกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ให้เลือกมากมาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสและเรียนรู้จักธรรมชาติมากขึ้น เช่น กิจกรรมทัศนศึกษาเชิงเกษตรกรรม การมีส่วนร่วมในการดูแลผลผลิตซึ่งเป็นประสบการณ์ที่น่าสนใจสำหรับคนเมือง กิจกรรมขี่จักรยาน ดูนก แคมป์ปิ้ง ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นหนทางนำพัฒนาสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ในพื้นที่อำเภอวังน้ำเขียว มีที่พักที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวในลักษณะของรีสอร์ทและเกสเฮาส์อยู่บ้าง โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะบ้านพักที่สร้างอยู่บนพื้นที่ที่มีบริเวณกว้างขวางซึ่งเป็นพื้นที่เกษตรกรรมและ หรือแบ่งส่วนจากบริเวณที่พักของเจ้าของสถานที่ ไม่มีจุดเด่นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

จากโครงการพัฒนาพื้นที่ในรูปแบบต่างๆ และระบบสาธารณูปโภคที่มีแนวโน้มเติบโตไปในทางที่ดี ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร เพื่อสนับสนุนโครงการการศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างรีสอร์ทธรรมชาติเชิงเกษตรกรรมที่อำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ซึ่งเป็นโครงการที่จะศึกษาต่อไป เป็นแนวความคิดที่จะผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้เข้ากับพื้นที่เกษตรกรรมเพื่อสร้างมิติการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ให้กับพื้นที่อ. วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเพื่อให้เกิดเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism

Development) ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งยังช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชาวบ้านกับการเกษตรกรรมไม่ให้สูญหายไปจากแผ่นดิน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวและที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจ เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดรูปแบบที่พัก ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดให้มากที่สุด

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พักประเภทรีสอร์ทให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
2. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดให้มากที่สุด
3. เพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในการศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างรีสอร์ทธรรมชาติเชิงเกษตรกรรมที่อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่จะทราบถึงความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้การกำหนดตัวอย่างโดยการสุ่มสุทธขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 74) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง และได้เพื่อการสูญเสียอีก 35 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 420 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามสถานที่ที่สำคัญในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทับลาน เขาแผงม้า ศูนย์ท่องเที่ยวเขาภูหลวง สำนักงานกลุ่มเกษตรกร และ หัตถกรรม ที่พักแรมในเขตอำเภอวังน้ำเขียว ได้แก่ วิลเลจฟาร์ม & ไวน์เนอร์รี่ และคันทันน้ำโฮมสเตย์ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนและดูงานเป็นประจำ
2. การสุ่มตัวอย่างจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ในสัดส่วนที่เท่ากันในแต่ละสถานที่
3. ทำการแจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับผู้เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

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 15 - 24 ปี
 - 1.1.2.2 25 - 34 ปี
 - 1.1.2.3 35 – 44 ปี
 - 1.1.2.4 45 – 54 ปี
 - 1.1.2.5 55 ปีขึ้นไป
- 1.1.3 ระดับการศึกษา
 - 1.1.3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น
 - 1.1.3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น
 - 1.1.3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 - 1.1.3.4 ปริญญาตรี
 - 1.1.3.5 สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.1.4 อาชีพ
 - 1.1.4.1 นักเรียน / นักศึกษา
 - 1.1.4.2 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 1.1.4.3 พนักงานเอกชน
 - 1.1.4.4 ธุรกิจส่วนตัว
- 1.1.5 รายได้ต่อเดือน
 - 1.1.5.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท
 - 1.1.5.2 10,000 – 20,000 บาท

- 1.1.5.3 20,001 – 30,000 บาท
 - 1.1.5.4 30,001 – 40,000 บาท
 - 1.1.5.5 41,001 – 50,000 บาท
 - 1.1.5.6 มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป
 - 1.1.6 สถานภาพสมรส
 - 1.1.6.1 โสด
 - 1.1.6.2 สมรส มีบุตรแล้ว.....คน
 - 1.1.6.3 ม่าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่
- 1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย**
- 1.2.1 ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว.....ครั้ง/ปี
 - 1.2.2 ระยะเวลาโดยประมาณที่ท่านใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง.....วัน
 - 1.2.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวต่อคนต่อครั้งโดยเฉลี่ย.....บาท
 - 1.2.4 ท่านมักจะเดินทางท่องเที่ยวไปกับ
 - 1.2.4.1 ไปคนเดียว
 - 1.2.4.2 ไปกับครอบครัว / ญาติพี่น้อง
 - 1.2.4.3 ไปกับเพื่อนฝูง
 - 1.2.5 สาเหตุที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว
 - 1.2.5.1 เพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
 - 1.2.5.2 คำบอกเล่าเกี่ยวกับอำเภอวังน้ำเขียว
 - 1.2.5.3 เพื่อศึกษาดูงานทางด้านเกษตรกรรมและหัตถกรรม
 - 1.2.5.4 ระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ
 - 1.2.5.5 ค่าใช้จ่ายไม่แพง
 - 1.2.5.6 ความประทับใจจากที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 1.2.5.7 เพื่อซื้อสินค้า
 - 1.2.5.8 ความสะดวกในการเดินทาง
 - 1.2.6 พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง
 - 1.2.6.1 รถยนต์ส่วนตัว
 - 1.2.6.2 รถโดยสารประจำทาง
 - 1.2.6.3 รถไฟ
 - 1.2.6.4 รถเช่า / เหมานำเที่ยว
 - 1.2.7 ที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ
 - 1.2.7.1 รีสอร์ท
 - 1.2.7.2 เกสเฮ้าส์
 - 1.2.7.3 บ้านพักอุทยาน

- 1.2.7.4 โสมสเดย์
- 1.2.7.5 บ้านญาติ / เพื่อน
- 1.2.8 ท่านศึกษาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวโดยการอ้างอิงหรือศึกษาข้อมูลจากที่ใด
 - 1.2.8.1 หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร
 - 1.2.8.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - 1.2.8.3 วิทยุ / โทรทัศน์
 - 1.2.8.4 คำบอกเล่าของคนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน
 - 1.2.8.5 คำแนะนำของบริษัทนำเที่ยว
 - 1.2.8.6 เพื่อนร่วมงาน
 - 1.2.8.7 ประสบการณ์ที่เคยมาท่องเที่ยว
 - 1.2.8.8 อินเทอร์เน็ต
- 1.2.9 บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจหรือปรึกษาเพื่อเลือกที่พัก
 - 1.2.9.1 ตัวท่านเอง
 - 1.2.9.2 เพื่อน
 - 1.2.9.3 คนในครอบครัว
- 1.2.10 เวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว
 - 1.2.10.1 วันธรรมดา
 - 1.2.10.2 วันหยุดสุดสัปดาห์
 - 1.2.10.3 วันลาพักร้อนประจำปี
 - 1.2.10.4 วันหยุดตามเทศกาล
- 1.2.11 ความคิดเห็นในการแนะนำการท่องเที่ยว
- 1.2.12 ความคิดเห็นในการกลับมาเที่ยว
- 1.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยว
 - 1.3.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
 - 1.3.2 แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร
 - 1.3.3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี
 - 1.3.4 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 1.3.5 ของฝาก/ ของที่ระลึก

2 ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่

พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว

หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

นักท่องเที่ยว

หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งจะพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไปและการมาเยือนมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เพื่อเยี่ยมชมครอบครัว และเพื่อราชการ

ที่พักแรมของนักท่องเที่ยว

หมายถึง สถานที่ที่ซึ่งประกอบไปด้วยห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2542)

โรงแรมประเภทรีสอร์ท

ได้แก่ โรงแรมที่สร้างอยู่ตามสถานที่พักตากอากาศ มักตั้งอยู่ในที่มีทำเลดี การคมนาคมเข้าถึงสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และราคาห้องพักมีหลายราคา โรงแรมประเภทนี้อาจเรียกว่า โรงแรมตากอากาศก็ได้ (บุญเลิศ ม.ป.ป.)

เกสเฮ้าส์

หมายถึง ที่พักค้างแรมที่มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการให้แก่ลูกค้าผู้เข้าพักพอสมควร ราคาห้องพักมีหลายราคาขึ้นอยู่กับขนาด การบริการ ทำเลที่ตั้ง และฤดูกาล (ซึ่งปกติจะมีราคาค่อนข้างสูงในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว) มีจุดประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนค้างคืน มากกว่าจะเน้นบรรยากาศโดยรวม

บ้านพักอุทยาน

หมายถึง บ้านพักที่อยู่ในเขตที่ทำการอุทยานแห่งชาติ ที่ทางอุทยานได้เตรียมไว้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้พักค้างแรมโดยมีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าพักแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับระยะเวลาการเข้าพัก และขนาดของที่พักด้วย

โฮมสเตย์

หมายถึงการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และที่พักแรมในหมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีของคนในชุมชนวังน้ำเขียว

บ้านญาติ / เพื่อน

หมายถึง บ้านพัก หรือที่พัก ของคนรู้จักซึ่งอาจจะเป็นคนในครอบครัว ญาติพี่น้อง หรือ เพื่อนฝูง ที่รู้จักที่อยู่ ที่อำเภอวังน้ำเขียว

พฤติกรรมการเลือกที่พัก

หมายถึง การกระทำ กิริยาอาการ รวมถึงความคิด และความรู้สึก ที่มักจะปฏิบัติหรือแสดงออกมา ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นทั้งก่อน ในระหว่าง และหลังการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงวิธีการปฏิบัติเพื่อตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พัก

ปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

หมายถึง สิ่งที่มีอิทธิพลใช้พิจารณาตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้แก่

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่อยู่ในท้องถิ่น
2. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย อันได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ที่พักที่มีราคาเหมาะสม สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล ร้านอาหารที่สะอาดถูกสุขลักษณะ และการบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งอสังหาริมทรัพย์ที่ดีของคนในท้องถิ่นนั้นๆ
3. โครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ได้แก่ ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น
4. สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สิ่งที่มีประติมากรรมขึ้นโดยเน้นถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ และมีการใช้วัสดุพื้นบ้าน มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม มีการบรรจุหีบห่อสวยงาม
5. การรับรู้ข่าวสาร หมายถึง กรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
6. ความปลอดภัย หมายถึง ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยการเลือกที่พัก

หมายถึง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักเพื่อการพักผ่อน หรือการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการในการเดินทางนั้นๆ โดยเป็นไปในแนวทางการอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และมีส่วนร่วมในการพัฒนาและช่วยสร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่น ในที่นี้แบ่งออกเป็น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะโดยทั่วไปของที่พัก บรรยากาศ และสิ่งแวดล้อมบริเวณรอบๆ ความสะอาด ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการต่างๆ ที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อเข้าพัก

ปัจจัยด้านราคา หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่จัดเก็บจากลูกค้าอันเกิดจากการใช้สินค้าและบริการที่ที่พักได้จัดเตรียมไว้ โดยเป็นราคาที่ลูกค้าจ่ายเงินแล้วรู้สึกคุ้มค่า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อหรือเดินทางไปยังที่พักเพื่อสอบถามรายละเอียดหรือข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อซื้อสินค้าและบริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย หมายถึง รายการลด แลก แจก แถม หรือรายการพิเศษต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นความสนใจ และทำให้ตัดสินใจเข้าพัก

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หมายถึง การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจและสังคม โดยการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอันมีคุณค่าอย่างรอบคอบและชาญฉลาด ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในระยะยาวมากที่สุด เกิดปัญหาและผลกระทบน้อยที่สุด ขณะเดียวกันคุณภาพของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจะต้องดีขึ้นถึงแม้นักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ ในแหล่งธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมและมีการให้การศึกษาแก่ผู้ท่องเที่ยว ซึ่งในบางสถานที่อาจเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาล และงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น

ความปลอดภัย

หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ ดังนั้นมาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวก

หมายถึง การที่ภาครัฐร่วมกับเอกชน ดำเนินการจัดหาสิ่งซึ่งจะให้ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น

การคมนาคม ถนนหนทางต้องสะดวก รวดเร็ว สามารถติดต่อไปยังจังหวัดต่างๆ ได้ รวมถึง สถานีขนส่ง ท่าเทียบเรือ และในอนาคตรวมถึงสนามบิน

ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

ร้านอาหาร นอกจากจะมีร้านอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้วจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพและมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์เป็นบุคคลในท้องถิ่น ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัธยาศัยไมตรี และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

การโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย

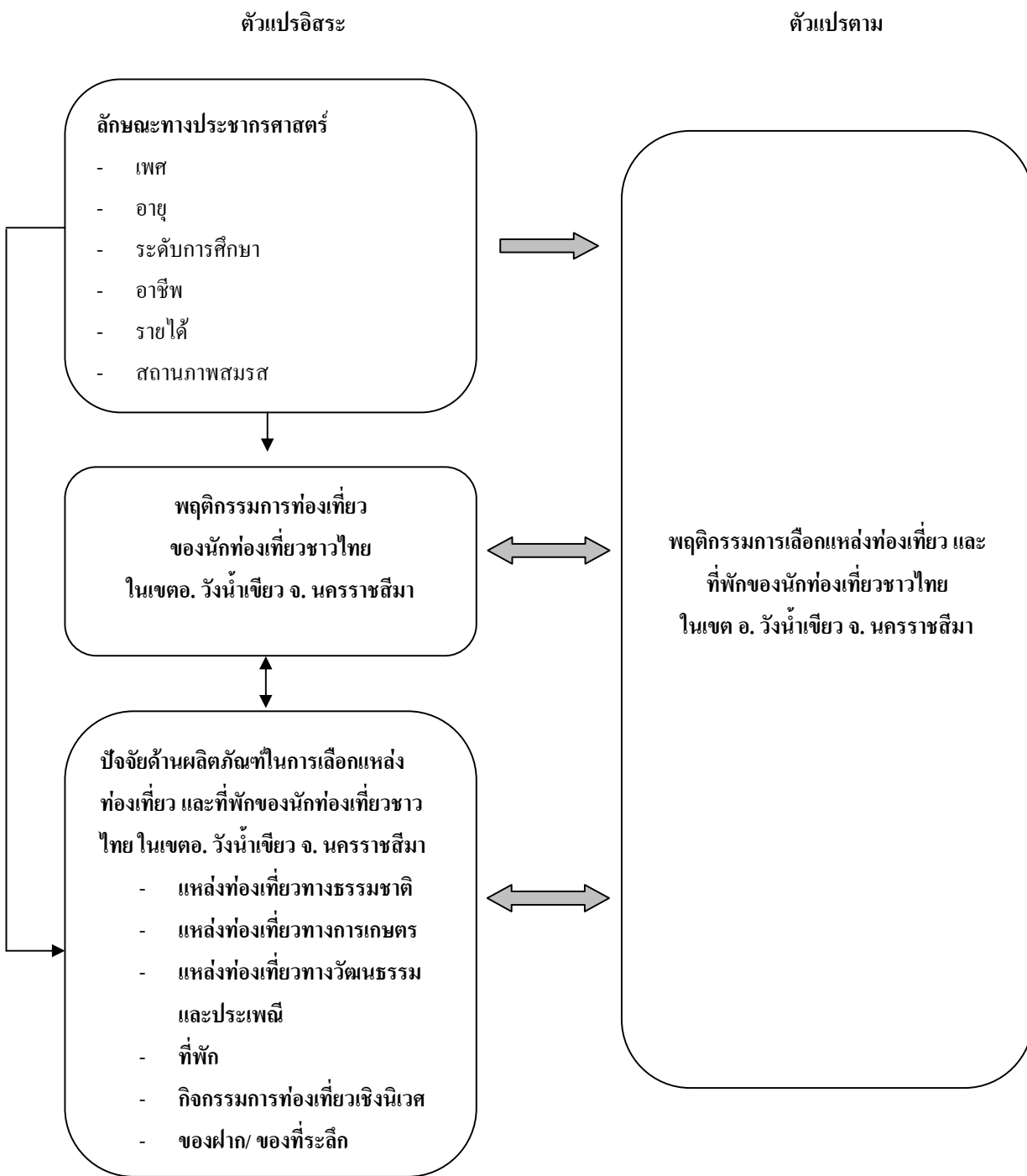
หมายถึง การที่ภาครัฐและเอกชนร่วมกันเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้ทราบข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ หนังสือการท่องเที่ยว

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย

หมายถึง การเจาะจง หรือระบุสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังจากได้พิจารณาถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่จำเป็นและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการเดินทางนั้นๆ เช่น ความสวยงาม ความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความหลากหลาย กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง “ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อ. วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัยโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อใช้ประกอบในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา

โดยมีประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว
4. ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการการท่องเที่ยว
5. การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่
6. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
7. ตลาดการท่องเที่ยว
8. ส่วนผสมทางการตลาด
9. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและที่พักในอำเภอวังน้ำเขียว
10. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior)

พฤติกรรมของมนุษย์

บุคคลอยู่ใต้อิทธิพลของพลังต่างๆ มากมายซึ่งรวมกันเรียกว่า “พลังทางจิตวิทยา” ด้วยความเป็นมนุษย์ สิ่งแรกที่ทุกคนหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือพลังของการจูงใจที่เกิดจากความต้องการเบื้องต้นหรือความต้องการที่เกี่ยวข้อง สรีระอันเป็นพลังที่เกิดมาจากภายในร่างกายของเราเอง แรงจูงใจที่เกิดจากพลังต่างๆ ดังกล่าวนี้อาจเกิดขึ้นในกาลเวลา ปัจจุบันนี้เอง อิทธิพลจากอดีตหรืออิทธิพลจากการคาดคะเนเกี่ยวกับอนาคตไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ ถ้าเราพิจารณาในแง่นี้เพียงแง่เดียวจะเห็นได้ว่ามนุษย์ก็ไม่ต่างไปจากสัตว์ชั้นที่ต่ำกว่ามากนัก แต่มนุษย์มิได้เป็นเช่นนั้น การดำรงชีวิตของมนุษย์เกี่ยวกับอดีตและอนาคตด้วย มนุษย์มีความสามารถในการหวนระลึกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต สิ่งที่เขานึกได้นั้นเองที่กลับมาอิทธิพลต่อตัวเขาในปัจจุบันในรูปแบบของ

1. แบบของพฤติกรรมที่บุคคลเคยเรียนรู้มาก่อนแล้ว
2. วิธีการคิดที่จะก่อพฤติกรรมที่บุคคลใช้อยู่ซึ่งเกิดขึ้นมาในขณะนั้น

นอกจากนั้นผลของพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่บุคคลสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ก็มีอิทธิพล

(ก) พฤติกรรมและ (ข) วิธีการคิดที่จะก่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน อิทธิพลอันเกิดจากอดีตและอนาคต ดังกล่าวนี้นี้มักจะเข้าไปในสภาพที่ตัวผู้บริโภคเองก็มีใครจะรู้ตัวเป็นส่วนใหญ่

จะเห็นว่าพลังทางจิตวิทยาเป็น “พลังภายใน” ที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้บริโภคพลังดังกล่าวไม่ได้เป็นพลัง ชนิดเดียวเท่านั้นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งนี้เพราะบุคคลตกอยู่ใต้อิทธิพลอันใหญ่หลวงของสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวเขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาททางสังคมอื่น บทบาทของสิ่งแวดล้อมทางสังคมนี้อาจอธิบายได้โดยสังเขปดังนี้

ประการแรก บุคคลอื่นทำหน้าที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนโดยการผลิตสินค้า และใช้สินค้าเหมือนกับเรา นอกจากนั้นยังให้สนับสนุนเราโดยการแสดงความรักความพอใจในตัวเราด้วย

ประการที่สอง บุคคลอื่นทำหน้าที่ให้การสร้างข้อจำกัดพฤติกรรมของเรา บุคคลมักจะไม่มียศระในการกระทำสิ่งใดมากนัก สิ่งที่จะมาจำกัดอิสรภาพการกระทำก็คือกฎเกณฑ์ทางสังคม ข้อจำกัดบางอย่างเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมจึงถูกนำไปตราเป็นกฎหมาย ข้อจำกัดบางอย่างก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับความมีประสิทธิภาพของกลุ่มต่างๆ ในสังคมจึงถูกนำมากำหนดเป็นบรรทัดฐานทางสังคม หรือแบบของพฤติกรรมที่ทางสังคมยอมรับกัน

เราอาจจะสรุปในขั้นนี้ได้ว่าบุคคลต้องปรับตัวเองให้เข้ากับพลังทางจิตวิทยาในตัวของเขาเพื่อสร้างแบบพฤติกรรมที่เป็นของตัวเองขึ้น จากนั้นก็เตรียมพร้อมที่จะปรับแบบของพฤติกรรมดังกล่าวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมรอบตัวเขา (ปริชญ์ ลักขิตานนท์, 2536: 19-20)

ความหมายของ “พฤติกรรม”

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรม” ไว้มากมาย เช่น

กันยา สุวรรณแสง (2532 : 92) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรม คือ กริยา อาการ บาบาท ลีลา ท่าทาง ความประพฤติ ปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏ สัมผัสได้ด้วยประสาททางใดทางหนึ่งใน 5 ทวาร คือ โสตสัมผัส ฆานสัมผัส ชิวหาสัมผัส และทางผิวหนัง หรือมีเจตนาที่สามารภวัดได้ด้วยเครื่องมือ

โสภณ ชูพิบูลชัย (2521 : 2) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรม หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสิ่งมีชีวิต และบุคคลอื่น สามารถสังเกตได้และใช้เครื่องมือทดสอบได้ เช่น การหัวเราะ การร้องไห้ การกิน การนอน การเล่น ฯลฯ

วิมล ทรยางกูล (2626 : 35) กล่าวถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่า มนุษย์มีพฤติกรรมทางจิตหรือพฤติกรรมภายใน ควบคุมกับพฤติกรรมภายนอก มนุษย์มีความรู้สึกในการสัมผัส มีการรับรู้ มีการเรียนรู้ มีการจำ มีการคิด มีการตัดสินใจ รวมทั้งเกิดอารมณ์ต่อสิ่งต่างๆ ที่อยู่ภายนอกในการประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน พฤติกรรมทางจิตเหล่านี้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในสภาพแวดล้อมที่เป็นพฤติกรรมภายนอก พฤติกรรมทางจิตของมนุษย์อาจเกี่ยวข้องโดยตรงกับมนุษย์ด้วยกันแต่ด้วยเหตุผลที่ว่าสังคมมนุษย์ย่อมต้องเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

พฤติกรรมเป็นกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การเดิน การยิ้ม หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การเต้นของหัวใจ พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้น มีผลจากการเลือกปฏิกิริยาตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้นๆ (นิยะดา ชุมพะวงค์ และนินนาท โอพารวรรุฒิ, 2520 : 78)

องค์ประกอบของพฤติกรรม พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้พฤติกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานาน จึงจะสามารถบรรลุผลสมความต้องการ หรือวัตถุประสงค์บางอย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่เราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เราจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือก วิธีการที่คาดว่าจะได้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้ว ย่อมได้รับผลกระทบนั้น ผลที่ได้อาจเป็นตามที่คิดได้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict)

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการ ได้ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้ เขาอาจจะย้อนกลับไป แปลความหมายของสถานะเสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

นักมานุษยวิทยาได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ไว้ดังนี้ (ประจวบ อินอ้อต. : 1-2)

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับและพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดและมั่นคงแห่งชีวิตอันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย

2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรวมตัวจึงมักจะต้องปฏิบัติไปตามครรลองของสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายส่วนตัว

3. พลังของสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน

4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ แลประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ

5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย

6. มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขาติดต่อ โลกรวมตัวออกมาในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสามารถสืบไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นๆ ได้

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

แนนซี ชาวทซ์ (Nancy E. Schwartz) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ (สุริย์ จันทร์โมลี. 2526 : 37-34)

1. ทักษะเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะ และมีผลต่อการปฏิบัติ

2. ความรู้และทักษะมีความสัมพันธ์กันทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา

3. ความรู้และทักษะต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้ และทักษะไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน

4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

ซิมบาโด และ เอ็มบีเซน (Zimbardo and Ebbesen, 1997 : 49) ได้สรุปว่าทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเราจะเป็นอย่างไรมากขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีอยู่ของผู้นั้น คือถ้าผู้ใดมีความรู้ดีทัศนคติต่อสิ่งนั้นก็มักจะติดตามไปด้วย เมื่อมีทัศนคติดีแล้วก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลให้ผู้นั้นแสดงพฤติกรรมไปในทางที่ดี ดังนั้นความรู้ ทักษะและการแสดงพฤติกรรมจึงมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน

กระบวนการเกิดพฤติกรรม

วัตสัน (สงวน สุทธิเสีอรุณ, 2525 : 23; อ้างอิงจาก Watson, n.d.) ได้ให้แนวคิดว่า พฤติกรรมทุกอย่างย่อมมีสาเหตุ และการเกิดพฤติกรรมของบุคคล เกิดจากร่างกาย หรืออินทรีย์ที่ถูกสิ่งเร้า และมีการตอบสนองเกิดขึ้น ซึ่งสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ วัตถุสิ่งของ คน สัตว์ กิจกรรมอื่นเกิดจากวัตถุสิ่งของ คน สัตว์ รวมไปถึง สิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น หลักศีลธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เร้าให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม (External Stimulus) หากเป็นสิ่งแวดล้อมภายในร่างกายมนุษย์เอง เช่น การทำงานของอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย เช่น ความหิว กระหาย กระทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม เราเรียกว่าสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้น เกิดกระบวนการทางพฤติกรรมเป็น 3 กระบวนการคือ

1. กระบวนการรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการที่รับข่าวสารจากสภาพแวดล้อมโดยผ่านทางระบบประสาทสัมผัส กระบวนการจึงรวมความรู้ที่อยู่ด้วย
2. กระบวนการรู้ (Cognition) คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตที่รวบรวมการเรียนรู้ การจำ การคิด กระบวนการทางจิตดังกล่าวย่อมรวมถึงการพัฒนาด้วย กระบวนการรู้ จึงเป็นกระบวนการทางปัญญาพร้อมกันนั้น ในกระบวนการรับรู้และกระบวนการรู้นี้ เกิดการตอบสนองทางด้านอารมณ์ เกิดกระบวนการทางอารมณ์ (Affect) ทั้งกระบวนการรับรู้ กระบวนการรู้ และกระบวนการทางอารมณ์เป็นพฤติกรรมภายใน
3. กระบวนการเกิดพฤติกรรมในสภาพสิ่งแวดล้อม (Spatial Behavior) คือ กระบวนการที่บุคคลมีพฤติกรรมเกิดขึ้นในสภาพสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมผ่านการกระทำสังเกตได้จากภายนอก เป็นพฤติกรรมภายนอก

การวัดพฤติกรรม

พฤติกรรมของบุคคล มีทั้งพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน การที่จะศึกษาพฤติกรรมนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ถ้าเป็นพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออกมาให้บุคคลอื่นเห็นได้จะศึกษาได้ คือ การสังเกตโดยตรง และโดยอ้อม แต่ถ้าเป็นพฤติกรรมภายในไม่สามารถสังเกตได้ ต้องใช้วิธีทางอ้อมโดยการสัมภาษณ์ ทำการทดสอบด้วยแบบทดสอบ และการทดลองทั้งในห้องปฏิบัติการ และในชุมชน เพราะฉะนั้นเครื่องมืออื่นประกอบ เช่น เครื่องวัดความดันโลหิต เครื่องฟังการเต้นของหัวใจ เป็นต้น

สมจิตต์ สุวรรณทัศน์ (2526 : 131 – 136) ได้กล่าวถึงวิธีการศึกษาพฤติกรรม มี 2 วิธี คือ

- 1 การศึกษาพฤติกรรมโดยทางตรง ทำได้โดย

1.1 การสังเกตแบบให้ผู้ถูกสังเกตรู้ตัว (Direct Observation) เช่น ครูสังเกตพฤติกรรมของนักเรียนในห้องเรียน โดยบอกให้นักเรียนในชั้นได้ทราบว่าครูจะสังเกตดูว่าใครทำกิจกรรมอะไรบ้างในห้องเรียน การสังเกตแบบนี้บางคนอาจไม่แสดงพฤติกรรมที่แท้จริงออกมาได้

1.2 การสังเกตแบบธรรมชาติ (Naturalistic Observation) คือ การที่บุคคลผู้ต้องการสังเกตพฤติกรรมไม่ได้กระทำตนเป็นที่รับกวนพฤติกรรมของบุคคลผู้ถูกสังเกต และเป็นไปในลักษณะที่ทำให้ผู้ถูกสังเกตไม่ทราบว่าถูกสังเกตพฤติกรรม การสังเกตแบบนี้จะได้พฤติกรรมที่แท้จริงมาก และทำให้สามารถนำผลที่ได้ไปอธิบายพฤติกรรมในสถานที่ใกล้เคียงกันหรือเหมือนกัน ข้อจำกัดของวิธีสังเกตแบบธรรมชาติก็คือ ต้องใช้เวลามากจึงสังเกตพฤติกรรมที่ต้องการได้ และการสังเกตต้องทำเป็นเวลาดิตต่อกันเป็นจำนวนหลายครั้ง พฤติกรรมบางอย่างอาจต้องใช้เวลาส่งเกตละเอียด ต้องสังเกตให้เป็นระบบ และมีการบันทึก เมื่อสังเกตพฤติกรรมได้แล้ว นอกจากนี้ผู้สังเกตต้องไม่อคติต่อผู้ถูกสังเกตซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่เที่ยงตรงและเชื่อถือได้

2 การศึกษาพฤติกรรมโดยอ้อม แบ่งออกได้เป็นหลายวิธี คือ

2.1 การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาต้องการซักถามข้อมูลจากบุคคล หรือกลุ่มของบุคคล ซึ่งทำได้โดยการซักถามเผชิญหน้าโดยตรง หรือมีคนกลาง ทำหน้าที่ซักถามให้ก็ได้ เช่น ใช้ถามสัมภาษณ์คนที่พูดกันคนละภาษา การสัมภาษณ์เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมของบุคคลแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ การสัมภาษณ์โดยตรงทำได้โดยผู้สัมภาษณ์ซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์จะไม่ทราบว่าผู้สัมภาษณ์ต้องการอะไร ผู้สัมภาษณ์จะพูดคุยไปเรื่อยๆ โดยสอดแทรกเรื่องที่จะสัมภาษณ์เมื่อมีโอกาส ซึ่งผู้ตอบจะไม่รู้ตัวว่าเป็นสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์จะแจ้งที่จะทราบพฤติกรรมการสัมภาษณ์ทำให้ได้ข้อมูลมากมาย แต่มีข้อจำกัด คือ บางเรื่องผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ต้องการเปิดเผย

2.2 การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลเป็นจำนวนมาก และเป็นผู้ที่อ่านออกเขียนได้ หรือสอบถามกับบุคคลที่อยู่ห่างไกลอยู่กระจัดกระจายมาก สามารถใช้สอบถามพฤติกรรมในอดีตหรือต้องการทราบแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตได้ ข้อดีอีกประการหนึ่งคือ ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ปกปิดหรือพฤติกรรมต่างๆ ที่ไม่ยอมแสดงให้บุคคลอื่นทราบ ได้โดยวิธีอื่น ซึ่งผู้ถูกศึกษาแน่ใจว่าเป็นความลับ และ การใช้แบบสอบถามจะใช้ศึกษาเวลาใดก็ได้

2.3 การทดลอง เป็นการศึกษาพฤติกรรม โดยผู้ถูกศึกษาจะอยู่ในสภาพการควบคุมตามที่ผู้ศึกษาต้องการ โดยสภาพแท้จริงแล้วการควบคุมจะทำได้ในห้องทดลอง แต่ในชุมชนการศึกษาพฤติกรรมของชุมชนโดยควบคุมตัวแปรต่างๆ คงเป็นไปได้้น้อยมาก การทดลองในห้องปฏิบัติการจะให้ข้อมูลมีขีดจำกัด ซึ่งบางครั้งอาจนำไปใช้ในสภาพความเป็นจริงได้ไม่เสมอไป แต่วิธีนี้มีประโยชน์มากในการศึกษาพฤติกรรมของบุคคลทางด้าน การแพทย์

2.4 การทำบันทึก วิธีนี้ทำให้ทราบพฤติกรรมของบุคคล โดยให้บุคคลแต่ละคนบันทึกพฤติกรรมของตนเอง ซึ่งอาจเป็นบันทึกประจำวัน หรือศึกษาพฤติกรรมแต่ละประเภท เช่น พฤติกรรมการกิน พฤติกรรมการทำงาน พฤติกรรมทางสุขภาพ พฤติกรรมทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

จากแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม สรุปได้ว่า ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความรู้ดี ทักษะดีต่อการท่องเที่ยวจะดีตามไปด้วย และเมื่อทักษะดีแล้วก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมที่ดี ดังนั้น ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมจึงมีความสัมพันธ์กัน

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์

พฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior) มีความหมายอย่างกว้างๆ ว่า หมายถึง กระบวนการต่างๆ ของตัวบุคคลที่ปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ภายนอก (ธงชัย สันติวงษ์, 2537 : 24-25)

ความหมายในที่นี้ก็คือ การกระทำหรือการแสดงออกของมนุษย์ที่ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น ย่อมเป็นการแสดงออกเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการแสดงออกเป็นการกระทำดังกล่าวนี้ จะมีกระบวนการของสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกำกับอยู่จากภายในตัวบุคคลนั้นๆ เสมอ กล่าวคือ จะมีกลไกของการกำกับสั่งการจากความรู้สึก และความรู้สึกที่มีอยู่ภายในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคน การกระทำของแต่ละคน จะมีกระบวนการของพฤติกรรมเป็นของจริงเองตลอดเวลา คนทุกคนต่างก็จะมูลเหตุจูงใจ หรือความต้องการ (Motives) ของตนตลอดเวลา จะมีสิ่งที่ยึดถือต่างๆ ภายในความคิดของตน (Frame of Mind) อยู่เอง และจะรับเอาเรื่องราวต่างๆ (Sensation) จากภายนอกเข้ามาได้ตลอดเวลาอีกด้วย การตัดสินใจกระทำต่างๆ ของเขาที่ปรากฏออกมาเป็นพฤติกรรมต่างๆ ย่อมจะอยู่ภายใต้การกำกับของสิ่งเหล่านี้ทั้งสิ้น

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหรือการแสดงออกของมนุษย์เฉพาะในบางเรื่อง คือ เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการจากองค์การทางการตลาดทั้งหลายนั้น ย่อมถือได้ว่าเป็นเพียงส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์เท่านั้น พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายเฉพาะกระบวนการของตัวบุคคลที่ตัดสินใจว่า จะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าจะซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และจะซื้อจากใคร การตัดสินใจดังกล่าวจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางใจและทางกายที่จำเป็นสำหรับการตัดสินใจ สาเหตุสำคัญส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของความเข้าใจ (Perceives) ของแต่ละบุคคลที่มีอยู่ และการปฏิบัติหรือการกระทำต่อกันระหว่างตัวเขาเหล่านั้นกับสภาพแวดล้อม รวมตลอดทั้งกับองค์การธุรกิจทั้งหลาย

กล่าวโดยสรุปก็คือ เนื่องจากการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์โดยทั้งหมดนั้น พฤติกรรมหรือกิจกรรมที่แสดงออกในฐานะที่เป็นผู้บริโภคจะเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคจึงถือได้ว่าเป็นเพียงส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์ และด้วยเหตุผลเดียวกันนี้เอง ที่การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงอาศัยพฤติกรรมศาสตร์เข้าช่วยศึกษา ทำนองเดียวกันกับการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์โดยทั่วไป หากแต่จะมานั่งสนใจศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกในตลาดเพื่อการจัดหาสิ่งของและบริการมาอุปโภคและบริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคอาจให้คำจำกัดความได้ว่าเป็น “ปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านี้” (อคุลย์ จาคูรงค์กุล, 2539 : 5)

คำจำกัดความที่กล่าวมานี้ เราอาจแบ่งออกเป็นส่วนสำคัญได้ 3 ส่วน คือ

1. **ปฏิกิริยาของบุคคล** ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่างๆ เช่น การเดินทางไปและกลับจากร้านค้า การจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนส่งสินค้า การใช้ประโยชน์และการประเมินสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด
2. **บุคคลเกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ** ซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย เรามุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปใช้บริโภคเองและ/หรือเพื่อการบริโภคของหน่วยต่างๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันเช่นครอบครัว เราพิจารณาหน่วยบริโภคว่ารวมถึงแม่บ้านในฐานะที่เป็นตัวแทนซื้อของครอบครัว และบุคคลบางคนที่มีชื่อของขวัญให้กับผู้อื่นด้วย อย่างไรก็ตามเราไม่พิจารณาถึงการที่บุคคลซื้อให้กับองค์การธุรกิจหรือสถาบันต่างๆ

3. รวมถึงกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งรวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่กระทบโดยตรงต่อปฏิกริยาทางการตลาด เช่น การติดต่อกับพนักงานขายกับสื่อโฆษณา และการเปิดรับข่าวสารโฆษณา การสอบถามอย่างไม่เป็นทางการจากญาติมิตร การสร้างความโน้มเอียงหรือเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกต่างๆ และปฏิกริยาต่างๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อหลังจากการระบุและพิจารณาทางเลือกต่างๆ เป็นอย่างดีแล้ว สรุปในที่นี้ก็คือ พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงว่าบุคคลผู้บริโภค บริโภคอะไร ที่ไหน บ่อยแค่ไหน และภายใต้สถานการณ์อะไรบ้างที่สินค้าและบริการได้รับการบริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากร (เงิน เวลา บุคลากร และอื่นๆ) เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะทำการเสนอขายนั้นใครคือลูกค้า (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน (Where) และซื้อบ่อยครั้งเพียงใด (How Often) รวมทั้งศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Who)

การรับรู้ (Perception) บุคคลผู้ถูกจูงใจพร้อมที่จะแสดงออกมาหรือไม่ขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคคลเหล่านั้นในสถานการณ์ต่างๆ การรับรู้เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคล เลือกจัดการและแปลความหมายข้อมูลข่าวสารออกมา

การรับรู้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นที่อยู่รอบๆ และเงื่อนไขของแต่ละบุคคล

การที่บุคคลสามารถรับรู้ของสิ่งเดียวกันแตกต่างกันไปนั้นเป็นผลจากกระบวนการ 3 กระบวนการ คือ การเลือกที่จะสนใจ (Selective Attention) การเลือกที่จะบิดเบือน (Selective Distortion) และการเลือกที่จะเก็บรักษา (Selective Retention)

การเลือกที่จะสนใจ (Selective Attention) ในแต่ละวันคนเราจะพบเจอกับสิ่งกระตุ้นมากมาย เช่น โดยเฉลี่ยแล้วคนเราจะต้องเจอกับโฆษณามากกว่า 150 ชิ้น แต่คนเราไม่สามารถรับรู้ได้ทั้งหมด แต่สิ่งเหล่านี้ถูกคัดเลือกโดยกระบวนการที่เรียกว่า การเลือกที่จะสนใจ นักการตลาดต้องทำงานอย่างหนักที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจ และนั่นก็เป็นสิ่งที่ท้าทายในการอธิบายว่าสิ่งกระตุ้นอันไหนจะกระตุ้นคนเหล่านั้นให้สังเกตในสิ่งที่เรานำเสนอ

การเลือกที่จะบิดเบือน (Selective Distortion) ถึงแม้ว่าสิ่งกระตุ้นสิ่งที่ส่งไปไม่สำเร็จผลดังตั้งใจไว้ การเลือกที่จะบิดเบือน เป็นการแสดงถึงการโน้มเอียงไปจนถึงการบิดเบือนข้อมูลให้มีความหมายส่วนตัวจากนั้นก็แปลข้อมูลไปในทิศทางที่จะสนับสนุนความคิดที่มีอยู่ก่อนแล้ว

การเลือกที่จะเก็บรักษา (Selective Retention) คนเรานั้นมักจะลืมสิ่งที่เราเรียนรู้มา แต่ก็มีบางสิ่งที่เราเก็บรักษาอยู่เพื่อมาสนับสนุนทัศนคติและความเชื่อของตัวเอง เนื่องจากการเลือกที่จะเก็บรักษานั้นคล้ายกับการจดจำในสิ่งที่ดี ในผลิตภัณฑ์ที่เราชอบ และจะลืมสิ่งที่ดีของสินค้าคู่แข่ง การเลือกที่จะเก็บรักษานั้นสามารถอธิบายได้ว่าทำไมนักการตลาดจึงใช้การแสดงละครและนำกลับมาซ้ำอีกในการส่งข่าวสารต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

การเรียนรู้ (Learning) คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของและบุคคลจากประสบการณ์ พฤติกรรมมนุษย์โดยส่วนใหญ่คือ การเรียนรู้ นักทฤษฎีการเรียนรู้เชื่อว่าการเรียนรู้เกิดจากการแสดงบทบาทที่มีอิทธิพลต่อกันระหว่างแรงขับ สิ่งกระตุ้น สัญญาณ การตอบสนอง และการเสริมกิจกรรม

แรงขับเป็นสิ่งกระตุ้นที่ผลักดันให้เกิดการแสดงออกมากที่สุด สัญญาณที่เป็นสิ่งกระตุ้นรองลงมาที่กำหนดว่าเมื่อไหร่ ที่ไหนและอย่างไรที่บุคคลนั้นตอบสนอง

ความเชื่อและทัศนคติ คนเราจะได้รับความเชื่อถือและทัศนคติ โดยผ่านทางกรกระทำและเรียนรู้ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อของพวกเขาด้วย

ความเชื่อ คือ รายละเอียดของความคิดซึ่งคนเรายึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แน่แน่นอนที่ผู้ผลิตจะสนใจในความเชื่อที่คนเรามีอยู่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการบริการของตนเพราะความเชื่อเหล่านี้จะเป็นตัวสนับสนุนผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ของตราสินค้า และคนเรามักจะแสดงออกไปตามภาพลักษณ์ของจร หากมีความเชื่อบางอย่างว่าเป็นสิ่งที่ผิดและเป็นการขัดขวางกรซื้อ ผู้ผลิตจะต้องรณรงค์เพื่อแก้ไขหรือทำให้ความเชื่อเหล่านี้ถูกต้อง

ทัศนคติ เป็นความรู้สึกร อารมณ์ และวิวัฒนาการด้านความชอบของคนเรามาเนิ่นนานแล้ว นอกจากนี้กรแสดงออกจึงมีความโน้มเอียงไปขังนิสัยหรือความคิดบางอย่างได้

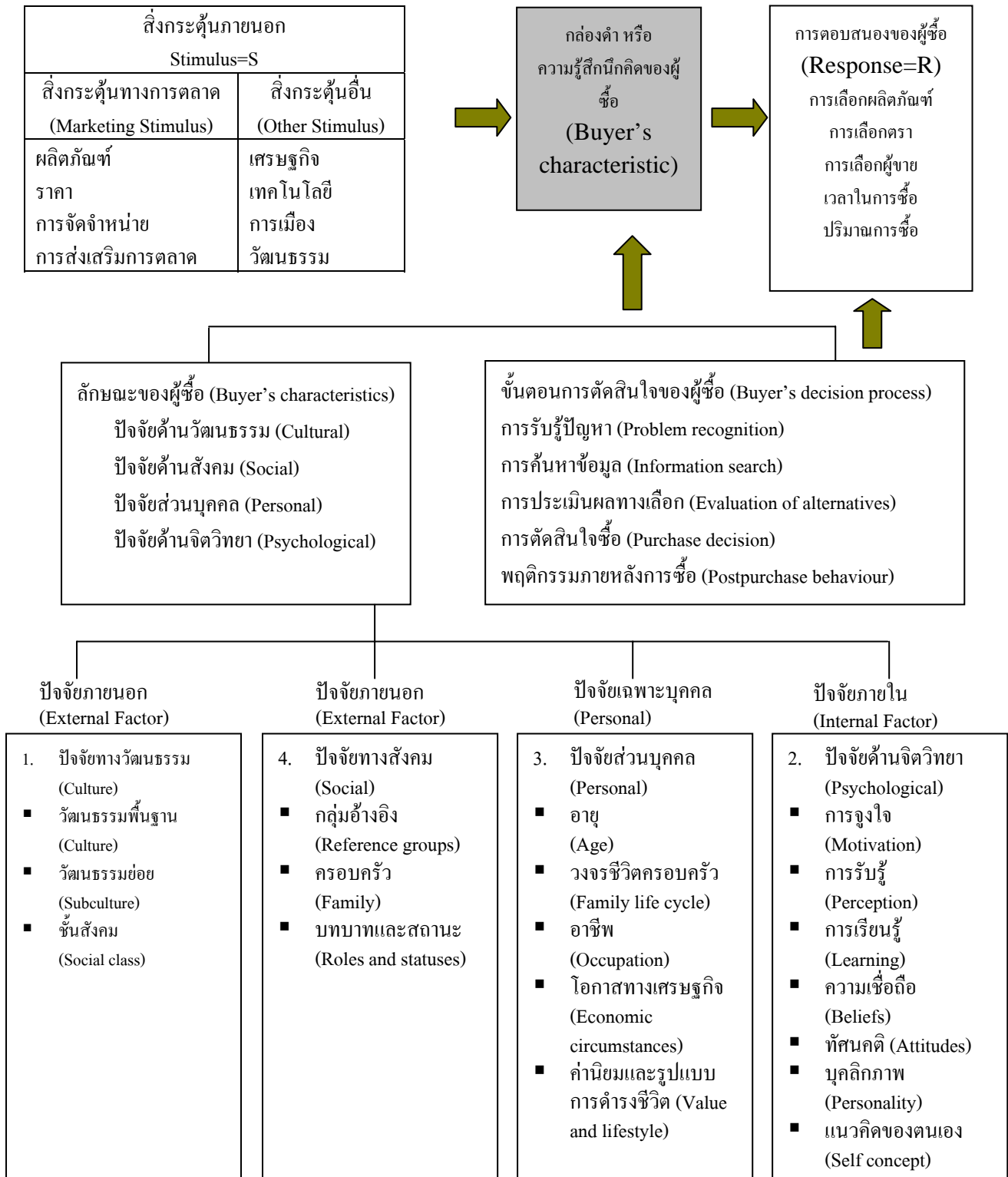
กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อและจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) (ศิริวรรณ เสงีรัตน์. 2538 : 110-115)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

Buyer's black box
กล่องดำหรือความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ



ภาพประกอบ 2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) [Model of buyer (consumer) behavior] และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค (Factors influencing consumer's buying behavior)

ที่มา: Kotler, P. (2000) *Marketing Management.*: 161

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพิ่มให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะกล่าวโดยละเอียดในส่วนทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

2. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ ได้แก่

สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค

สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร และความทันสมัยของสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ถนน ท่าเรือ แหล่งท่องเที่ยว สามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น

สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น ส่งเสริมกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชนเพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวเพื่อคนไทย

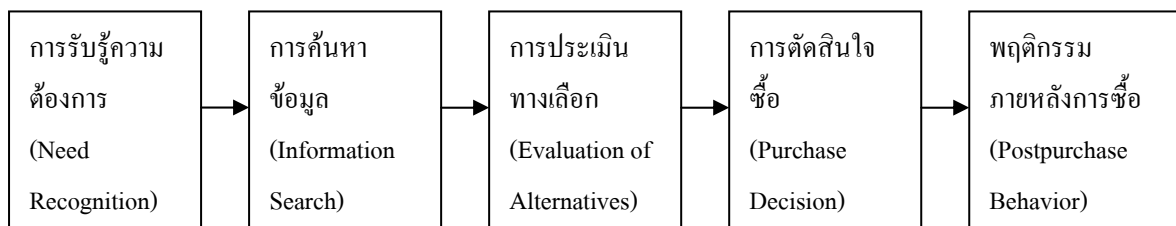
สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระทบให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อซึ่งได้สติจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristic) มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

การตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อจะพิจารณาในประเด็นต่างๆ ได้แก่ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) การเลือกผู้จำหน่าย (Dealer Choice) ช่วงเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) และจำนวนการซื้อ (Purchase Amount) โดยประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2541 : 145-151) ดังนี้



ภาพประกอบ 3 แสดงกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Model of Factors Influencing Behavior)

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการของคนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น ความต้องการภายในบุคคล เมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้ผู้บริโภครู้ว่าจะสนองสิ่งกระตุ้นนั้นอย่างไร ส่วนความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกนั้น จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อได้รับการกระตุ้นจากสิ่งภายนอก เช่น จากการดูโทรทัศน์ ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพยายามกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความต้องการ

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที แต่ในบางครั้ง ความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการนั้นจะถูกจดจำไว้เพื่อหาการสนองความต้องการภายหลัง เมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มากจะทำให้เกิดการปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่งคือ ความตั้งใจให้ได้รับการสนองความต้องการ ผู้บริโภคจะพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อการสนองความต้องการที่ถูกระตุ้น

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่ 2 ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่างๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือก

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้นที่ 3 จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือก โดยทั่วไปผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อ เพราะถ้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจภายหลังการซื้อสินค้าจะทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์อีก

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกันในหลายๆ ประการ ดังที่ฆอลองศรี พิลลสมพงษ์ (2531: 88 – 90) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1. เงิน หรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และค่าใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคน มีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่า

ของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อย่างตลอดเวลา

การที่ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ ได้กล่าวถึงความตั้งใจในการท่องเที่ยวมีสิ่งต่างๆ เป็นตัวกระตุ้นซึ่งมีหลายประการด้วยกัน จากการศึกษาของแมคคินทอช และเกลด์เนอร์ พบว่าตัวกระตุ้น (Motivator) ให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นมี 4 ประการคือ

1. ตัวกระตุ้นทางกายภาพ (Physical Motivators) เป็นตัวกระตุ้น เพื่อผ่อนคลายทางกายภาพ หรือเพื่อร่างกาย เช่น การไปพักผ่อนร่างกาย กิจกรรมทางกีฬา การไปตากอากาศชายทะเล การบำบัดรักษาตามคำแนะนำของแพทย์เพื่อการรักษาสุขภาพ เป็นต้น
2. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของคูริยางคศิลป์ นาฏศิลป์ เป็นต้น
3. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อน เพื่อพบปะกับคนแปลกหน้าใหม่ๆ หรือคนที่มีความคิดใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำที่จำเจ เป็นต้น
4. ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะ และชื่อเสียง (Status and Prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของตนให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศ และชื่อเสียง เป็นการเดินทางประกอบธุรกิจ在不同ประเทศ การไปประชุม การศึกษา ฯลฯ เพื่อให้เป็นคนที่มีเกียรติยศและความสำเร็จในการทำงานของตน

(ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2531: 88 – 90)

สอดคล้องกับ วิชัย เทียนน้อย (2528: 3-5) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ไว้ว่ามีสาเหตุมาจาก

1. ความเคร่งเครียดในการทำงาน จากการทำงานตลอดเวลาจะต้องใช้กำลังกายหรือกำลังความคิดอย่างมาก ด้วยเหตุนี้เองร่างกายจึงจำเป็นต้องพักผ่อน เพื่อให้การทำงานในช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพ การหยุดงานในวันสุดสัปดาห์ การปิดภาคเรียนหรือการหยุดพักร้อนของข้าราชการและคนงานทั่วไปจึงเป็นเรื่องสำคัญ การใช้เวลาว่างในช่วงระยะเวลาดังกล่าว กิจกรรมการพักผ่อนของประชากรเหล่านี้ที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะใกล้หรือไกล ขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล
2. รายได้ของประชากรดีขึ้น จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และสภาพของสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้คนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานและประดิษฐ์คิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ขึ้นมาซึ่งจะทำให้ประชากรมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีเวลาว่างเหลือพอที่จะนำมาใช้เพื่อการพักผ่อน การที่ฐานะทางด้านเศรษฐกิจของประชากรดีขึ้น จะส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนและหาความรู้ให้แก่ตนเอง
3. ความสะดวกทางด้านคมนาคม การคมนาคมนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ส่งเสริมทำให้เกิดกิจการท่องเที่ยวปรากฏขึ้น ในสภาพปัจจุบันการไปมาติดต่อระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวกระทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว มีการตัดถนน หรือเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ใช้เวลาและค่าใช้จ่ายไม่มากนัก จึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ประชากรอยากไปใช้บริการ และคนส่วนมากมีโอกาที่จะกระทำได้

4. มีเวลาว่าง เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จึงทำให้เครื่องมือเครื่องใช้ที่นำมาใช้ในการผลิตมีประสิทธิภาพ มีการนำเอาเครื่องมือและเครื่องจักรชนิดต่างๆ มาใช้ทำงานแทนคน จึงทำให้การผลิตสินค้ากระทำได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งที่ทำให้คนมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น และมีเวลาว่างพอที่จะนำไปใช้แสวงหาความสุขทางด้านการท่องเที่ยว และอื่นๆ ได้ตามโอกาสและสภาพทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวย

5. จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จากการทำจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้สภาพชุมชนในเมืองเกิดสภาพความแออัด สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปเกิดมลภาวะ สถานที่ท่องเที่ยวภายในเมืองมีจำกัด และสถานที่ท่องเที่ยวตามชนบทได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างมากมาย เพื่อสนองต่อจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความต้องการสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเมืองจะหาโอกาสเดินทางท่องเที่ยวไปในท้องที่ชนบทและจะมีประชากรในชนบทบางส่วนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมือง ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมมากมาย เป็นที่ตื่นตาตื่นใจของชาวชนบท ดังนั้นจึงพอจะชี้ให้เห็นได้ว่าการที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างถิ่น หรือต่างแดนจึงเพิ่มมากขึ้นด้วย

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการการท่องเที่ยว

ยูดี เสดพรธม (2539: 226) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการการท่องเที่ยว ไว้ว่า เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ทำได้ให้แก่ประเทศสูงกว่าสินค้าส่งออกชนิดอื่นๆ ดังนั้นการจะให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ ต้องคำนึงถึงปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ประเพณี และวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือน
2. การคมนาคม ทั้งจากต่างประเทศ และในประเทศจะต้องสะดวก ปลอดภัย รวดเร็วทุกทาง มีความทันสมัย มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีสายการบินมาลงหลายสาย
3. พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร จัดระเบียบวิธีการเข้าเมืองได้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น
4. ที่พัก โรงแรม มีที่พักระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล
5. ร้านอาหาร มีร้านอาหารให้เลือกหลายชนิด ทั้งที่เป็นอาหารสากล และอาหารในท้องถิ่น ถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ มีการกำหนดราคาอาหารไว้ให้แน่นอน
6. บริการนำเที่ยว มีบริการจัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีมัคคุเทศน์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีความซื่อสัตย์ต่อความงานของธรรมชาติ และศิลปะวัฒนธรรมของประเทศ มีอัตราค่าไม่ครี มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว
7. สินค้าของที่ระลึก มีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา การส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม ดึงดูดใจ และมีความแข็งแรง
8. ความปลอดภัย ต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีตำรวจท่องเที่ยว การให้ความปลอดภัยในการจราจร มีสายการบินที่มีประวัติอุบัติเหตุทางการบินน้อยที่สุดที่มาลง

9. ความสงบเรียบร้อยของประเทศ โดยไม่มีการสู้รบกันทางการเมือง การปราบปรามที่รุนแรงในการชุมนุมทางการเมือง จะทำให้นักท่องเที่ยว งด การเดินทางมาเยือน

10. ความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าของท้องถิ่น เช่น การยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายด้วยอัธยาศัยไมตรี การแสดงความเอื้ออารีเล็กๆ น้อยๆ เป็นต้น

11. การโฆษณาเผยแพร่ เพื่อสนองแหล่งท่องเที่ยวให้ชาวต่างประเทศได้รู้จักและอยากมาเที่ยว ช่วยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น

สอดคล้องกับ ประเสริฐ วิทวารัฐ (2535: 220) ที่กล่าวถึง สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่

1. บรรยากาศด้านกายภาพ
 - 1.1. มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก
 - 1.2. มีความสะอาด สบาย ปลอดภัย
 - 1.3. มีสิ่งดึงดูดใจ ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - 1.4. มีสิ่งหายาก เช่น วัดวาอาราม พระบรมมหาราชวัง ความใหญ่โตโอฬารของอาคาร สถานที่ วิถีชีวิตที่หาดูได้ยาก
2. บรรยากาศด้านจิตใจ
 - 2.1. ความมีมิตรไมตรี
 - 2.2. การต้อนรับขับสู้ มีความพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ
 - 2.3. ความรู้สึกลดภัย
 - 2.4. ค่าครองชีพไม่สูงเกินไปนัก
 - 2.5. ความไม่เข้มงวดต่อนักท่องเที่ยว
3. บรรยากาศด้านอื่นๆ
 - 3.1. การแนะนำประชาสัมพันธ์ที่ดี
 - 3.2. สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพ
 - 3.3. สินค้าปลอดภาษี ที่มีราคาพอสมควร
 - 3.4. การบันเทิงที่นักท่องเที่ยวสนใจ

การที่มนุษย์ต้องประกอบกิจกรรมต่างๆ เพื่อการดำรงชีวิต การพักผ่อนหย่อนใจตากสถานที่ท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นสำหรับชีวิตมากขึ้น ตามลำดับ ประกอบกับประเทศไทยมีวันหยุดตามเทศกาลต่างๆ ตลอดทั้งปี โอกาสเดินทางจึงมีมากขึ้น สามารถเลือกประเภท และรูปแบบของการท่องเที่ยวได้มากขึ้นจากเดิม นอกจากนี้ พฤติกรรมการซื้อบริการการท่องเที่ยวของผู้ที่คาดว่าจะแก่นักท่องเที่ยวในอนาคตนั้น จะขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ผู้ต้องการจะท่องเที่ยวได้รับ หรือสามารถหาได้ทันที เพื่อการตัดสินใจ (ไว จามรมาน และคณะ. 2536: 28)

การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

ปัจจุบัน ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวและพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีลักษณะที่เปลี่ยนไป จากเดิมที่นักท่องเที่ยวมักจะมีลักษณะเป็นแบบ Passive คือเมื่อเดินทางท่องเที่ยวก็จะเดินไปตามเส้นทาง และรับรู้ข้อมูลจากมัคคุเทศก์ไปวันต่อวันเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวในศตวรรษหน้าจะกลายเป็นผู้ที่สนใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมต่างชาติ

ต้องการสื่อสารกับชุมชน ท้องถิ่น ต้องการข้อมูลในระดับที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งสรุป แล้วคือ ต้องการให้มีการสื่อความหมายด้านสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

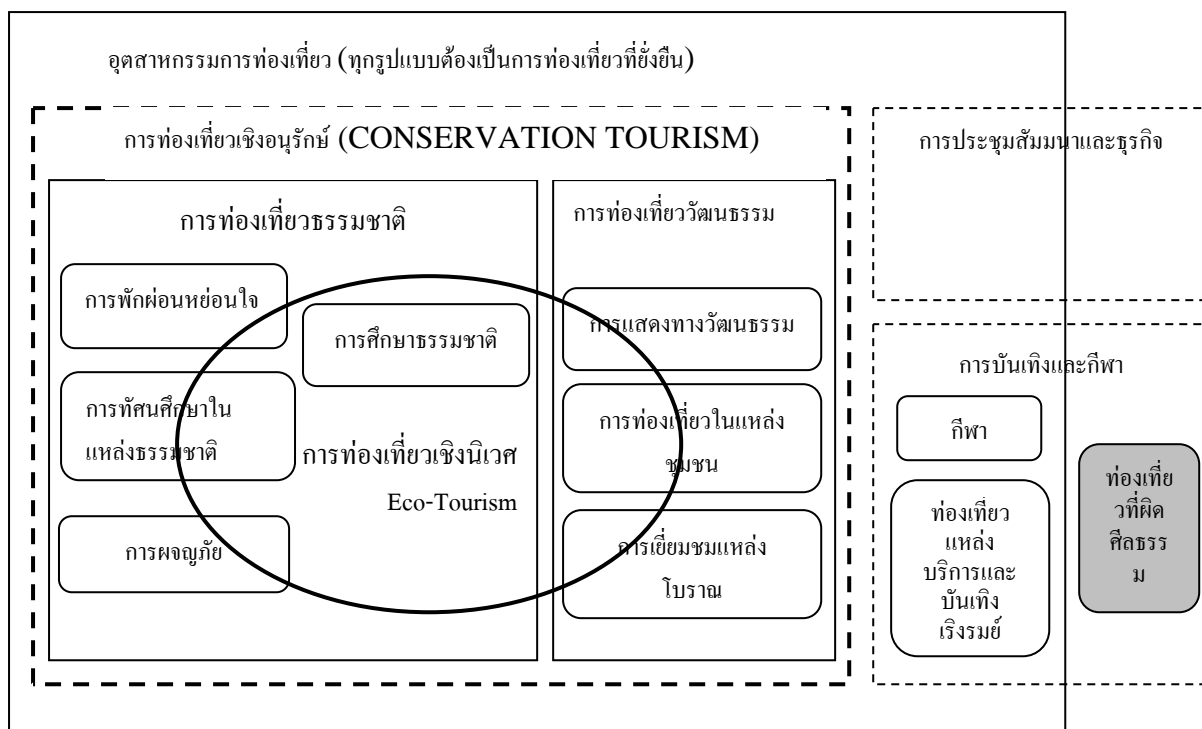
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีนโยบายที่ชัดเจนที่จะสนับสนุน ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะในพื้นที่อนุรักษ์ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน จึงได้มีการวางแผนทาง และกำหนดกลยุทธ์ ในด้านการสื่อความหมายเกี่ยวกับระบบนิเวศ และวัฒนธรรมไว้อย่างชัดเจน ซึ่งทำให้ประเทศไทยพร้อมที่จะรองรับตลาดการท่องเที่ยวในศตวรรษหน้าได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ได้มีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ออกเป็นรูปแบบต่างๆ อีกหลายรูปแบบด้วยกัน อาทิเช่น การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสัมมนา (Business and Convention Tourism) โดยเน้นรูปแบบการจัดในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)

นิยาม และความหมาย

การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ หรือ อาจเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” มาจากภาษาอังกฤษว่า “Eco-Tourism” ซึ่งเป็นคำที่ผสมกันระหว่าง Ecology หรือนิเวศวิทยากับคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว นอกจากนี้ในวงการท่องเที่ยวยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่สำคัญได้แก่ “Nature Tourism” หรือ “Bio – Tourism” หรือ “Green Tourism” แทน “Eco-Tourism” ได้เช่นกัน เพื่อบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (กิตติวัฒน์ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. 2541: 41)



ภาพประกอบ 3 รูปแบบการพักผ่อนหย่อนใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากแผนภาพ แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีปรัชญาพื้นฐานที่มุ่งสู่ หรือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541: 9)

ยูวดี นิรัตน์ตระกูล (2538 : 52) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2539 : 54) กล่าวว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึงการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลทางเศรษฐกิจ โดยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความมั่นคง ยั่งยืน อยู่คู่สังคมมนุษย์ และก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

ภราเดช พิชฌิมิเชียร (2539 : 5) ให้ความหมายไว้ว่า คือ การเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น มีขอบเขตซึ่งจำกัด โดยรูปแบบและสถานที่ ตลอดจนในเรื่องกลุ่มนักท่องเที่ยว

ดรรรชนี เอมพันธุ์ และ สุรเชษฎ์ เศรษฐศาสตร์ (2539) กล่าวว่า เป็นการท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ให้ประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้ สำหรับการดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่น และการสร้างจิตสำนึกของคนในด้านสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541 : 9) ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

บู (Boo, 1991) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนท้องถิ่น และการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

The commonwealth Department of Tourism (1993) Australia. ให้ความหมายว่า หมายถึง การท่องเที่ยวธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และมีการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน

การ์เดนอร์ และอาร์เซอร์ (Gardner and Arthur, 1994) กล่าวว่า หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มุ่งสนใจ ให้โอกาสศึกษาเรียนรู้ ขณะเดียวกันก็เอื้อประโยชน์ต่อท้องถิ่นพร้อมรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม สังคมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 12) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่ให้ความรู้แก่ผู้เดินทาง และผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น รวมถึงการมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

แนวคิดพื้นฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญอยู่ 4 ประการ

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 : 14-15) คือ

1. การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ ที่จะต้องไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทรัพยากรการท่องเที่ยว
2. การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจ และการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือน ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้อง
3. การสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้ และแสวงหาประสบการณ์ จากการท่องเที่ยว มักไม่สนใจกับความสะดวกสบายมากนัก แต่จะสนใจกับการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทุกระดับกว้างและระดับลึก
4. การให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม เพื่อช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม อันจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น อีกทั้งจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่า และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

ลักษณะที่สำคัญของ Eco-Tourism

1. เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่มีจุดสนใจหลักอยู่ที่สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และ/หรือวัฒนธรรมที่ยังคงความดั้งเดิม และบริสุทธิ์ ห่างไกลความเจริญแบบสังคมเมือง
2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและสัตว์ป่า
3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้มีความสมดุลกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่
4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งให้คนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ และได้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจให้มากที่สุด (ศรีพร สมบุญธรรม, 2536 : 29)

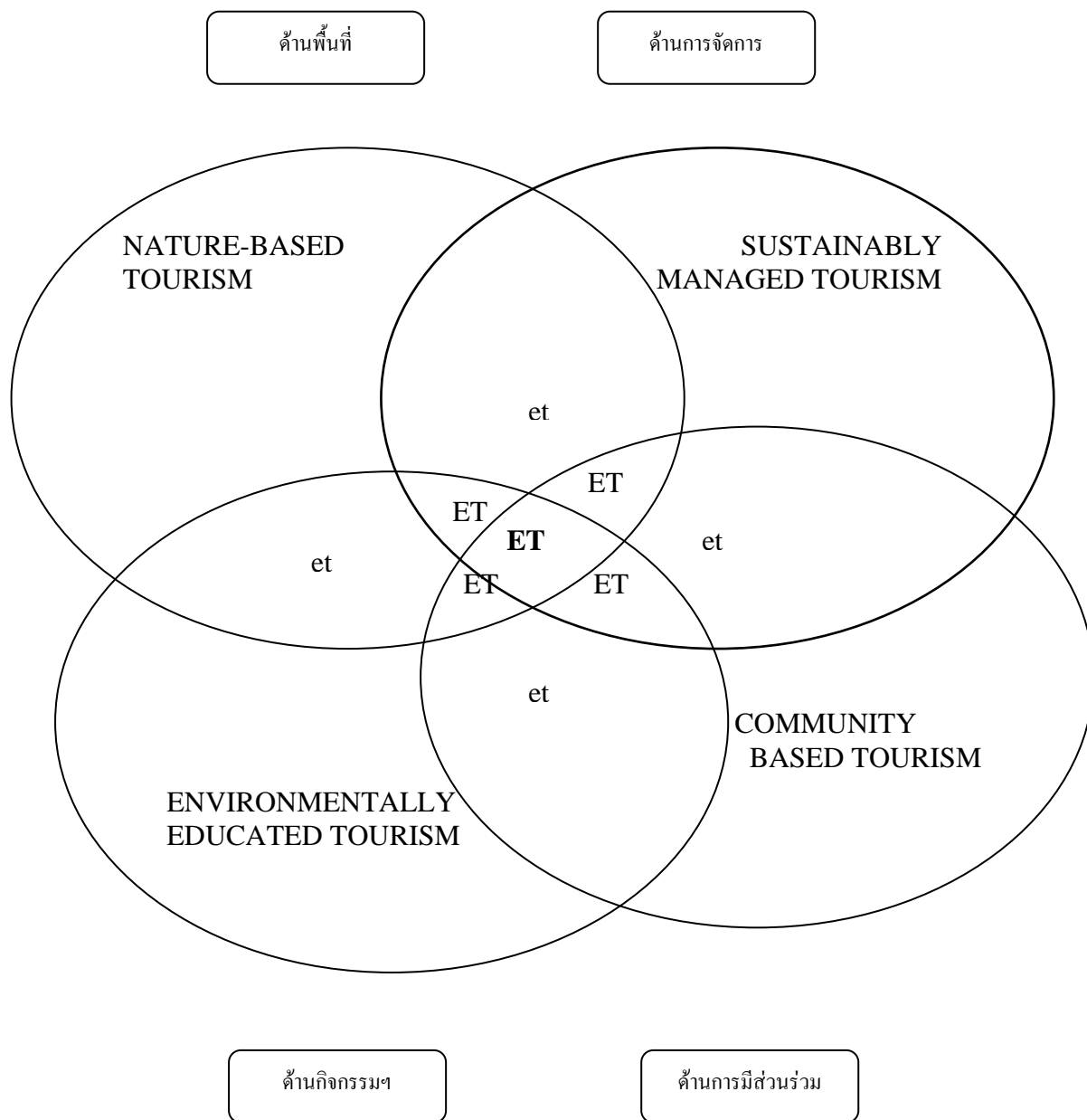
องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบหลัก (Key Elements) มี 4 ด้าน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541 : 9) คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเป็นหลัก (Identity of Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึง แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-Tourism) ในพื้นที่ของแหล่งนั้น จึงเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature – based Tourism)
2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Management Tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsibly Travel) ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ (learning Process) โดยมีการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ประสบการณ์ (Experience) ความประทับใจ (Appreciation) เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmentally Education Tourism)
4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และประชาชนในท้องถิ่น (Involvement of local community or people participation) ที่มีส่วนร่วมเกือบตลอด

กระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น (Local benefit) โดยประโยชน์ต่อท้องถิ่นที่ได้ หมายความว่ารวมถึง การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการรับผิดชอบต่อแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยและในที่สุดแล้วท้องถิ่นสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพได้

ข้อกำหนดที่ชัดเจนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ของลักษณะพื้นฐานที่เป็นหลักการทั้ง 4 ดังภาพ



ภาพประกอบ 5 หลักการพื้นฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

- หมายเหตุ
1. ดัดแปลงมาจาก Ralf Buckley 1994
 2. ET, ET, et แสดงความเข้มข้นของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นอกจากนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 17-18) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ 6 ด้านคือ

1. องค์ประกอบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว) หมายถึง สถานที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว หรือผู้คนที่ท้องถิ่นอื่นเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว หรือเยี่ยมชม รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวด้วย
2. องค์ประกอบด้านธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจบริการ โครงสร้างระดับสูงทางการท่องเที่ยว (Superstructure) ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. องค์ประกอบด้านตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวต่างๆ ในลักษณะที่มีคุณภาพประโยชน์ต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
4. องค์ประกอบด้านจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้ และสื่อความหมายด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่จะให้ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย ได้ตื่นตัวตอบสนองอย่างดี
5. องค์ประกอบด้านส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และสร้างโอกาสด้านผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งสามารถลดผลกระทบ ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชน
6. องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ด้านก่อให้เกิดผลประโยชน์ และด้านก่อให้เกิดผลเสียหาย จากการท่องเที่ยว

จากองค์ประกอบดังกล่าว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวมจึงประกอบด้วย

1. ธรรมชาติที่ให้ความพอใจแก่นักท่องเที่ยว
2. กติกา และความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ที่ยั่งยืน
3. การเรียนรู้
4. การมีส่วนร่วมของชุมชน (รณกร ตีรگانนท์. 2541 : 41)

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กิตติวัฒน์ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (2541 : 44-52) กล่าวว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถทำได้หลายรูปแบบในพื้นที่ธรรมชาติที่มีระบบนิเวศต่างๆ กัน และภายใต้แนวความคิดในการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ควรพิจารณาปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยเกี่ยวกับพื้นที่ และทรัพยากรนั้นหนาแน่นในพื้นที่ ที่จะรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism Site) ทั้งนี้สภาพดั้งเดิม และคุณค่าที่มีอยู่ในตัวธรรมชาติ เป็นหัวใจของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. ปัจจัยเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ควรส่งเสริม นอกจากมุ่งให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน พึงพอใจ และใกล้ชิดธรรมชาติ โดยผ่านทางโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติรูปแบบต่างๆ โดยสามารถสรุปกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ดังนี้

กิจกรรมหลัก

1. กิจกรรมการเดินป่า(Hiking/ Trekking)
2. กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ (Nature Education)
3. กิจกรรมถ่ายภาพธรรมชาติ บันทึกเทปวีดีโอ เทปเสียงธรรมชาติ (Nature Photography, Video Taping and Sound of Nature Audio Taping)
4. กิจกรรมส่อง/ ดูนก (Bird Watching)

5. กิจกรรมศึกษา / เที่ยวถ้ำ (Cave Exploring Visiting)
6. กิจกรรมศึกษาท้องฟ้าและดาราศาสตร์ (Sky interpretation)
7. กิจกรรมล่องเรือศึกษาธรรมชาติ (Boat Sightseeing)
8. กิจกรรมพายเรือแคนู (Canoeing) / เรือคายัค (Kayak) / เรือใบ (Browbeating) / เรือใบ (Sailing)
9. กิจกรรมดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น (Snorkel Skin Diving)
10. กิจกรรมดำน้ำลึก (Scuba Diving)
11. กิจกรรมท่องเที่ยวประเภทชื่นชมธรรมชาติ (Appreciative recreational Activities) และกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทตื่นเต้นผจญภัย (Adventurous Recreational Activities)

กิจกรรมเสริม

1. กิจกรรมชมวิวทิวทัศน์ธรรมชาติในบรรยากาศที่สงบ (Relaxing)
2. กิจกรรมขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ (Terrain / Mountain Biking)
3. กิจกรรมปีน / ไต่เขา (Rock / Mountain Climbing)
4. กิจกรรมพักแรมด้วยเต็นท์ (Tent Camping)
5. กิจกรรมเครื่องร่อนขนาดเล็ก (Hang Glider)
6. กิจกรรมล่องแพยาง / แพไม้ไผ่ (White Water Rafting)
7. กิจกรรมพักผ่อนรับประทานอาหาร (Picnicking)
8. กิจกรรมเที่ยวน้ำตก (Waterfall Visits / Exploring)
9. กิจกรรมวินด์เซิร์ฟ (Windsurfing)

ประเภทของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourist)

ศรีพร สมบุญธรรม (2536 : 30) ได้จำแนก Eco-Tourist โดยแบ่งตามระดับความสนใจในธรรมชาติไว้ 4 กลุ่ม

1. กลุ่มนักธรรมชาติวิทยา (Naturalists) ซึ่งมีจะประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ พืช สัตว์ สิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศหนึ่งๆ
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้รักธรรมชาติ (Nature Tourists) หรือที่เรียกว่า “นักนิยมไพร” จะมีจุดสนใจหลักที่ความงามของธรรมชาติ และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนท้องถิ่น
3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบแสดงหาความตื่นเต้นและแปลกใหม่ (Mainstream Nature Tourists) ในสภาพธรรมชาติที่ห่างไกลความเจริญ และความลำบากในการเข้าถึง
4. กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ต้องการชื่นชมธรรมชาติ (Casual Tourist) เพื่อเป็นการเสริมความหลากหลายให้กับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของตน

โดยสรุป “Ecotourism” หรือ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเน้น (ณรงค์เดช นวลมีชื่อ, 2540 : 58)

1. วัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา เรียนรู้ ชื่นชมธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม อย่างมีระบบ
2. การอนุรักษ์ และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศเป็นสำคัญ

3. การบูรณาการ ระหว่างผลทางเศรษฐกิจ กับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเกิดสมดุล
4. ให้เกิดการเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม

ตลาดการท่องเที่ยว

ทายาท กิตติกุล (2540 : 12) ได้กล่าวถึง ตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งใช้แนวคิดทางการตลาด (Marketing concept) เพื่อกล่าวหาว่าความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะได้ผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวในการบำบัดความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า “ส่วนผสมทางการตลาด” (Marketing Mix) หรือ “The 4 Ps” ตามแนวความคิดของ แม็คคาร์ที (McCarthy, 1979 : 32) ได้กล่าวถึง การสนองความต้องการและการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

ส่วนผสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ฉลอสรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 60) กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) ประกอบด้วยสินค้าทั้งที่เป็นรูปธรรม นามธรรม และบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

คริสโตเฟอร์ และแพลนท์ (Christopher and Plant, 1992 : 62) ได้กล่าวถึง สินค้าทางการท่องเที่ยวว่าเป็นสินค้าที่มีความยุ่งยากซับซ้อนเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากประกอบด้วย สถานที่(place) ได้แก่ สถานที่พักผ่อนในวันหยุด การบริการ (Service) ได้แก่ การบริการของบริษัทนำเที่ยว ห้องพักของโรงแรม การอำนวยความสะดวกอื่นๆ ในบางโอกาส ส่วนสินค้าทางการท่องเที่ยวก็สามารถจับต้องได้ เช่น สุราที่ขายในร้านค้าปลอดภาษี

มิดเดิลตัน (Middleton, 1988 : 80) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของสินค้าการท่องเที่ยวว่ามีองค์ประกอบหลักอยู่ 5 องค์ประกอบคือ

1. สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว (Destination Attractions) เช่น สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมและสังคม
2. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในสถานที่ท่องเที่ยว (Destination Facilities and Service) ได้แก่ ความพร้อมทางด้านที่พัก ความพร้อมทางด้านภัตตาคาร บาร์และคาร์เฟ่ ความพร้อมทางด้านการคมนาคมขนส่ง สถานีเล่นกีฬา และสันทนาการ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอื่นๆ
3. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility of the Destination) อันได้แก่ สาธารณูปโภค หรือโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) พาหนะในการเดินทาง การบริการนักท่องเที่ยว และกฎระเบียบของรัฐบาล
4. ภาพพจน์ของสถานที่ท่องเที่ยว (Images of the Destination) เป็นภาพพจน์และความคาดหวังที่อยู่ภายในใจของผู้บริโภค ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
5. ราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่าย (Price to the Consumer) เป็นผลรวมด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าที่พัก และการเลือกกระดับการบริการ ซึ่งทำให้สินค้ามีความแตกต่างกัน

2. ราคา (Price)

ฉลอสรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 81) กล่าวว่า ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายตามมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนด

แม็คอินทอช และ โกลด์เนอร์ (McIntosh and Goeldner. 1986 : 378 – 379) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อนโยบายราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะต้องพิจารณา ซึ่งปัจจัย ดังกล่าว ได้แก่ คุณภาพ ลักษณะเด่น วิธีการแจกจ่าย ต้นทุนในการแจกจ่าย และต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ตลอดจนขอบเขตของการแข่งขันทางการตลาด ลักษณะของตลาด ก่อให้เกิดความต้องการของ องค์การ ฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาที่ใช้ลดพิเศษเพื่อการส่งเสริมการขายและข้อที่ควรคำนึงทางด้านจิตวิทยาของ นักท่องเที่ยว

3. สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 94) กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution Place) หมายถึง กลไก หรือ กระบวนการ หรือ ช่องทาง หรือ วิธี ที่จะทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้าย เปลี่ยนมือ เปลี่ยนความเป็นเจ้าของจากผู้ผลิต จากสถาบันการค้าส่ง และสถาบันการค้าปลีก หรือพ่อค้าคนกลางไปยัง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้อย่างสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัย ทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายทางการขายได้ อย่างดี

แม็คอินทอช และ โกลด์เนอร์ (McIntosh and Goeldner. 1986 : 380 – 381) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจใน เรื่องของช่องทางการจัดจำหน่ายว่ามีผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่นๆ ของส่วนผสมทางการตลาด ดังนั้นธุรกิจ จะต้องเลือกช่องทางที่เหมาะสม และสอดคล้องกับส่วนผสมทางการตลาดอื่นๆ

ระบบการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว เป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว (Traveler) ที่เป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว (The Suppliers of Travel Services) ซึ่งถือว่าเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทสายการบิน โรงแรมและบริษัท บริการรถเช่า เป็นต้น และต้องอาศัยคนกลาง (Intermediaries) ในการแนะนำสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และข้อมูลต่างๆ ออกสู่ตลาด เพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าทางการท่องเที่ยว ซึ่งคนกลางเหล่านั้น ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว ที่จัดบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Tour Packagers) ตัวแทนขายปลีกทางการท่องเที่ยว (Retail Travel Agents) และช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวแบบพิเศษ (Specialty Channels) เช่น บริษัทนำเที่ยวที่รับจัดนำเที่ยว ให้พนักงานของหน่วยงานต่างๆ บริษัทผู้ที่รับวางแผนจัดการประชุม สำนักงานประสานความร่วมมือด้านการ เดินทาง สมาคมผู้บริหารธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เป็นตัวแทนของโรงแรมที่ประสานงานกับบริษัทนำ เที่ยว

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 107) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กระบวนการ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคล (Personal Selling) และไม่ใช่บุคคล (Non-Personal Selling) เข้าไปติดต่อกับลูกค้าเพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้สินค้าและบริการ เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายไปยังผู้ให้มากที่สุด รวดเร็วที่สุด และมีผลกำไรตามที่ธุรกิจนั้นต้องการ

แม็คอินทอช และ โกลด์เนอร์ (McIntosh and Goeldner. 1986 : 382 – 388) ได้กล่าวถึง จุดมุ่งหมายของ การส่งเสริมการตลาด คือ สร้างความต้องการท่องเที่ยวให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะกลายมาเป็นนักท่องเที่ยวในอนาคตให้ มาใช้บริการนำเที่ยว หรือมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ทำการส่งเสริมการตลาด ซึ่งใช้วิธีการโฆษณา (Advertising) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การให้ข่าว (Publicity) และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion Activities) ซึ่งต้องเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจ

(Attract Attention) สร้างความสนใจ (Create Interest) สร้างความต้องการ (Create a desire) และต้องให้เกิดการกระทำการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Get Action)

THE 4 P'S OF THE MARKETING MIX



ภาพประกอบ 6 แสดงส่วนผสมทางการตลาด

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว

ภูมิประเทศ

อำเภอวังน้ำเขียว เป็นอำเภอเกิดใหม่เล็กๆ ในเขตจังหวัดนครราชสีมาตอนใต้ ที่มีสภาพภูมิอากาศเป็นที่ราบสูงเย็นสบายตลอดปี อยู่บนแนวขอบสูงสุดของที่ราบสูงโคราช มีทิวทัศน์ที่สวยงาม ทรัพยากรธรรมชาติด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ อยู่บนทางหลวงสาย 304 เชื่อมต่อระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีแนวเขตติดต่อกับอำเภอนาดิ จ.ปราจีนบุรี ระยะทางประมาณ 240 กม. จากกรุงเทพฯหรือประมาณ 79 กม.จากนครราชสีมา ลักษณะพิเศษ เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอคือ สภาพพื้นที่ราบสูงซึ่งมีลักษณะเป็นเนินสูงต่ำสลับกันเกือบทั้งอำเภอ มีหลายเนินเขากระจายอยู่ เช่น เขาหินเพลิง เขาเขียว เขาชันเต่า เขาสูง เขาน้อย เขาทับเจ๊ก เขาแผงม้า เขาสวนห้อม เป็นต้น ความสูงเฉลี่ยจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ตั้งแต่ 236 เมตร 843 เมตร ตั้งอยู่ในพื้นที่ป่าเขตร้อน ต้นน้ำลำธารระหว่างรอยต่อของอุทยานแห่งชาติทับลาน และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีน้ำตกธรรมชาติหลายแห่ง สภาพอากาศค่อนข้างเย็นในช่วงกลางคืน มีหมอกเกือบตลอดทั้งปี จนได้ชื่อว่าเป็น “สวิสเซอร์แลนด์แดนอีสาน” และในอำเภอยังเป็นที่ตั้งของต้นน้ำลำธารเพ็ญ ลำชะชะ ลำลำลาย ลำมูลบน ที่ไหลลงสู่ลำน้ำมูล

สถานที่ท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

อุทยานแห่งชาติทับลาน (Tub Lan National Park)

ที่อยู่ อยู่ในเขตพื้นที่ อ.วังน้ำเขียว อ.ปักธงชัย อ.ครบุรี อ.เสิงสาง จ.นครราชสีมา และ อ.นาดิ จ.ปราจีนบุรี
การติดต่อ-สำรองที่พัก อุทยานแห่งชาติทับลานมีสถานที่กางเต็นท์ ค่ายพักแรม และร้านค้าสวัสดิการไวบริการ โทร.037-219408 หรืองานบริการบ้านพัก ส่วนอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ โทร.02-5795269 , 02-5797223 , 02-5795734 , 02-5614292-3 ต่อ 724,725

ติดต่อสอบถาม - สถานที่ หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติทับลานที่ ทง.13 (สวนห้อม) หมู่ที่ 2 ต.วังน้ำเขียว อ.วังน้ำเขียว จ.นครราชสีมา โทร. 037-219408 อุทยานแห่งชาติทับลาน หรือ โทร. 09-9835819,01-3846613 คุณชัยรัตน์ (สวนห้อม)

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

อุทยานแห่งชาติทับลาน (Tub Lan National Park) ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 39 เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ.2524 เป็นอุทยานที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศ มีขนาดพื้นที่ประมาณ 2,240 ตารางกิโลเมตร(1,400,000 ไร่) อยู่ในเขตพื้นที่ อ.วังน้ำเขียว อ.ปักธงชัย อ.ครบุรี อ.เสิงสาง จ.นครราชสีมา และ อ.นาดิ จ.ปราจีนบุรี จุดเด่นของที่นี่อยู่ที่ป่าลานผืนใหญ่ผืนสุดท้ายของประเทศไทย และมีผืนป่าสมบูรณ์ที่เป็น ต้นน้ำลำธารสำคัญหลายสายที่ไหลรวมกันเป็นแม่น้ำมูลและแม่น้ำบางปะกง หล่อเลี้ยงคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมาเนิ่นนาน

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและกิจกรรมที่น่าสนใจ (Main Tourist Attraction and Interesting Activities)

การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ (Hiking/Trekking) ป่าลาน เป็นป่าลานขนาดใหญ่ผืนสุดท้ายของประเทศไทย ต้นลานเป็นไม้ที่มีมาแต่ยุคดึกดำบรรพ์ จะออกช่อดอกที่ยอดที่อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ลานต้นหนึ่งมีดอกมากกว่า 60 ล้านดอก เมื่อออกดอกแล้วจะตาย บรรยาการร่มรื่นจึงเหมาะแก่การพักผ่อนและจัดค่ายพักแรม

ดูนก (Bird Watching) เป็นอีกกิจกรรมที่ได้รับความนิยมและสนใจจากนักท่องเที่ยว

การเข้าค่าย (Nature Camp) ทางอุทยานเปิดให้บริการเข้าค่ายศึกษาธรรมชาติในทุกรูปแบบ สามารถติดต่อล่วงหน้า ทางอุทยานจะมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์พาเดิน ศึกษาตามเส้นทางต่าง ๆ พร้อม การบรรยาย และ นำจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในอาคาร และ ในสภาพธรรมชาติ สอบถามรายละเอียดได้ตามที่อยู่ และ โทรศัพท์ข้างบน

น้ำตกที่อยู่ในเขตอุทยาน (Waterfall) มีถึง 4 แห่ง น้ำตกห้วยใหญ่ น้ำตกห้วยขมิ้น และ น้ำตกสวนห้อมน้ำตกห้วยใหญ่ เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ สูง 60 เมตร กว้าง 30 เมตร หน้าผาตรงบริเวณน้ำตกโค้งเป็นมุม 150 องศา และมีอีกหลายน้ำตกที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ตัวน้ำตกตั้งห่างจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 304 ราว 6 กิโลเมตร สามารถเข้าได้จากซอยเทศบาล 4 ตรงตลาด 79 อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เป็นถนนคอนกรีตบางส่วน และ ทางลูกรังบางส่วน สามารถนำรถเข้าไปได้ น้ำตกหวนกกก เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่สวยงาม ตั้งอยู่ในเขต อ. นาคี สายน้ำไหลมาจากลานผากว้าง สูง 20 เมตร ลดหล่นลงสู่ลานหินมีน้ำเฉพาะช่วงหน้าฝน ถ้าไปจากด้านอำเภอวังน้ำเขียว ตามทางหลวงหมายเลข 304 ทางเข้าอยู่เลยที่ทำการอุทยานฯ ไปประมาณ 3 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายเข้าไปอีก 4 กิโลเมตร จากนั้นเดินเท้าขึ้นเขาต่อระยะทาง 5 กิโลเมตร

เขื่อนลำมูลบน เป็นเขื่อนที่กรมชลประทานสร้างขึ้นกั้นลำน้ำมูลตอนบน ซึ่งเป็นต้นน้ำของแม่น้ำมูลที่เกิดจากผืนป่าทับลานเป็นจุดชมทิวทัศน์ที่ดี สามารถเห็นทัศนียภาพของอ่างเก็บน้ำได้กว้างไกล มีร้านอาหารบริการ จากทางหลวงหมายเลข 304 บริเวณกิโลเมตรที่ 92 มีทางแยกเข้าไปอีก 20 กม. จะถึงตัวเขื่อน

หาดชมตะวัน เป็นชายหาดยาว 300 เมตร ริมเขื่อนลำปาลายมาเป็นสถานที่ที่ผู้คนนิยมมาพักผ่อนหย่อนใจและเล่นน้ำ มีเรือให้เช่าชมทิวทัศน์โดยรอบ

ศูนย์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าเขาภูหลวง

ที่อยู่ บ้านคลองสมบูรณ์ ตำบลละเรียง อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ติดต่อโทร. 01- 22226188 หรือ 01-23399720, 044-242060 Fax. 044 - 4244411

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ศูนย์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าเขาภูหลวง เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ในพื้นที่ ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าเขาภูหลวง บ้านคลองสมบูรณ์ ตำบลละเรียง อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ครอบคลุมพื้นที่ 170,000 ไร่ เป็นเทือกเขาป่าดิบแล้งแนวยาวกว่า 40 กิโลเมตร มีศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเจ้าหน้าที่ประจำ เปิดให้บริการเข้าค่ายศึกษาธรรมชาติในทุกรูปแบบ และจัดกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมทั้งพักทั้งแบบบ้าน และ เต็นท์

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ (Hiking/Trekking) ชมสภาพป่าดิบแล้งของเข่าโซ่ อันอุดมสมบูรณ์ ท่ามกลางการสื่อความหมายตลอดเส้นทาง

พายเรือ/ตกปลา (Canoeing/Fishing) บริเวณอ่างเก็บน้ำของโครงการ เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถพายเรือดูนกและตกปลา พร้อม ๆ กันได้ **ดูนก (Bird Watching)** เป็นอีกกิจกรรมที่ได้รับความนิยมและสนใจจากนักท่องเที่ยว

การเข้าค่าย (Nature Camp) ทางศูนย์เปิดให้บริการเข้าค่ายศึกษาธรรมชาติในทุกรูปแบบ อาทิเช่น ค่ายอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ ค่ายลูกเสือ - เนตรนารี ค่ายชมดาว ค่ายภาษาอังกฤษ และค่ายเยาวชนพิทักษ์สิ่งแวดล้อม เป็น

ต้น สามารถติดต่อล่วงหน้า ทางศูนย์จะมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์พาเดิน ศึกษาตามเส้นทางต่าง ๆ พร้อม การบรรยาย และ นำจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในอาคาร และ ในสภาพธรรมชาติ สอบถามรายละเอียดได้ตามที่อยู่ และ โทรศัพท์ข้างบน

ปั่นจักรยานเสือภูเขา(Mountain Biking) ตามเส้นทางธรรมชาติอันหลากหลายระยะทางตั้งแต่ 5-40 กิโลเมตร

เขาแผงม้า

ที่อยู่ อยู่ในเขตพื้นที่ ตำบล วังน้ำเขียว อ.วังน้ำเขียว จ.นครราชสีมา

การติดต่อ มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

เขาแผงม้าในอดีต เคยเป็นป่าผืนเดียวกับเขาใหญ่ซึ่งเต็มไปด้วยความอุดมสมบูรณ์ สัตว์ป่านานาชนิดอาศัยอยู่อย่างชุกชุม เป็นต้นน้ำของลำห้วยหลายสาย ไหลรวมกันเป็น ลำพระเพลิง ก่อนลงสู่ม่น้ำมูน เป็นเส้นชีวิตหลัก ของผู้คนในแผ่นดินอีสาน ได้ใช้เป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ ในการดำรงชีพมาหลายชั่วคน แต่นโยบายการพัฒนาอย่างเร่งรีบ โดยขาดการวางแผน โดยรอบครอบ ก่อให้เกิดการตัดถนนสายต่างๆ ทะลุกลางป่าเทือกเขาพนมดงรัก การสัมปทานป่าไม้ ทำให้ชาวบ้านจาก ที่ต่างๆ อพยพเข้ามาบุกเบิก หักร้างถางพง ลำสัตว์ ตัดต้นไม้ ถิ่นครองที่ดิน ในบริเวณเขาแผงม้ามากขึ้นลำดับด้วยการ เน้น การปลูกพืชเศรษฐกิจราคาสูง แต่เพียงอย่างเดียว พื้นดินจึงเสื่อมสภาพลง ด้วยปุ๋ยเคมี ผืนป่าที่เคยอุดมสมบูรณ์ จึงกลายเป็น ภูเขาหัวโล้น ต้นน้ำที่เคยชุ่มฉ่ำ กลับแห้งผาก ประกอบกับทุ่งหญ้าที่ขึ้นปกคลุม กลายเป็น เชื้อเพลิงอย่างดี ในหน้าแล้ง ไฟป่าไหม้ไหม้ ทั้งกลางวัน และ กลางคืน จนผู้คนขนานนามว่า "ภูเขาไฟ"

จาก "ภูเขาไฟ" กลายเป็น "ทุ่งความหวัง มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทยฯ เสนอตัวเข้าร่วมโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ บริเวณเขาแผงม้า เนื้อที่ 5,000 ไร่ โดยมีระยะเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2537 และขยายเวลาต่อเนื่องถึง ปี พ.ศ. 2545 มูลนิธิฯ ยึดกระแสพระราชดำริส ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เป็นแนวทางในการปลูกป่า โดยคัดเลือกพันธุ์กล้าไม้ ที่มีสภาพแข็งแรง และมีขนาดโตพอ ไม่ปลูกเป็นแถวเป็นแนว แต่ให้ปลูกคละพันธุ์กันไป เริ่มจากบนเขา ลงสู่พื้นล่าง ไม่มีการเก็บริบสุ่มเผา มมีการตัดฟันไม้ท้องถิ่น ไม่ใช้ยาฆ่าแมลง และสารเคมีหลังจากการดำเนินงานปลูกป่าอย่างต่อเนื่อง โดยร่วมมือ กับชาวบ้านในท้องถิ่นอย่างใกล้ชิดลดการล่าสัตว์ ตัดไม้ รวมทั้งการเฝ้าระวังป้องกันไฟป่า อย่างเข้มงวด ทำให้สภาพเขาแผงม้า เริ่มฟื้นตัวจากภูเขาหัวโล้น กลายเป็นพื้นที่สีเขียวชอุ่มตลอดทั้งปีแน่นอนนับไปด้วย ชนิดและจำนวน ของต้นไม้ที่ปลูก และที่มีอยู่เดิม เขาแผงม้าคืนสู่สภาพ เป็นป่าต้นน้ำ ที่หล่อเลี้ยง ลำห้วยและ สายน้ำลำพระเพลิง สัตว์ป่าหลายชนิด ได้เข้ามาอยู่อาศัยหากิน เช่น หมูป่า เก้ง กวาง ชะมด อีเห็น เสือปลา หมี กระรอก กระต่าย เป็นต้น

และแล้ว...กระทิงก็กลับมา ปรากฏการณ์สำคัญที่ยืนยันถึงการฟื้นตัวของสภาพป่าเขาแผงม้าคือ การกลับมาของฝูงกระทิงป่า 4-10 ตัว ในช่วงฤดูฝนของ ปี พ.ศ.2538 มูลนิธิฯ ได้เฝ้าติดตามกระทิงฝูงนี้อย่างใกล้ชิด ศึกษาเส้นทางสร้างแหล่งอาหาร พร้อมกับการวางแผนป้องกัน การไล่ล่ากระทิง อย่างเข้มงวด ทำให้ฝูงกระทิงรู้สึกปลอดภัย และใช้เป็นที่อยู่อาศัย มีการผสมพันธุ์ และออกลูกออกหลาน ใหม่ ๆ ทุกปี ปัจจุบันคาดว่า มีกระทิงที่เขาแผงม้า ประมาณ 50 ตัว มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าฯ จึงมีความหวังว่าด้วยการ มีส่วนร่วมของทุกฝ่าย โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่น พื้นที่เขาแผงม้าจะได้รับการดูแลรักษาสภาพป่า ให้ฟื้นตัวอย่างถาวร สัตว์ป่า ได้รับการคุ้มครอง และเป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติ สำหรับเยาวชนและผู้สนใจ ในงานอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป

วันเวลาที่แนะนำในการดูกระทิง กระทิงเขาแผงม้าสามารถไปเที่ยวชมได้ทุกวันตลอดทั้งปี ช่วงเวลาที่กระทิงออกหากินมักเป็นในช่วงบ่าย และเย็นที่มีโอกาสได้พบเห็นตัวได้มากกว่าเวลาอื่น

สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราช พื้นที่สงวนชีวมณฑล (Biosphere Reserve)

ที่อยู่ ตั้งอยู่ในเขต ตำบลภูหลวง อำเภอปักธงชัย ตำบลวังน้ำเขียว และตำบลอุดมทรัพย์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ติดต่อโทร. 044- 244474 หรือ 044-242533 Fax. 044 - 258642

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราช ซึ่งได้รับการจัดให้เป็น แหล่งสงวนชีวมณฑล ที่ยิ่งใหญ่ของโลก อยู่ในความรับผิดชอบของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย เป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติ และ พรรณไม้ อยู่บนถนนสาย 304 ห่างจากที่ว่าการอำเภอวังน้ำเขียวเพียง 10 กิโลเมตร มีอาคารจัดสัมมนา และบ้านพักรับรอง ประวัติความเป็นมา พื้นที่สงวนชีวมณฑลสะแกราช เกิดขึ้นเนื่องจากรัฐได้เห็นความสำคัญของการวิจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม และนิเวศวิทยา ที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศ และต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนโดยส่วนรวม คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2510 ให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(วท) ใช้ป่าสงวนแห่งชาติ เนื้อที่ประมาณ 50,000 ไร่ บริเวณอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา จัดตั้งเป็นสถานีวิจัยชื่อว่า "สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราช" เพื่อทำหน้าที่วิจัยในลักษณะพหุศาสตร์ (Multidisciplinary research) ทางด้านสิ่งแวดล้อมและนิเวศวิทยาของป่าเขตร้อน(ป่าดิบแล้งและป่าเต็งรัง) การดำเนินงานของสถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราช ได้ดำเนินการมาเป็นลำดับ และเป็นที่ยอมรับไปทั้งในและต่างประเทศ โครงการ MAB (Man and Biosphere) ของยูเนสโก ได้มีการนำเสนอเพื่อขอรับรองให้สถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกราชเป็นพื้นที่สงวนชีวมณฑล และได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2519 จากยูเนสโก เป็นพื้นที่สงวนชีวมณฑลแห่งแรกของประเทศไทย

น้ำตกวังจรเข้

พื้นที่ในความดูแลของ อบต. ไทยสามัคคี โดย อบต. ได้เข้าไปดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์และถนนเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นน้ำตกที่สวยงามที่สุดของ ต. ไทยสามัคคี เพราะเป็นน้ำตกที่ทอดยาว และมีน้ำใสในแอ่งน้ำสำหรับเล่นน้ำได้ตลอดทั้งปี น้ำตกแห่งนี้เป็นที่รองรับน้ำจากพื้นที่ป่าอุทยานแห่งชาติทับลาน และ เป็นหนึ่งในสายน้ำที่เป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำบางปะกงของภาคตะวันออก บริเวณสองฝั่งของห้วยขมิ้นจะยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติที่ยังมีพื้นที่ป่าอยู่มากมาย ทางเข้าสู่วังน้ำตก เป็นทางเดินเท้าจึงเหมาะแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินป่าและศึกษาธรรมชาติ น้ำตกวังจรเข้เป็นน้ำตกที่ไหลมาจากคลองกระทิง ซึ่งจะไหลไปบรรจบน้ำตกห้วยใหญ่ ที่ตั้ง ม.1 บ้านไทยสามัคคี (คู่มคลองกระทิง) ต.ไทยสามัคคี อ.วังน้ำเขียว จ.นครราชสีมา

น้ำตกห้วยใหญ่

เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ สูง 60 เมตร กว้าง 30 เมตร พื้นที่ในความดูแลของ อบต. ไทยสามัคคี โดย อบต.ได้เข้าไปดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์และถนนเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นน้ำตกที่ไหลลงจากคลองห้วยใหญ่ ลักษณะของน้ำตกมีทั้งหมด 5 ชั้น ซึ่งเชื่อมต่อกับน้ำตกสวนห้อมของ ต.วังน้ำเขียว ซึ่งน้ำตกห้วยใหญ่จะมีน้ำมากในช่วงเดือนกรกฎาคม-เดือนตุลาคม ที่ตั้ง จะอยู่ในพื้นที่ ม.6 บ้านห้วยใหญ่ใต้ ต.ไทยสามัคคี ทางไปน้ำตก

สามารถใช้เส้นทางจาก ทางหลวงหมายเลข 304 เมื่อถึงอำเภอวังน้ำเขียว ให้แยกเข้าซอยเทศบาล 4 ที่บริเวณตลาดสดศาลเจ้าพ่อ (ตลาด 79) ตามป้ายบอกทางไปวัดสวนห้อม แล้วเลี้ยวซ้ายตามป้ายบอกทาง ไปน้ำตกบริเวณอุทยานแห่งชาติทับลาน 3 น้ำตก

น้ำตกสวนห้อม

เป็นน้ำตกที่เชื่อมต่อกับน้ำตกห้วยใหญ่ อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน ซึ่งน้ำตกจะมีน้ำมากในช่วงหน้าฝน ระหว่าง เดือนกรกฎาคม-เดือนตุลาคม เช่นเดียวกัน ทางไปน้ำตกจะใช้เส้นทางเดียวกับการไปน้ำตกห้วยใหญ่ แยกซ้ายเข้าซอยเทศบาล 4 ที่บริเวณตลาดสดศาลเจ้าพ่อ (ตลาด 79) แตรถที่ใช้ควรเป็นรถขับเคลื่อน 4 ล้อ จึงจะเหมาะสมต่อการเดินทาง

น้ำตกม่านฟ้า

เป็นน้ำตกที่อยู่เหนือน้ำตกห้วยใหญ่ ขึ้นไปอีกเพียง 100 เมตร โดยมีทางเดินจากบริเวณน้ำตกห้วยใหญ่ไปได้ ซึ่งน้ำตกจะมีน้ำมากในช่วงเดือนกรกฎาคม-เดือนตุลาคม เช่นเดียวกัน อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน

น้ำตกเหวนกกก

เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่สวยงาม สายน้ำไหลมาจากลานผากว้าง สูง 20 เมตร ลดหล่นลงสู่ลานหิน มีน้ำเฉพาะช่วงหน้าฝน ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน เขตของอำเภอนาดิ โดยทางเข้าอยู่เลขทางเข้าที่ทำการอุทยานไปอีก 3 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 304 จาก อำเภอวังน้ำเขียว ไป อำเภอกบินทร์บุรี

น้ำตกขุนโจร

เป็นน้ำตกที่อยู่ใน เส้นทางไปยัง แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ป่าเขาภูหลวงที่ บ้านโนนสาวเอ้ ตำบล วังหมี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

น้ำตกคลองดินดำ

เป็นน้ำตกที่อยู่ใน เส้นทางไปยัง แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ป่าเขาภูหลวงที่ บ้านโนนสาวเอ้ ตำบล วังหมี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เช่นเดียวกัน

อ่างเก็บน้ำห้วยขมิ้น

พื้นที่ในความดูแลของ อบต. ประชาชนท้องถิ่นใช้ประโยชน์เพื่อการอุปโภคบริโภค และการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉพาะช่วงเทศกาล เป็นอ่างเก็บน้ำที่สร้างโดย สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท สถานที่แห่งนี้เหมาะแก่การตกปลา กางเต็นท์พักผ่อน หลังจากเที่ยวชมน้ำตกหรือป่ามุลหลง-มุลสามง่ามใน อุทยานแห่งชาติทับลาน

อ่างเก็บน้ำห้วยขมิ้น 2

พื้นที่ในความดูแลของ อบต. ประชาชนท้องถิ่นใช้ประโยชน์เพื่อการอุปโภคบริโภค และการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉพาะช่วงเทศกาล เป็นอ่างเก็บน้ำมีความจุ 700,000 ลบ.ม. ที่สร้างโดย สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท แล้วเสร็จเมื่อ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2545 สถานที่แห่งนี้เหมาะแก่การตกปลา กางเต็นท์พักผ่อน เช่นเดียวกัน

เป็นพื้นที่ในความดูแลของ อบต. และ รพช. :ซึ่งประชาชนท้องถิ่นสามารถใช้ประโยชน์เพื่อการอุปโภคบริโภค และการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะช่วงเทศกาล อ่างเก็บน้ำห้วยกระบอกนี้เป็นบริเวณที่น่าพักผ่อนกางเต็นท์ใกล้ หุบเขาและสายน้ำ เพื่อ ชมนกเป็ดน้ำและตกปลา ท่ามกลางหุบเขาจะเห็นวิวทิวทัศน์ของแนวสันเขาวงที่ทอดยาว อย่างสวยงาม ชมวิถีชีวิตของชาวบ้านรอบๆบริเวณอ่างเก็บน้ำ อ่างเก็บน้ำแห่งนี้ตั้งอยู่ติดกับสันเขาวงและเขา สลัดไค ติดกับเส้นทางที่จะเข้าไปบริเวณสันเขาแคบในอุทยานแห่งชาติทับลาน ซึ่งมีทิวทัศน์ที่งดงามมากทั้งฝั่งเขาวงและเขาสลัดไค ผ่านออกไปยังบ้านซับเต่า ตำบลอุคมทรัพย์ แต่หากใครชอบเส้นทางวิบาก เส้นทางไปบ้านตลิ่งชัน เป็นเส้นทางที่เหมาะสมกับจักรยานเสือภูเขา และรถออฟโรด ซึ่งจะทะลุออกไปยังท้ายเขื่อนลำแะซึ่งเป็นอ่างเก็บน้ำอีกแห่งที่มีความสวยงามไม่แพ้กัน

อ่างเก็บน้ำลำพระเพลิง

เป็นอ่างเก็บน้ำ ตั้งอยู่ที่หมู่ 10 และ หมู่ 12 ตำบลวังหมี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในความดูแลของ กรมชลประทาน และ อยู่ระหว่างการประสานงานเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่อไป ประชาชนท้องถิ่นใช้ประโยชน์เพื่อการอุปโภคบริโภค และการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นอ่างเก็บน้ำที่อยู่ท่ามกลางหุบเขา จะเห็นวิวทิวทัศน์ของแนวสันเขาวงอย่างสวยงาม

แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร

กลุ่มไม้ดอกไม้ประดับ

ที่อยู่ ตำบลวังน้ำเขียว และ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ติดต่อ สำนักงานเกษตรอำเภอวังน้ำเขียว โทร. 044-228239 Fax. 044-228239

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ครบวงจร

กลุ่มไม้ ดอกไม้ประดับ ของอำเภอวังน้ำเขียว ได้มีการแบ่งย่อยออกไปตาม ชนิดของไม้ดอกไม้ประดับที่มีปริมาณการผลิตมากหลายกลุ่มด้วยกันเช่น

ท่านจะสามารถแวะชมสวน และซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยติดต่อตรงกับแต่ละกลุ่มได้

ผลไม้ ปลอดภัย อำเภอวังน้ำเขียว

ที่อยู่ ตำบลต่างๆ ใน อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา 30370

ติดต่อ เข็มชมสวนที่ คุณสมนึก กองลำเจียก โทร. 044- 228323

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ปลูกไม้ผล ปลอดภัย ในตำบลต่าง ๆ ของ อำเภอวังน้ำเขียว มักปลูกไม้ผลหลายชนิดรวมกันแล้วมากกว่า 40 ชนิด โดยการดูแลรักษาโดยการใช้ปุ๋ยชีวภาพ และ สารกำจัดแมลงที่ทำจากธรรมชาติ ไม้ผลที่ปลูกกันมากเช่น ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง กระท้อน ส้มโอ ขนุน เป็นต้น และมีการขยายการปลูกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ผู้สนใจสามารถแวะเข้าชมสวนและชิมได้สด ๆ จากสวน

บริการเยี่ยมชม สามารถเข้าชมสวน และเรียนรู้การปลูก และ ชิมผลไม้สด ๆ จากสวนได้ แต่ต้องติดต่อและนัดหมายล่วงหน้า เพื่อทางกลุ่มจะได้จัดสมาชิกที่ประสบผลสำเร็จในการปลูก คอยต้อนรับและให้ความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ แก่ท่าน

ผลิตภัณฑ์ มีการจำหน่ายผลไม้ต่าง ๆ ตามฤดูกาล เช่น ลำไย ลิ้นจี่กระท้อน แก้วมังกร มะม่วง ขนุน มะไฟ

ลองกอง และ สะตอ เป็นต้น รวมทั้งผลิตผลแปรรูปต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยสร้างเป็นร้านจำหน่ายสองข้างทาง บนทางหลวงสาย 304 ในเขตของอำเภอ วังน้ำเขียว ขอเชิญแวะอุดหนุนกันได้ ตามสะดวก

สหกรณ์บ้านไผ่งาม จำกัด

ที่อยู่ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 103 หมู่ 7 บ้านไผ่งาม ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ติดต่อ โทร. 044-228407-9 Fax. 044-228409

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ครบวงจร พร้อมที่พัก และ ร้านอาหาร

สหกรณ์บ้านไผ่งาม จำกัด (วิลเลจฟาร์ม&ไวน์เนอร์รี่) เป็นแหล่งผลิตองุ่นคุณภาพดีสำหรับการแปรรูปเป็นไวน์ ที่มีพัฒนาการมายาวนาน กว่า 10 ปี พื้นที่ของ วิลเลจฟาร์ม มีอาณาบริเวณถึง 200 ไร่ ลักษณะของพื้นที่เป็นที่สูงลาดเอียงเล็กน้อย อยู่ในเขตบ้านไผ่งาม อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ภูมิอากาศค่อนข้างเย็น และอยู่ในช่วงปลายของร่องมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือที่พัดผ่านมาจากชายฝั่งทะเลตะวันออก ด้วยภูมิอากาศดังกล่าวเป็นสภาพที่เหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการปลูกและการพัฒนาไร่องุ่นให้ได้ผลดี

เมื่อเข้ามาถึง สหกรณ์บ้านไผ่งาม จำกัด (วิลเลจฟาร์ม&ไวน์เนอร์รี่) สิ่งแรกที่ท่านจะได้พบคือบริเวณต้อนรับ ที่อาคารต้อนรับ Village Farm Old Barn ในอดีตเป็นโรงนาสำหรับเก็บพืชผลทางการเกษตร ภายหลังปรับปรุงและตกแต่งใหม่มีที่ต้อนรับ ร้านค้า ร้านอาหาร ห้องสมุด และ ห้องพักแบบ Home Stay เมื่อเดินไปด้านหลังของโรงนาจะเป็นที่ตั้งของโรงงานผลิตไวน์ ในบรรยากาศแบบฝรั่งเศส

บริการ ท่านจะสามารถแวะชมสวนองุ่น และ การทำไวน์ โดยต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของทางฟาร์มที่ติดไว้ที่หน้าสวนองุ่นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังมีบริการ ที่พักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ 60 ท่าน และ คริววิลเลจฟาร์ม บริการอาหารยุโรปและอาหารไทย

ผลิตภัณฑ์ของวิลเลจฟาร์ม ประกอบด้วย ไวน์(แดง) ชาโตเดสบูร์มส์ ไวน์(สด) วิลเลจฟาร์มมูโว น้ำองุ่น 100% แยมองุ่น ท็อปปิ้งองุ่น ลูกเกด องุ่นสด ตะกร้ากิ่งองุ่น

ศูนย์สาธิตการผลิตเห็ดหอม

ที่อยู่ ตั้งอยู่ที่ หมู่ 2 บ้านสุขสมบูรณ์ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา 30370

ติดต่อ ประธานกลุ่มเห็ดหอม นางไสว พูนณรงค์ โทร. 01-9664152

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กลุ่มอาชีพผลิตเห็ดหอม จะรวมกลุ่มผลิตเห็ดหอม และ เห็ดนานาชนิด รวมถึงกรรมวิธีต่างๆในการแปรรูปเห็ดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เห็ดหอมสดและแปรรูป และมีบริการที่พักเป็นเต็นท์พร้อมเครื่องนอน จำนวน 20 หลัง พักได้ 50 ท่าน ราคา 200บาท/ท่าน อัตราค่าอาหารพร้อมที่พักแบบเหมาจ่าย ราคา 600 บาท/ท่าน สามารถเข้าชมได้ทุกวัน

เทคนิคการผลิตเห็ดนอกฤดู

สนใจการบังคับให้เห็ดสร้างดอกนอกฤดู เชิญติดต่อขอชมเทคนิคและวิธีการได้ที่ศูนย์สาธิตการผลิตเห็ดหอม บ้านสุขสมบูรณ์ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา หรือ ที่ หน่วยบริการวิชาการแก่ชุมชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

บริการ ต้องการ เยี่ยมชม สามารถเข้าชม และเรียนรู้การผลิตได้ทุกวัน รวมถึงกรรมวิธีต่างๆในการแปรรูปเห็ดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เห็ดหอมสดและแปรรูป และมีบริการที่พักเป็นเต็นท์พร้อมเครื่องนอน

ผลิตภัณฑ์ มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เห็ดหอมสด เห็ดนางฟ้า เห็ดชนิดต่าง ๆ และ เห็ดแปรรูป หลากหลายชนิด

กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ

ที่อยู่ ตั้งอยู่ที่ 111 หมู่ 2 บ้านสุขสมบูรณ์ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา 30370

ติดต่อ ประธานกลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ นายไกร ชมน้อย โทร. 01-2746961

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กลุ่มอาชีพผลิตผักปลอดสารพิษ มีจุดถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ บ้านสุขสมบูรณ์ ต.ไทยสามัคคี อ.วังน้ำเขียว จ.นครราชสีมา จะเน้นปลูกผักกาดหอมเป็นพืชหลัก ซึ่งมีอยู่ เกือบทุกสายพันธุ์ และยังเป็นกลุ่มแรกที่มีการปลูกผักกาดหอมอย่างจริงจังป้อนให้กับ ตลาดหลายระดับภายในประเทศ มีการปลูกผักกาดหอมหลากหลายพันธุ์ และหลากหลายสีสวยงาม ภายในพื้นที่ 125 ไร่ โดยได้แบ่งพื้นที่ให้สมาชิกเข้ามาปลูกผักทั้งสิ้นประมาณ 30 - 40 ไร่ โดยที่สมาชิก จะอยู่แบบเกื้อกูลกัน ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันไม่ว่าจะเป็นค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่าวัสดุ อุปกรณ์ ส่วนผลกำไรที่เหลือจึงจะนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่มต่อไป

อ.วังน้ำเขียว เป็นอีกอำเภอหนึ่งที่ ปลูกผักกาดหอมหลากหลายชนิด โดยเฉพาะผักกาดหอมปลอดสารพิษส่งขายทั้งภายใน และต่างประเทศ ซึ่งนับเป็นแหล่งผักกาดหอมแหล่งใหญ่ของ จ.นครราชสีมา อ.วังน้ำเขียว มีปัจจัยที่เหมาะสมหลาย ๆ ด้านทั้งในเรื่องของแหล่งน้ำ สภาพภูมิอากาศ และความชื้นที่เหมาะสม ทำให้ผักกาดหอมของที่นี่ปลูกได้ผลดีจริง ๆ

นักท่องเที่ยวที่ต้องการ เยี่ยมชม สามารถเข้าชม และเรียนรู้การผลิตได้ทุกวัน เวลา 09.00-16.00 น. โดยมีประธานกลุ่มที่มีความสามารถเป็นผู้นำที่เข้มแข็ง คือ นายไกร ชมน้อย ซึ่งจะเป็นผู้พาเยี่ยมชมแปลงปลูกผักกาดหอมปลอดสารพิษ

ผลิตภัณฑ์ กลุ่มผลิตผักปลอดสารพิษ ผลิตและจำหน่าย ผักเมืองหนาวปลอดสารพิษ อาทิ สลัดคอส สลัดแก้ว บัตเตอร์เฮด เรดลิฟ เรดโอ๊ก กรีนโอ๊ก

"ศูนย์ศึกษาการพัฒนาของชาวบ้าน" สหกรณ์กสิกรรมไร้สารพิษ อำเภอวังน้ำเขียว (Organic Farm)

ที่อยู่ 14 หมู่ 11 บ้านน้ำซับ ต.วังน้ำเขียว อ.วังน้ำเขียว จ.นครราชสีมา 30370

ติดต่อ โทร. 044-249107 ,01- 9664247 โทรสาร 044-249109 นายอำนาจ หมายยอดกลาง ประธานกลุ่มส่งเสริมกสิกรรมไร้สารพิษ วังน้ำเขียว

โครงการส่งเสริมกสิกรรมไร้สารพิษอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ประธานชมรมผู้ปลูกไม้หอมกฤษณา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประเภท ศูนย์ศึกษาการพัฒนาของชาวบ้าน ส่งเสริมกสิกรรมไร้สารพิษ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ฯ

ประวัติความเป็นมา กลุ่มส่งเสริมกสิกรรมไร้สารพิษ "วังน้ำเขียว" ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2541 จากการรวมตัวกันของเกษตรกรอำเภอวังน้ำเขียว ที่ได้รับผลกระทบจากการเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ เมื่อปี 2540 และเล็งเห็นถึงโทษร้ายของสารเคมีที่ตกค้างจากการทำเกษตร ซึ่งมีผลกระทบต่อตนเอง ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอวังน้ำเขียว ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำสำคัญ 3 สาย ได้แก่ ลำพระเพลิง ลำมูลบน และลำเชียงสา แต่หากปรากฏว่ามีการใช้สารเคมี และดำเนินกิจกรรมโดยประชาชนมีส่วนร่วม และพึ่งพาตนเอง

ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ได้รับพระกรุณาโปรดเกล้าฯ รับไว้ในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2541 ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 600 คน และได้จัดทะเบียนจัดตั้งเป็นสหกรณ์การเกษตร ชื่อ สหกรณ์กสิกรรมไร้สารพิษในเขตปฏิรูปที่ดินอำเภอวังน้ำเขียว จำกัด กิจกรรมได้พัฒนาและประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ผลผลิตผักไร้สารพิษ ได้รับการเสนอให้เข้าอยู่ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ความสำเร็จที่เกิดขึ้นถูกรวบรวมลงในหนังสือครบรอบ 20 ปี กปร. มีเกษตรกรและผู้ที่สนใจมาศึกษาดูงานและชมการสาธิตฝึกอบรมเป็นจำนวนมาก ได้รับการขนานชื่อเป็นครั้งแรกว่า "ศูนย์ศึกษาการพัฒนาของชาวบ้าน" ในบทความหนังสือมูลนิธิชัยพัฒนา ฉบับเดือนเมษายน 2544 กิจกรรมได้รับความร่วมมือ และสนับสนุนจากหลายหน่วยงาน เป็นลักษณะ "พหุภาคี" ภายใต้การดำเนินงานของชาวบ้านในชุมชน ตามแนวพระราชดำริ ฯ.

ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ อำเภอวังน้ำเขียว

ที่อยู่ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา 30370

ติดต่อ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว โทร. 044- 228239

ประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ อำเภอวังน้ำเขียวมียูไม่มากนัก แต่ที่มีข้อมูลนั้นส่วนใหญ่จะเลี้ยงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หรือ เสริมอาชีพอื่น

มีฟาร์มกวางดาวซีกัว สายพันธุ์เวียดนามที่ **วังน้ำเขียว เดียร์ ฟาร์ม** อยู่ห่างจากอำเภอประมาณ 8 กิโลเมตร สนใจติดต่อเข้าชมได้ที่ คุณสุรทิส ศิริเจริญชัย โทร. 044-228429

มีการเลี้ยง **กระต่าย สายพันธุ์ยุโรป หลายสายพันธุ์** ที่ **บ้านปูแคมป์** 66 หมู่ 8 ตำบลวังน้ำเขียว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา สนใจติดต่อเข้าชมได้ที่ นายสมภูมิ ชาติปะปทุมะ โทร. 09-0788055

ฟาร์มหมูป่า และ ไก่ป่า สวนคุณต่อ สามารถเข้าชมสวน และ ชมฟาร์มหมูป่า และ ไก่ป่าได้ แต่ต้องติดต่อและนัดหมายล่วงหน้า โทร. 01-7601311 เพื่อจะได้ คอยต้อนรับและให้ความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ แก่ท่านผลิตภัณฑ์ มีผลิตภัณฑ์มากมาย อาทิ เเบญจมาศตัดดอก ชาสมุนไพร น้ำมันว่าน108 ลูกหมูป่า และไก่ป่า

วัฒนธรรม และงานประเพณี

งานประเพณีสงกรานต์ และ วันผู้สูงอายุ

ที่อยู่ 1 หมู่ที่ 1 ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา 30370

ติดต่อ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว โทร. 044-228238 Fax. 044-249654

ประเภท การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ งานประเพณี

งานสงกรานต์ และ งานวันผู้สูงอายุ ของ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เป็นงานที่ทาง อบต. ไทยสามัคคี ร่วมกับ ทางอำเภอ วังน้ำเขียว จึงได้จัด งานระหว่างวันที่ 13- 14 เมษายน ของทุกปี โดยถือว่าเป็นงานประจำปีที่สำคัญงานหนึ่ง ในงานจะประเพณีการขนทราย เข้าวัด เพื่อนำมาก่อเป็นเจดีย์ทราย ซึ่งมีหลากหลายขนาด และ รูปแบบ มีการตกแต่งด้วยธงหลากสี และ ประดับด้วยดอกไม้สีสันนานาชนิด ตามแต่ความคิดสร้างสรรค์ ของผู้มีจิตกุศล

ในตอนเช้าของวันที่ 13 จะมีการทำบุญตักบาตร และ ไปวัดเพื่อรับศีลรับพร ตลอดจนการฟังเทศ ฟังธรรม จากพระเถระ ชั้นผู้ใหญ่ ในตอนสายจะมีการจัดขบวนแห่ ประกอบด้วยรถบุพชาติ ที่ตกแต่งกันอย่างสวยงาม พร้อมริ้ว

ขบวนของแต่ละตำบล พร้อมกับการประกวด นางนพมาศ ที่นั่งมาในรถบุพชาติด้วย โดยจะแห่มาจากด้านศาลเจ้าพ่อ มาตามถนนสาย หลัก 304 ผ่านบริเวณ ตลาด กม. 79 จนกระทั่งถึงบริเวณ อบต. วังน้ำเขียว ซึ่งจะเป็นที่จัดงานหลัก และ ประกอบพิธีต่าง ๆ โดยมีทั้งพิธีสงฆ์ การรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ และ บุคคลสำคัญทั้งภาครัฐ และ เอกชน ในท้องถิ่น มีการประกวดผลผลิตทางการเกษตร การจัดนิทรรศการทางวิชาการ และ การออกร้านจำหน่ายผลิตผลผลิตภัณฑ์แปรรูปต่าง ๆ มากมาย

งานวันผู้สูงอายุ ของ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

จัดขึ้นในวันที่ 14 เมษายน ถัดจากวันสงกรานต์ ของทุกปี โดยจะมีพิธีทางศาสนา และ การทำบุญเลี้ยงพระ พร้อมกับการขอพรจากผู้สูงอายุ (อายุมากกว่า 70 ปี) ในตำบลและหมู่บ้าน เสร็จแล้วก็จะมีการมอบของที่ระลึกให้แก่ผู้สูงอายุ โดยกำนัน และ ประธาน อบต. ไทยสามัคคี พร้อมทั้งมีการละเล่น สนุกสนานต่างๆ ของทั้งผู้สูงอายุ และ ลูกหลานในตำบล

งานเบญจมาศบานในม่านหมอก (กลางเดือนมกราคม ของทุกปี)

ที่อยู่ 1 หมู่ที่ 1 ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา 30370

ติดต่อ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว โทร. 044-228238 Fax. 044-249654

ประเภท การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ งานประเพณี

งานเบญจมาศบานในม่านหมอก "เบญจมาศ" เป็นไม้ตัดดอกที่มีมูลค่าการผลิตติดอันดับ 1 ใน 4 อันดับแรกของไม้ตัดดอกทั่วโลก โดยมีประเทศเนเธอร์แลนด์ โคลัมเบีย แอฟริกาใต้ สเปน อิสราเอล สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก

สำหรับในประเทศไทย มีแหล่งปลูกอยู่ที่เชียงใหม่ เชียงราย นนทบุรี สุราษฎร์ธานี สงขลา ยะลา อุบล-ราชธานี อุตรธานี ขอนแก่น หนองคาย และ นครราชสีมา โดยนิยมปลูกแบบดอกช่อมากกว่าแบบดอกเดี่ยว เนื่องจากดูแลรักษาง่ายกว่า สามารถผลิตได้คุณภาพดีในช่วงฤดูกาลผลิต คือ ตั้งแต่เดือนกันยายน ถึงมีนาคม แต่ผลผลิตที่ได้ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค บางครั้งผลผลิตก็ไม่สม่ำเสมอ ผลผลิตไม่ต่อเนื่อง มีอายุการปักแจกันสั้น ปัจจุบัน ต.ไทยสามัคคี ที่ อ.วังน้ำเขียว มีกลุ่มไม้ดอกไม้ประดับ สามารถปลูกเบญจมาศได้ตลอดทั้งปีทั้งในฤดูและนอกฤดู มีพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นมาก พันธุ์ที่ปลูกทั้งหมดมีมากกว่า 22 สายพันธุ์ ที่มีมากเช่นนั้นก็เพราะตลาดแต่ละที่มีรสนิยมแตกต่างกัน โดยพ่อค้าแม่ค้าจากที่ต่าง ๆ จะเดินทางมาที่นี่ มาบอกด้วยตนเองว่า ต้องการดอกแบบไหน สีอะไร ทางกลุ่มก็จะผลิตให้ได้ตรงตามความต้องการ อบต. ไทยสามัคคี ร่วมกับ ทางอำเภอ วังน้ำเขียว จึงได้จัดงานเบญจมาศบานในม่านหมอก เป็นงานประจำปีที่สำคัญงานหนึ่ง โดยจะจัดราว กลางเดือน มกราคม ของทุก ๆ ปี โดยภายในงานจะมีการประกวดไม้ดอก ไม้ประดับ หลายชนิด โดยเฉพาะเบญจมาศ ประกวดผลผลิตทางการเกษตรอื่น ๆ มีการจัดนิทรรศการทางวิชาการ การตอบปัญหาให้แก่เกษตรกร การนำชมแปลงปลูกเบญจมาศ และ ผลิตผลทางการเกษตรอื่น ๆ การออกร้านจำหน่ายผลิตผล ผลิตภัณฑ์แปรรูปต่าง ๆ มากมาย ตลอดจน

รายชื่อที่พักในอำเภอวังน้ำเขียว

เพื่อการท่องเที่ยว

หมายเหตุ ราคาที่พักอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ หากเข้าพักเป็นหมู่คณะอาจได้รับราคาพิเศษ

โปรดติดต่อสอบถาม และจองล่วงหน้า

1.ตำบลวังน้ำเขียว

สถานประกอบการ	จำนวนที่ รับได้	ลักษณะบริการ	ราคา	ที่อยู่/ติดต่อ	โทรศัพท์
1.1อุทยานแห่งชาติทับ ลาน -หน่วยพิทักษ์ทล.13 (สวนห้อม) -หน่วยพิทักษ์ทล.11	200 คน 30 คน	เดินที่พักแรม แพ็คเกจ 2 คืน 3 วัน/1คืน 2 วัน เดินป่าศึกษาธรรมชาติของป่า ลานผืนสุดท้ายของประเทศ ไทย เรียนรู้เรื่องสมุนไพร เล่น น้ำตก ชมนก และชมดาว เดินที่พักแรม เดินป่ามุลหลง-มุลสามง่าม ต้น น้ำมุล เรียนรู้ร่องรอยสัตว์ป่า ดู นก ดูดาว แพ็คเกจ 6-8 กพ.47ในงงานวัน เบญจมาศบานในม่านหมอก โดยกางเดินที่พักแรม2 คืน พร้อมอาหาร 5 มื้อ -กิจกรรมท่องเที่ยวมุลสามง่าม เพื่อคุระบบนิเวศป่า พร้อม สำรวจร่องรอยสัตว์ป่า -เดินป่า 4 กม.เพื่อศึกษา ธรรมชาติของป่าดิบแล้ง -แคมป์ไฟท่ามกลางขุนเขา -และเที่ยวในสามัคคีตำบลไทย สามัคคี เกษตรอินทรีย์ สวนผัก เมืองหนาว ฟาร์มเห็ดหอม และแปลงดอกเบญจมาศ เลือกซื้อของฝากสินค้าเกษตร ปลอดสารพิษและผลิต ภัณฑ์เกษตรแปรรูป	ค่าธรรมเนียมผ่าน ด่าน ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 10 บาท รถยนต์คันละ 30 บาท รถจักรยานยนต์คัน ละ 20 บาท ค่าสถานที่กาง เต็นท์ 30บาท/หลัง/ คืน เต็นท์ให้เช่าขนาด 6 คน ราคา300 บาท/คืน ขนาด 3 คน ราคา 250บาท/หลัง/คืน วิทยากรของ อุทยาน 8 คน 2000-3500 บาท/ แพ็คเกจ 800 บาท/คน	อุทยานแห่งชาติทับ ลาน ตู้ ปณ.37 กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี 25110	0-3721-9408 0-9804-4332 0-1384-6613

1.2 วังน้ำเขียววิวี สปอร์ต		บ้านพัก 10 หลัง ห้องพัก กางเต็นท์ ห้องอาหาร	1,400 บาท/คืน 700 บาท/คืน 150 บาท/100 บาท (นำเต็นท์มาเอง)	บ้านนุตะโก หมู่ 10 ต.วังน้ำเขียว	
1.3 คริวอิมสุข	150 คน	บังกะโล 5 หลัง เรือนแถว พักได้ 8 คน 1 หลัง เรือนแถว พักได้ 12คน 1 หลัง เรือนพักเดี่ยว รับเฉพาะกลุ่ม ใหญ่ (15-32 คน) ชายเป็น แพ็คเกจ พร้อมอาหาร 4 มื้อ เต็นท์ให้เช่า 20 หลัง บริการให้กางเต็นท์(อาบน้ำอุ่น)	600 บาท/หลัง/คืน 150 บาท/คน/คืน 150 บาท/คน/คืน 550 บาท/คน/คืน 100 บาท/คน/คืน 50 บาท/คน/คืน	บ้านสวนหอม หมู่ 1 ต.วังน้ำเขียว	01-9413896 01-9118534
1.4 บ้านไร่งามบรรจง		บ้านพัก 10 หลัง	500 บาท/คืน		
1.5 ร้านสุกี้คุณต๋อย	8 คน 10 คน 10 คน 8 คน 8 คน	เม้าท์เทนโฮมรีสอร์ท เรือนพักจินตประภา เรือนพักชมตะวัน ห้องพัก บ้านหญิง บ้านหิ เต็นท์ให้เช่า รวมอาหารเช้า (มีขนาด 2, 4 และ 10 คน) อาหารอร่อย เห็ดหอมชีอิ้ว และ อาหารตามสั่งทุกชนิด ชมวิวกุเขาและสายหมอก ในยามเช้าและยามเย็น	1,600 บาท/หลัง 2,000 บาท/หลัง 2,000 บาท/หลัง 700 บาท 1,400 บาท/หลัง 1,400 บาท/หลัง 250 บาท/คน	19 ถนนนครราชสีมา - กบินทร์บุรี ต.วังน้ำเขียว	044-228232-3
1.6 วังน้ำเขียวชิตี้ สปอร์ต	30 คน	เรือนปีกไม้ 10 ห้อง (ห้องละ 2- 3 คน) สะดวก ประหยัด ปลอดภัย สำหรับผู้เฝ้าหาธรรมชาติ และ ความงามของขุนเขา (โครงการสร้างบังกะโล 5 หลัง จะเสร็จสิ้นเดือน เม.ย. 2547) ไม่มีร้านอาหาร	600 บาท/คน	กม. 72 อ.วังน้ำเขียว	044-228033-4

<p>1.7 สถานีวิจัย สิ่งแวดล้อมสะแกราช</p>	<p>40 คน</p>	<p>บ้านรับรอง 2 หลัง (พัสดุ) ห้องประชุมใหญ่ขนาด 100 คน ห้องประชุมเล็กขนาด 40 คน โรงอาหาร (ต้องจองล่วงหน้า) มีกิจกรรมเดินป่าศึกษา ธรรมชาติ (รับเฉพาะจาก หน่วยงาน) ไม่อนุญาตให้กางเต็นท์พักแรม เป็นแหล่งชีวมณฑลที่ยิ่งใหญ่ ของโลก มีป่าดิบแล้งและเต็งรังที่ สมบูรณ์</p>	<p>ติดต่อล่วงหน้า</p>		<p>044-258642 044-242533-4</p>
<p>1.8 สถานีวิจัยไทย- ญี่ปุ่น</p>		<p>บ้านพักรับรองราคาถูก เหมาะสำหรับประชุม หรือ สัมมนาของหน่วยงาน ตั้งอยู่บนเนินเขา โอบล้อมด้วย ธรรมชาติ นกป่านานาชนิดประสานเสียง ในป่าใหญ่</p>	<p>ติดต่อล่วงหน้า</p>		<p>01-4444749</p>
<p>1.9 บ้านปูแคมป์</p>	<p>20 คน</p>	<p>เต็นท์ ขนาด 2 คน เต็นท์ ขนาด 4 คน บริการที่ให้กางเต็นท์ และเครื่องทำครัวสำหรับ ทำอาหารเอง อาหารมื้อละ 40-60 บาท ยินดีจัดกิจกรรมตามใจลูกค้า บรรยากาศธรรมชาติท่ามกลาง ป่าเขา เงียบสงบ ไกลจากถนน</p>	<p>150 บาท/หลัง 300 บาท/หลัง 100 บาท/หลัง</p>	<p>66 หมู่ 8 บ้านคลอง ทราย ต.วังน้ำเขียว</p>	<p>09-0788055</p>

1.10 บ้านไร่กฤษวรรณ	120 คน	เรือนพัก 8 หลัง (14 ห้อง) -ขนาดครอบครัว 5 ห้อง - ห้องรวม 9 ห้อง เดินที่ให้เช่า 40 หลัง ร้านอาหาร (ยำผักกูดรสแซ่บ, สเต็ก , เมี่ยงตะไคร้) วิวกูเขาสวยงาม, ลานน้ำไหลผ่าน หน้ารีสอร์ท	1,500 บาท/ห้อง/ คืน 4,000-6,000 บาท/ ห้อง/คืน 300 บาท/หลัง/คืน	210 หมู่ 1 ซอย เทศบาล ต.ศาลเจ้าพ่อ	044-228465 044-228467
1.11 บ้านกุลละวมัชชี	70 คน 200 คน	บ้านพัก 2 ห้องนอน 6 หลัง บ้านพัก 3 ห้องนอน 2 หลัง บ้านพัก 4 ห้องนอน 2 หลัง (บ้านพักคิดพัฒนา) ห้องพักเดี่ยว (แอร์) 9 ห้อง ห้องพัก VIP (แอร์) 2 ห้อง เดินที่พักผ่อนขนาด 2 คน รวม อาหารเช้า ร้านอาหาร, เรือนอาหาร (จอง ล่วงหน้าเฉพาะผู้มาพัก) ห้องประชุม 100-150 คน กิจกรรมบนเวที, แคมป์ไฟ บรรยากาศสงบเงียบ สะดวกสบาย เหมาะกับการสัมมนาขนาดใหญ่ และการพักผ่อนของครอบครัว	800 บาท/ห้อง/คืน 800 บาท/ห้อง/คืน 1,200 บาท/ห้อง 100 บาท/เสริม 1,500 บาท/ห้อง 3,000 บาท/ห้อง 600 บาท/หลัง/คืน 5,000 บาท/วัน		044-228400 09-5782638

2. ตำบลไทยสามัคคี

สถานประกอบการ	จำนวนที่ รับได้	ลักษณะบริการ	ราคา	ที่อยู่/ติดต่อ	โทรศัพท์
2.1 สวนดิชนี		ที่พักแรม เยี่ยมชมสวนเกษตร		บ้านนุไผ่ หมู่ 5 ต. ไทยสามัคคี	
2.2 วังน้ำเขียวรีสอร์ท		บ้านพัก ร้านอาหาร		บ้านห้วยใหญ่ใต้ หมู่ 6 ต.ไทยสามัคคี	
2.3 สวนคุณต๋อ	100 คน	สวนสุขภาพ แพทย์ทางเลือก	ติดต่อล่วงหน้า	บ้านไทยสามัคคี หมู่ 1 ต.ไทยสามัคคี	01-7601311 01-8068423

		แหล่งศึกษาสมุนไพร สวนเกษตร			06-8666098
2.4 ไร่ธรรมชาติ	12 คน	บ้านพักโฮมสเตย์ แพ็คเกจ 2 วัน 1 คืน อาหารทุก มื้อ แพ็คเกจ 3 วัน 2 คืน อาหารทุก มื้อ กระท่อมสำหรับครอบครัว 2-3 คน รวมอาหาร แพ็คเกจ รวมอาหาร แพ็คเกจ ไม่รวมอาหาร เตียงขนาด 2 คน เตียงขนาด 3 คน เตียงขนาด 4 คน กางเตียงเล่นแคมป์ไฟที่สนาม หญ้าธรรมชาติ กิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ดูกระทิงที่เขาแผงม้า	550 บาท/คน/คืน 750 บาท/คน/คืน 400 บาท/คน/คืน 300 บาท/หลัง/คืน 100 บาท/หลัง/คืน 150 บาท/หลัง/คืน 200 บาท/หลัง/คืน	105 หมู่ 1 ถ.เข้าคลอง กะทิง ต.ไทยสามัคคี	01-7602781
2.5 โฮมสเตย์บ้านบุไทร (กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล)	60 คน	บ้านเกษตรกร 10 หลังรวม อาหารเช้า สัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านที่เรียบง่าย ที่พักสะอาด ปลอดภัย และเป็นกันเอง ตกเย็นร่วมวงอาหารและ สนทนาตามอัธยาศัย เรียนรู้การทำ เกษตรอินทรีย์ ชมสวน ผลไม้ สวนผักปลอดสารพิษ ฟาร์มเห็ดหอม และแปลงดอก เบญจมาศ กิจกรรมเดินป่า ศึกษา ธรรมชาติและสมุนไพร	150 บาท/คืน+ อาหารเช้า	บ้านบุไทร หมู่ 4 ต. ไทยสามัคคี	01-0686887
2.6 ต้นตะวันโฮมสเตย์	15 คน 30 คน	กลุ่มเรือนพัก 3 หลัง ราคาเหมา รวม อาหารเช้า เตียงพักแรม 10 หลัง รวม	2,000 บาท/ 3 หลัง 700 บาท/หลัง	กลุ่มเห็ดหอมบ้านสุข สมบูรณ์ ต.ไทยสามัคคี	01-9664152

		<p>อาหารเช้า</p> <p>เรือนพักแบบชนบท มีระเบียง</p> <p>เชื่อมกัน</p> <p>สนามหญ้าริมน้ำสำหรับ</p> <p>กางเต็นท์ สะอาด สะดวกและ</p> <p>ปลอดภัย</p> <p>อาหารเช้าเป็นกาแฟและ</p> <p>ข้าวต้มเห็ดหอม สดจากฟาร์ม</p>	150 บาท/คน		
2.7 วิลเลจฟาร์ม & ไลน์ เนอร์รี่	<p>10 คน</p> <p>5 คน</p> <p>6 คน</p> <p>10 คน</p> <p>10 คน</p>	<p>เรือนพักแบบโฮมสเตย์</p> <p>โรงนาเก่า 5 ห้อง</p> <p>บ้านไม้หอมอน (ครอบครัวเล็ก)</p> <p>บ้านลานหิน (ครอบครัวใหญ่)</p> <p>เห็นวิวกว้าง ชมอาทิตย์ขึ้น</p> <p>บ้านริมผา (3 ห้องนอน)</p> <p>ชมอาทิตย์สดง</p> <p>บ้านชมตะวัน</p> <p>มีระเบียงชมวิว ไร่ถั่ว</p> <p>ทุ่งทิศตะวันออกและทิศ</p> <p>ตะวันตก พาโนรามาวิว</p> <p>บรรยากาศโรแมนติก</p> <p>มีชานา จากซูชิ และนวดแผน</p> <p>โบราณ</p> <p>ราคาที่พักรวมอาหารเช้า</p> <p>และทัวร์ไร่ถั่ว</p> <p>ผลิตไวน์ชั้นเยี่ยมระดับโลก</p> <p>และผลิตภัณฑ์จากถั่ว เช่น</p> <p>น้ำถั่วสด แชมพู ถัอฟี</p> <p> ฯลฯ</p>	<p>ราคาที่พักรวม</p> <p>อาหาร</p> <p>1,000 – 1,400บาท/ คน</p>	103 บ้านไผ่งาม หมู่ 7 ต.ไทยสามัคคี	044-228407-9
2.8 ดินน้ำโฮมสเตย์	<p>10 คน</p> <p>6-12 คน</p> <p>30 คน</p>	<p>บ้าน 3 เติง 3 ห้องน้ำ 1</p> <p>ห้องครัวสำหรับประกอบ</p> <p>อาหารเอง</p> <p>บ้าน 2 ห้อง 3 ห้องน้ำ 1</p> <p>ห้องครัวสำหรับประกอบ</p> <p>อาหารเอง</p> <p>บ้าน 5 ห้องนอน 1 ห้องครัว</p> <p>บริการน้ำดื่มและน้ำสะอาด</p>	<p>1,500 บาท/หลัง/ คืน</p> <p>2,500 บาท/หลัง/ คืน</p> <p>3,500 บาท/หลัง/ คืน</p>	บ้านสุขสมบูรณ์ ต. ไทยสามัคคี	044-244015 01-9670710

		ฟรีตลอด มีจักรยาน 12 คัน สำหรับ ผู้ใหญ่ และจักรยาน 3 ล้อ สำหรับเด็ก พืตกอล์ฟ วอเตอร์สไลเดอร์ ชมวิวพระอาทิตย์ขึ้นระหว่าง ซอกเขา ส่องสัตว์กลางคืน 10-15 คน พักผ่อนตลอดสารปี	600 บาท/รถ/เที่ยว 50 บาท/หลัง		
2.9 ฟาร์มเห็ดหอมภู น้ำค้าง	50 คน	ฟาร์มสเตย์ บ้านพัก 2 หลัง มีครัวให้ปรุง อาหารเอง เดินที่พืคแรม ชมการผลิตเห็ดหอม เห็ดยานางิ วิวสวยจากเนินเขา บรรยากาศ สงบเงียบ กาแฟแท้และน้ำดื่มฟรีตลอด	300 บาท/คน/คืน 350 บาท รวม อาหารเช้า	ต.ไทยสามัคคี	09-4244269 07-1403044
2.10 บ้านพฤษาศิลา วาริ	6-15 คน 30 คน	บ้าน ห้องพัก เดินที่ขนาด 10 คน เดินที่ขนาด 3-4 คน มีครัวให้ทำอาหารเอง หรือเตรียมวัตถุดิบไว้ให้ บรรยากาศตกแต่งงดงาม สวนดอกไม้นานาชนิด	1,500 บาท/คืน 500 บาท/คืน 1,000 บาท/หลัง 300 บาท/หลัง	143 ถ.รพช. บ้านไทย สามัคคี ต.ไทย สามัคคี	09-8264258
2.11 สวนวังน้ำ	30 คน	บ้านพัก 3 หลัง เดินที่พืคแรม 13 หลัง มีครัวให้ทำอาหารเอง (เหมาะอาหารเย็นและเช้า 150 บาท/คน) มีศาลาริมน้ำและลำธาร ไหล ผ่าน ห่างจากทางแยก กม.59 เพียง 8 กม.	200 บาท/คน/คืน 200 บาท/คน/คืน	บ้านไทยสามัคคี หมู่ 1ต.ไทยสามัคคี	01-8767601 09-8651310 06-7232505

		การคมนาคมสะดวกมาก			
2.12 ไร่วนานุรักษ์	800 คน	โรงนอน 10 โรง เดินที่สำรอง 10 หลัง อาหาร รับหมู่คณะตั้งแต่ 50 คนขึ้นไป รับได้ถึง 800 คน ค่ายลูกเสือ ค่ายเยาวชน จัดกิจกรรม	65 บาท/คืน มีโต๊ะ 30 บาท/คน		09-8651890 044-228319 044-228256

3. ตำบลระเริง

สถานประกอบการ	จำนวนที่ รับได้	ลักษณะบริการ	ราคา	ที่อยู่/ติดต่อ	โทรศัพท์
3.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ป่าเขาภูหลวง	6-10 คน 40 คน 120 คน	บ้านพักเดี่ยว 1 หลัง เรือนพักรวม เดินที่พักรวม 30 หลัง เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ค่ายเยาวชน จักรยานเสือภูเขา คูนก พายเรือ/ตกปลา กลางคืนศึกษาท้องฟ้า และฟังเสียงแห่งพงไพร แพคเกจทัวร์ 2 วัน/ 1 คืน เหมาะสำหรับผู้รักธรรมชาติ และท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	ติดต่อล่วงหน้า	บ้านคลองสมบูรณ์ ต. ระเริง อ.วังน้ำเขียว และ สำนักบริหารจัดการ ในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ 7 อ.เมือง นครราชสีมา	01-339-9720 0-4424-4411 ต่อ 135 โทรสาร 0-4424-2060

4. ตำบลอุดมทรัพย์

สถานประกอบการ	จำนวนที่ รับได้	ลักษณะบริการ	ราคา	ที่อยู่/ติดต่อ	โทรศัพท์
4.1 ไร่สุรนารี		เดินที่พักรวม		บ้านห้วยน้ำเค็ม หมู่ 11 ต.อุดมทรัพย์	

ข้อมูลการเดินทาง

- เส้นทาง-รถประจำทาง

การเดินทาง การเดินทางผู้ที่ทำการ ต. ไทยสามัคคี โดยรถยนต์สามารถมาได้ 2 ทาง คือ

เส้นทางที่ 1 จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางองครักษ์-นครนายก-ปราจีนบุรี ระยะทางรวมประมาณ 200 กิโลเมตร ถึงสี่แยกกบินทร์บุรีใหม่ ไปตามทางหลวงหมายเลข 304 (กบินทร์บุรี- วังน้ำเขียว - นครราชสีมา) อีกประมาณ 55 กิโลเมตร ก็จะถึงตลาดศาลเจ้าพ่อ (ตลาด 79) อำเภอวังน้ำเขียว เลี้ยวอีก 4 กิโลเมตร **ที่หลักกิโลเมตร 59 ให้แยกขวาเข้า บ้านนุไผ่ และ ไทยสามัคคี** ที่ห่างจากถนน 304 ประมาณ 6 กิโลเมตร ขับขึ้นสะพานตลอดเส้นทาง

เส้นทางที่ 2 จากนครราชสีมาใช้เส้นทางปักธงชัย - วังน้ำเขียว ตามถนนสาย 304 ระยะทาง 80 กิโลเมตร หลังจากผ่านท่าทำการของอำเภอ และ โรงพยาบาลวังน้ำเขียวมา **ที่หลักกิโลเมตร 59 ให้แยกซ้าย** เข้า บ้านนุไผ่ และ ต.ไทยสามัคคี ห่างจากถนน 304 ประมาณ 6 กิโลเมตร เส้นทางสะดวกขับสบายตลอดเส้นทาง

- แผนที่



เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาคำว่าพบว่ามีการวิจัยในประเทศไทย ที่มีส่วนเกี่ยวกับการวิจัย ดังต่อไปนี้

ไพศาล รุ่งรงค์ชัย (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้บริหารหน่วยงานในจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริหารหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจ จำนวน 110 คน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ความปลอดภัย ห้องพัก การเดินทางไปมาสะดวก พนักงานต้อนรับ ราคาห้องพัก ห้องประชุมสัมมนา ชื่อเสียงของ โรงแรม ห้องอาหาร พนักงานขายของ โรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก

ทนายท กิตติกุล (2540 : 3-4) ศึกษาปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยผ่านทางด่านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่ พบว่า เหตุจูงใจที่ทำให้คนไทยต้องการไปเที่ยว ต่างประเทศ ส่วนใหญ่เกิดจากความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งสะสมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร เป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศที่คนไทยส่วนใหญ่ค้นหา และคนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด

सानนท์ สุขศรี (2532 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา ได้แก่ สถานะธรรมีสันคี และศิลปหัตถกรรม ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลดึงดูดนักท่องเที่ยวแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพศ และวัยของนักท่องเที่ยวส่วนรูปแบบการได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากการบอกเล่าของเพื่อนนักท่องเที่ยว เพราะถือว่าเป็นข่าวสารที่ละเอียด และเชื่อถือได้

สลักฤทัย เตียวตระกูล (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษา ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาหาดเมืองพัทยาส่วนใหญ่พึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพบริเวณเมืองพัทยา ส่วนสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ ได้แก่ ความสะอาดของหาดทราย ความสะอาดของน้ำทะเล ความสะอาดของที่จอดรถ ฯลฯ นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากมีความพึงพอใจในเรื่องความกว้างของชายหาดและความเหมาะสมของแสงแดด ส่วนสิ่งที่ไม่พึงพอใจคือเรื่องความสะอาดของชายหาด ความสะอาดของน้ำทะเล เป็นต้น ซึ่งตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มี อายุ การศึกษา สภาพภาพสมรส อาชีพ ที่อยู่อาศัย และประสบการณ์เกี่ยวกับการเที่ยวชายทะเล ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมบริเวณหาดเมืองพัทยา แตกต่างกัน

ปวีณา โทนแก้ว (2542 : บทคัดย่อ) หลักเกณฑ์การเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 15 – 29 ปี จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด (82.44%) โดยเลือกประเภทภูเขา น้ำตก ป่า ถ้ำ เขื่อน เป็นอันดับหนึ่ง โดยจะไปเที่ยวกับครอบครัวและญาติมากที่สุด (43.75%) รองลงไปคือไปเที่ยวกับเพื่อน (25.00%)

บาโลกู และ แม็คเคลียร์ (Balogu and McCleary. 1999 : 144 – 152) กล่าวว่าในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมักจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะคุ้มค่าเงินที่เสียไป และจะเป็นประโยชน์สูงสุด ซึ่งพบว่าการสร้างภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก

มาเซอร์ และ แวมแมร์ (Maser and Weiemair. 1998: 107 – 120) พบว่าการตระหนักรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่นักท่องเที่ยวหาได้ และสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ (Foodness and

Murray, 1997) โดยเพศหญิงจะมีวิธีการหาข้อมูลอย่างเป็นระบบมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของการเดินทางให้น้อยลงสำหรับข้อมูลของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวหาข้อมูลนั้นจะสอดคล้องกับลักษณะของการค้นหาที่บ้านด้วย เช่น นักท่องเที่ยวที่ถนัดในการหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก จะพบว่าเขาชอบที่จะใช้ชีวิตอยู่กับสมาชิกของครอบครัวมาก

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด พบว่า ทัศนคติด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะเสม็ด

บรรจบพร สุมนรัตนกุล (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยด้านที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดกาญจนบุรีคือด้านบรรยากาศทางจิตใจ และด้านอื่นๆ เช่น จากประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ราคาและคุณภาพของสินค้าที่ระลึก/ของฝาก ที่มีความเหมาะสม รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ ส่วนในด้านที่พักแรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับลักษณะทางด้านกายภาพมากที่สุด

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา โดยได้นำแนวความคิดด้านตลาดการท่องเที่ยวของทายาท กิตติกุล ซึ่งได้กล่าวว่า “ส่วนผสมทางการตลาด” (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือที่ใช้ค้นหาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อจะได้ผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และแนวความคิดของฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ ที่ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 Ps ของการท่องเที่ยวในด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย มาเป็นแหล่งอ้างอิงหลักในการทำแบบสอบถาม เนื่องจากมีประเด็นการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับความมุ่งหมายของผู้วิจัย

นอกจากนี้ยังได้นำแนวการศึกษาของบรรจบพร สุมนรัตนกุล ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวนั้นประกอบด้วยปัจจัยหลายๆ ด้าน ได้แก่ บรรยากาศด้านกายภาพ บรรยากาศด้านจิตใจ บรรยากาศประกอบอื่นๆ และสิ่งกระตุ้นทางการตลาดการท่องเที่ยวมาเป็นส่วนประกอบในการศึกษา เนื่องจากมีการศึกษาในด้านปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเช่นกันกับผู้วิจัย แต่แตกต่างกันในการแบ่งลักษณะของปัจจัยจึงนำมาพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อแยกปัจจัยการท่องเที่ยวออกตามลักษณะส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ตรงกับจุดประสงค์ของผู้วิจัย และได้้นำแนวคิดในเรื่องพฤติกรรมของบุคคลของนิยะดา ชุณหางค์ และ นินนาท โอฬารวรรุติ ที่ได้กล่าวถึงลักษณะและองค์ประกอบของพฤติกรรมมาศึกษาเพื่อให้ทราบถึงลักษณะของพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะในการพิจารณาเพื่อตัดสินใจซื้อ และเพื่อประโยชน์ในการออกแบบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย และยังได้นำการศึกษาของไพศาล รุ่งรงค์ชัย ทายาท กิตติกุล และ ปวีณา โทณแก้ว ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมและปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มาประกอบเป็นแนวทางในการทำแบบสอบถามเนื่องจากมีประเด็นการศึกษาที่คล้ายกัน และสนับสนุนการค้นคว้าวิจัยและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวและที่พักเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีสำรวจ (Survey Method) เกี่ยวกับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ชุด จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากจากบททวนเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ วิทยานิพนธ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้องต่างๆ

2. การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่สามารถทราบประชากรที่แท้จริง ดังนั้นจึงใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา.2545 : 74) จากสูตร ดังนี้

สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากร (ความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดที่ยอมรับ ไม่เกิน 5%

$$n = Z^2 / 4e^2$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned}
 Z &= \text{ระดับความเชื่อมั่น 95\% ดังนั้น } Z \text{ เท่ากับ } 1.96 \\
 e &= \text{ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ } = 0.05 \\
 \text{คำนวณได้ดังนี้} \\
 n &= \frac{(1.96)^2}{(0.05)^2} \\
 &= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

โดยมีการเพื่อการสุญเสียอีก 35 ชุด รวมทั้งหมด 420 ชุด

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามสถานที่ที่สำคัญในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนและดูงานเป็นประจำได้แก่

1. อุทยานแห่งชาติทับลาน
2. เขาแผงม้า
3. ศูนย์ท่องเที่ยวเขาภูหลวง
4. สำนักงานกลุ่มเกษตรกรรม และหัตถกรรม
5. วิลเลจฟาร์ม & ไวน์เนอร์รี่
6. ดินน้ำโฮมสเตย์

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota Sampling) คำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละสถานที่ โดยกำหนดให้จำนวนตัวอย่างในแต่ละสถานที่ที่มีจำนวนเท่าๆ กันคือ 70 คน วิธีการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{จำนวนตัวอย่างที่จะเก็บในแต่ละสถานที่} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง}}{\text{จำนวนสถานที่}} \\
 &= 420/6 \\
 &= 70 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

ขั้นตอนที่ 3 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมาจนครบจำนวน 420 คน

ตาราง 2 แสดงการสุ่มเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละสถานที่

สถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก	จำนวนตัวอย่าง
อุทยานแห่งชาติทับลาน	70
เขาแผงม้า	70
ศูนย์ท่องเที่ยวเขาภูหลวง	70
สำนักงานกลุ่มเกษตรกรรม และหัตถกรรม	70
วิลเลจฟาร์ม & ไวน์เนอรี่	70
ต้นน้ำโสมสเคย์	70
รวม	420

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด(Close-ended Questions) จำนวน 6 ข้อ คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- แบบสอบถามข้อที่ 1, 4 และ 6 เกี่ยวกับ เพศ อาชีพ และสถานภาพสมรส จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- แบบสอบถามข้อที่ 2 และ 3 เกี่ยวกับ อายุ และระดับการศึกษา จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งการกำหนดช่วงอายุ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2542: 110) กำหนดดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ข้อมูลรายงานผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ. 2544 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ใช้เกณฑ์การสำรวจผู้มีงานทำอายุตั้งแต่ 15-65 ปี ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงอายุ โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

$$\text{ช่วงอายุ} = \frac{65 - 15}{5} = 10$$

ตาราง 3 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม

ช่วงอายุ
15 - 24 ปี
25 – 34 ปี
35 – 44 ปี
45 – 54 ปี
55 ปีขึ้นไป

- แบบสอบถามข้อที่ 5 เกี่ยวกับ รายได้ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยการกำหนดช่วงรายได้ ดังแสดงในตาราง 3

จากข้อมูลรายได้ของนักท่องเที่ยวปี 2546 จังหวัดนครราชสีมา (สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาปี 2546) พบว่ารายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยว อยู่ระหว่าง 10,000 – 60,000 บาท ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงได้ใช้ช่วงรายได้เฉลี่ยดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงรายได้ โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงรายได้} &= \frac{60,000 - 10,000}{5} \\ &= 10,000 \end{aligned}$$

ตาราง 4 แสดงการแบ่งช่วงรายได้ต่อเดือนที่ใช้ในแบบสอบถาม

ช่วงรายได้
10,000 – 2,000 บาท
20,001 – 30,000 บาท
30,001 – 40,000 บาท
40,001 – 50,000 บาท
ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอด่านช้าง จังหวัด นครราชสีมา

- แบบสอบถามข้อที่ 1 - 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)
- แบบสอบถามข้อที่ 4 – 10 มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questions) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- แบบสอบถามข้อที่ 11 – 12 มีลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังต่อไปนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำแน่นอน / กลับมาแน่นอน

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำ / กลับมา

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจ / ไม่แน่ใจ

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แนะนำ / ไม่กลับมา

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แนะนำแน่นอน / ไม่กลับมาแน่นอน

ตาราง 5 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย	พฤติกรรมกรทอองเทียชองนักทอองเทียชองชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว	
	คำถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่าตอบ (Rating Scale)	
4.21 – 5.00	แนะนำแน่นอน	กลับมาแน่นอน
3.41 -4.20	แนะนำ	กลับมา
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ
1.18 – 2.60	ไม่แนะนำ	ไม่กลับมา
1.00 – 1.80	ไม่แนะนำแน่นอน	ไม่กลับมาแน่นอน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

- แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำนวน 20 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังต่อไปนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการจูงใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการจูงใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการจูงใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าไม่มีการจูงใจ

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าไม่มีการจูงใจเลย

ตาราง 6 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย	ปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว	
	คำถามแบบมาตราส่วน ประมาณคำตอบ (Rating Scale)	
4.21 – 5.00	จูงใจมากที่สุด	
3.41 -4.20	จูงใจมาก	
2.61 – 3.40	จูงใจปานกลาง	
1.18 – 2.60	ไม่จูงใจ	
1.00 – 1.80	ไม่จูงใจเลย	

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

- แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักจำนวน 4 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามใส่คะแนนความคิดเห็น โดยกำหนดให้สัดส่วนคะแนนเท่ากับ 100 คะแนน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาใช้สำหรับการศึกษาวิจัยไปทดสอบความเที่ยงตรงและทดสอบความเชื่อมั่นโดยวิธีการ ดังนี้

1. การหาความตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องในเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยนี้หรือไม่ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม
2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยจะหาค่าความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามมาทดสอบกับกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษจำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อมั่นรวมโดยวิธีการของ Cronbach's alpha (กัลยา วานิชย์บัญชา: 2546)

สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of test) โดยใช้วิธีค่าครอนบักแอลฟา (Cronbach's alpha) สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา “การใช้ SPSS For Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล”: พิมพ์ครั้งที่ 6, 2546)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยเรื่องการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามตามนิยามศัพท์เฉพาะ ทั้งหมด 4 ส่วน แบ่งเป็น ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำนวน 12 ข้อ ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก จำนวน 20 ข้อ ส่วนที่ 4 การเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักจำนวน 4 ข้อ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ศึกษานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ เสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไข

5. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนอคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์พิจารณาตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จำนวน 30 คน แล้วนำผลการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าครอนบักแอลฟา (Cronbach's alpha) และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ก่อนนำไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จากการทดสอบพบว่าค่าความเชื่อมั่นมีค่าเท่ากับ .7126

4. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆ ที่ได้ระบุไว้แล้วในตอนต้น แล้วรอรับคืนด้วยตนเอง

5. การจัดการกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรม SPSS For Window Version 11 ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ใช้ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยว ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า ดังนี้

ระดับการพอใจ	มากที่สุด	5 คะแนน
ระดับการพอใจ	มาก	4 คะแนน
ระดับการพอใจ	ปานกลาง	3 คะแนน
ระดับการพอใจ	น้อย	2 คะแนน
ระดับการพอใจ	น้อยที่สุด	1 คะแนน

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัย ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล และแปลความหมายค่าคะแนนดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค. 2537 : 29)

$$\begin{aligned} \text{ค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมาย ตามลำดับคะแนน ดังนี้
 ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับการจูงใจ ที่มีต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยว
 ในระดับมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับการจูงใจ ที่มีต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยว
 ในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับการจูงใจ ที่มีต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยว
 ในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับการจูงใจ ที่มีต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยว
 ในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับการจูงใจ ที่มีต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยว
 ในระดับน้อยที่สุด

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัย ได้คำนวณหาสถิติ ต่างๆ ดังนี้

1. สถิติพื้นฐานได้แก่

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) (อภิรักษ์ จันทานี.2538 : 75)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	F	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	N	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) (ชูศรี วงศ์รัตน์.2541 : 40)

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

เมื่อ	X	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum Xi$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์.2540 : 40)

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

เมื่อ	S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

2. วิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยวิธีค่าคอนบักแอลฟา (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546)

$$Cronbach's\ Alpha = \frac{k \overline{covariance} / \overline{variance}}{1 + (k-1) \overline{covariance} / \overline{variance}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{covariance}$	แทน	ค่าเฉลี่ยแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{variance}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร Independent t – test ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 (กัลยา วาณิชย์บัญชา.2545 : 135) ดังนี้

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

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
	\bar{X}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	\bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ 1
n_2	แทน	ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่ 2
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (n_1+n_2-2)

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตร F - Test (ประกอบ กรรณสูตร. 2529: 179-289)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ
	MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

ที่ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (df) เท่ากับ ดังนี้

$$\text{ระหว่างกลุ่ม} = k - 1$$

$$\text{ภายในกลุ่ม} = n - k$$

เมื่อ n คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด

k คือจำนวนกลุ่ม

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ใช้วิธี Fishers Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2542 : 332 -333)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n} \cdot k \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

$$r = n - k$$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error ที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน	ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

3.3 ค่า Correlation เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน โดยใช้สูตร (สุณี รักษาเกียรติศักดิ์, 2539 : 117)

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

เมื่อ	r	=	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	=	ผลรวมคะแนนรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum Y$	=	ผลรวมคะแนนรวมของทั้งกลุ่ม
	$\sum X^2$	=	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละกลุ่มตัวอย่างยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	=	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละกลุ่มตัวอย่างยกกำลังสอง
	$\sum XY$	=	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
	n	=	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามคือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย
3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้าค่า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย
6. ถ้าค่า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์ (วารางคณา อิศรประเสริฐ, 2545) มีดังนี้

มีค่าระหว่าง 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์เลย (no correlation)

มีค่าระหว่าง 0.01-0.20	หมายถึง แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย (virtually no correlation)
มีค่าระหว่าง 0.21-0.45	หมายถึง มีความสัมพันธ์น้อย (weak correlation)
มีค่าระหว่าง 0.46-0.75	หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง (moderate correlation)
มีค่าระหว่าง 0.76-0.90	หมายถึง มีความสัมพันธ์มาก (strong correlation)
มีค่าระหว่าง 0.91-0.99	หมายถึง มีความสัมพันธ์มากที่สุด (very strong correlation)
มีค่าระหว่าง 1.00	หมายถึง มีความสัมพันธ์สมบูรณ์ (perfect correlation)

3.4 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร 2 ตัวแปร โดยใช้ ค่าไค-สแควร์ (พิชิต ฤทธิรงค์ 2544: 355) ดังนี้

$$X = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}, df = (r - 1)(c - 1)$$

กำหนดให้	O_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่ได้จากข้อมูลแถวที่ I คอลัมน์ที่ j
	E_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่คาดหวังของแถวที่ I คอลัมน์ที่ j
ซึ่ง	E_{ij}	แทน	(ผลรวมของความถี่แถวที่ i) X (ผลรวมของความถี่คอลัมน์ที่ j) ผลรวมของความถี่ทั้งหมด
	df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ
	r	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านคอลัมน์

ในกรณีทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ 1 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัว โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีลักษณะเชิงคุณภาพ หรือมีการจัดแบ่งกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สูตรไค-สแควร์ แล้วพบว่า มีนัยสำคัญ สรุปได้แต่เพียงว่า ตัวแปรทั้งสองตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น จะต้องวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ หรือ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ (Contingency Coefficient) โดยใช้การทดสอบของ Cramer's V (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541 : 226) ดังนี้

$$V = \sqrt{\frac{X^2}{n \cdot \text{Minimum}(r-1) \text{ or } (c-1)}}$$

กำหนด	V	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	Minimum (r-1), (c-1)	แทน	ค่าที่น้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างค่าของ r-1 หรือ c-1
	X ²	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วัดความสัมพันธ์ของตัวแปร

โดยค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $0 < V < 1$ โดย ชัยสิทธิ์ เถลิงมิประเสริฐ (2544 : 120) ได้เสนอแนวทางในการอธิบายค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ (V) ซึ่งจะใช้เป็นเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ค่า "0"	หมายถึง	สองตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กัน (no association)
ค่า 0.01 - 0.25	หมายถึง	สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันบ้าง (weak association)
ค่า 0.26 - 0.55	หมายถึง	สองตัวแปรมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง (moderate association)
ค่า 0.56 - 0.75	หมายถึง	สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูง (strong association)
ค่า 0.76 - 0.99	หมายถึง	สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมาก (very strong association)
ค่า "1"	หมายถึง	สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ (perfect association)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

1.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน ทดสอบโดยการใช้ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค (ข้อที่ 1) กับแบบสอบถามส่วนที่ 4 คือ พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา สถิติที่ใช้คือ t-test

1.2 อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน ทดสอบโดยการใช้ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค (ข้อที่ 2 - 6) กับแบบสอบถามส่วนที่ 4 คือ พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา สถิติที่ใช้คือ F-test

สมมติฐานข้อที่ 2

1.3 เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน ทดสอบโดยการใช้ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค (ข้อที่ 1) กับแบบสอบถามส่วนที่ 2 คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว (ข้อที่ 1) ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว (ข้อที่ 2) และค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ข้อที่ 3) สถิติที่ใช้คือ t-test

1.4 อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน ทดสอบโดยการใช้ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค (ข้อที่ 2 - 6) กับแบบสอบถามส่วนที่ 2 คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว (ข้อที่ 1) ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว (ข้อที่ 2) ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ข้อที่ 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ข้อที่ 11) และ ความคิดเห็นในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก (ข้อที่ 12) สถิติที่ใช้คือ F-test

ใช้ค่า Chi-Square (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 226) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของแบบสอบถามส่วนที่ 1 (ข้อที่ 2 – 6) กับ ส่วนที่ 2 (ข้อที่ 4 – 10)

สมมติฐานข้อที่ 3

3.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน ทดสอบโดยการใช้ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค (ข้อที่ 1) กับแบบสอบถามส่วนที่ 3 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา สถิติที่ใช้คือ t-test

3.2 อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพที่ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน ทดสอบโดยการใช้

ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค (ข้อที่ 2 - 6) กับแบบสอบถามส่วนที่ 3 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา สถิติที่ใช้คือ F-test

สมมติฐานข้อที่ 4

พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ทดสอบโดยการใช้ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 3 ข้อ กับแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พัก โดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นคำถามที่แสดงถึงระดับความเห็นด้วยหรือความชอบ (Scale Questions) จำนวน 23 ข้อ สถิติที่ใช้คือ

ใช้ค่า Correlation (สุณี รัชชาเกียรติศักดิ์, 2539 : 117) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของแบบสอบถามตอนที่ 2 (ข้อที่ 1 – 3) กับ ตอนที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 5

พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ทดสอบโดยการใช้ข้อมูลแบบสอบถามข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 3 ข้อ กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักโดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นการให้คะแนนตามสัดส่วนความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน จำนวน 4 ข้อ ทำการทดสอบความสัมพันธ์โดยการนำข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มาทำการทดสอบเพียง 2 ข้อเท่านั้น สถิติที่ใช้คือ

ใช้ค่า Correlation (สุณี รัชชาเกียรติศักดิ์, 2539 : 117) ในการทดสอบกับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสำหรับปัจจัยต่างๆของแบบสอบถามตอนที่ 2 (ข้อที่ 1 – 3) กับตอนที่ 4

สมมติฐานข้อที่ 6

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ทดสอบโดยการใช้ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 3 คือข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวของอำเภอวังน้ำเขียว โดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นคำถามที่แสดงถึงระดับความเห็นด้วยหรือความชอบ (Scale Questions) จำนวน 23 ข้อโดยใช้ค่าเฉลี่ยของแต่ละหัวข้อ กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักโดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นการให้คะแนนตามสัดส่วนความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน จำนวน 4 ข้อ ทำการทดสอบความสัมพันธ์โดยการนำข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มาทำการทดสอบเพียง 2 ข้อเท่านั้น สถิติที่ใช้คือ

ใช้ค่า Correlation (สุณี รัชชาเกียรติศักดิ์, 2539 : 117) ในการทดสอบกับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสำหรับปัจจัยต่างๆ ด้านผลิตภัณฑ์ของแบบสอบถามตอนที่ 3 กับตอนที่ 4

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา นั้นผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 4 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว
X	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
df	แทน	ชั้นของความอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน Sum of Square
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F – Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
F-Prob.,p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
Ho	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 นี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพการสมรส โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	187	44.5
หญิง	233	55.5
รวม	420	100.0
2. อายุ		
15 -24 ปี	89	21.2
25 - 34 ปี	117	27.8
35 - 44 ปี	108	25.7
45 – 54 ปี	83	19.8
55 ปีขึ้นไป	23	5.5
รวม	420	100
3. การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	27	6.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	40	9.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	74	17.6
ปริญญาตรี	231	55.1
สูงกว่าปริญญาตรี	48	11.4
รวม	420	100
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	71	16.9
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	131	31.2
พนักงานเอกชน	113	26.9
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	105	25.0
รวม	420	100

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	124	29.5
10,001 - 20,000 บาท	98	23.3
20,001 - 30,000 บาท	113	26.9
30,001 - 40,000 บาท	31	7.4
40,001 - 50,000 บาท	20	4.8
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	34	8.1
รวม	420	100
6. สถานภาพสมรส		
โสด	215	51.2
สมรส	193	46
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	12	2.8
รวม	420	100

n = 420

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 เป็นเพศชาย 187 คนคิดเป็นร้อยละ 44.5 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 –34 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ อายุ 35 - 44 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 อายุ 15 -24 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 21.19 อายุ 45 – 55 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และอายุมากกว่า 54 ปี ขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

การศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 27 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจำนวน 124 คนคิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 113 คนคิดเป็นร้อยละ 26.90 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 จำนวน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และที่ระดับรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพการสมรสเป็นโสด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 46 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 8 แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาในด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งโดยเฉลี่ย และ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งโดยเฉลี่ย

ข้อมูลทั่วไป	Min	Max	\bar{X}	S.D.
1 จำนวนครั้งในการเดินทาง	1	7	1.814	1.233
2 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	1	9	2.176	0.915
3 ใช้จ่ายต่อครั้ง	1000	25000	5572.143	4519.854

n = 420

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 420 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนครั้งในการเดินทางน้อยที่สุด 1 วัน มากที่สุด 7 วัน โดยเฉลี่ยคิดเป็นจำนวน 1.814 วัน มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยที่สุด 1 วัน มากที่สุด 9 วัน โดยเฉลี่ยคิดเป็นจำนวน 2.176 วัน และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยที่สุด 1000 บาท มากที่สุด 25,000 บาท โดยเฉลี่ยคิดเป็นจำนวน 5,572.143 บาท

ตาราง 9 แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาในด้านบุคคลที่มักเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางที่พักผ่อนที่ใช้บริการเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก และช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. บุคคลที่มักเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย		
ไปคนเดียว	9	2.14
ไปกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	208	49.52
ไปกับเพื่อนฝูง	203	48.34
รวม	420	100
5. สาเหตุการเดินทาง		
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	211	50.24
คำบอกเล่า	63	15.00
เพื่อศึกษาดูงาน	29	6.90
ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ	43	10.24
ค่าใช้จ่ายไม่แพง	15	3.57
ประทับใจจากที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว	43	10.24
ความสะดวกในการเดินทาง	13	3.10
เชิญเพื่อน	3	0.71
รวม	420	100
6. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	329	78.33
รถโดยสารประจำทาง	11	2.62
รถไฟ	2	0.48
รถเช่า/เหมานำเที่ยว	78	18.57
รวม	420	100

ตาราง 9 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
7. ที่พักแรมที่ใช้บริการเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว		
รีสอร์ท	183	43.57
เกสเฮ้าส์	6	1.43
บ้านพักในอุทยาน	74	17.62
บ้านพักรับรอง	58	13.81
โฮมสเตย์	41	9.76
บ้านญาติ/เพื่อน	13	3.10
เดินท์	45	10.71
รวม	420	100
8. แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว		
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	52	12.38
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	61	14.52
วิทยุ/โทรทัศน์	18	4.29
คำบอกเล่า	113	26.90
คำแนะนำของบริษัทนำเที่ยว	7	1.67
เพื่อนร่วมงาน	57	13.57
ประสบการณ์ที่เคยมาท่องเที่ยว	63	15.00
อินเทอร์เน็ต	49	11.67
รวม	420	100
9. บุคคลที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก		
ตัวท่านเอง	127	30.25
เพื่อน	138	32.90
คนในครอบครัว	154	36.85
รวม	420	100
10. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
วันธรรมดา	23	5.48
วันหยุดสุดสัปดาห์	253	60.24
วันลาพักร้อนประจำปี	59	14.05
วันหยุดตามเทศกาล	85	20.24
รวม	420	100

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

บุคคลที่มักเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 49.52 รองลงมาคือ ไปกับเพื่อน จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 48.34 และไปคนเดียว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.14 ตามลำดับ

สาเหตุการเดินทาง พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาที่อำเภอวังน้ำเขียวเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 50.24 รองลงมาคือ เนื่องจากค่ารถออกเล่า จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15 เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และ จากความประทับใจที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.24 เดินทางมาเพื่อศึกษาดูงาน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 เนื่องจากค่าใช้จ่ายไม่แพง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57 เนื่องจากความสะดวกในการเดินทาง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 และเพื่อเยี่ยมเพื่อน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.71 ตามลำดับ

พาหนะที่นำมาใช้ในการเดินทาง พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 78.33 รองลงมาคือ รถเช่า/เหมานำเที่ยว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 18.57 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 11 คน จำนวน 2.62 และรถไฟ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.48 ตามลำดับ

ที่พักแรมที่ใช้บริการเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักแรมที่รีสอร์ท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 43.57 รองลงมาคือ บ้านพักในอุทยาน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.62 บ้านพักรับรองจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.81 เต็นท์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 โฮมสเตย์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.76 บ้านญาติ/เพื่อน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 และเกสเฮ้าส์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.43 ตามลำดับ

แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวจากคำบอกเล่า จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 รองลงมาคือ จากประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15 จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.38 จากวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.29 และจากคำแนะนำของบริษัทนำเที่ยว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

บุคคลที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก พบว่า บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พักส่วนใหญ่คือ คนในครอบครัว จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 36.85 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 ตัวเองจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และอื่นๆ เช่นบริษัทนำเที่ยว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.24 ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวในวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาคือ วันหยุดตามเทศกาล จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.24 วันลาพักร้อนประจำปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.05 และวันธรรมดา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.48 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาในด้านการแนะนำคนให้เดินทางมาท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

ข้อมูลทั่วไป	Min	Max	\bar{X}	S.D.
11 จะแนะนำต่อ	1	5	4.448	0.865
12 การกลับมาท่องเที่ยว	1	5	4.398	0.915

n = 420

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 420 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสจะแนะนำคนให้เดินทางมาท่องเที่ยวแน่นอน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.448 การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งแน่นอน คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.398

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 11 แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่จูงใจ	ไม่จูงใจ	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ระดับการจูงใจ		
	ใจเลข	ใจ	กลาง	มาก	ที่สุด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	0	12	128	201	79	3.82	0.760	จูงใจมาก
		(2.9)	(30.5)	(47.9)	(18.8)			
1. อุทยานแห่งชาติทับลาน	0	3	115	217	85	3.91	0.706	จูงใจมาก
		(0.71)	(27.38)	(51.67)	(20.24)			
2. ศูนย์ท่องเที่ยวป่าเขาภูหลวง	10	11	227	134	38	3.43	0.789	จูงใจมาก
	(2.38)	(2.62)	(54.05)	(31.90)	(9.05)			

ตาราง 11 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่จูง	ไม่จูง	ปาน	มาก	มาก	ระดับการจูงใจ		
	ใจเลย	ใจ	กลาง		ที่สุด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)			
3. เขาแผงม้า	2 (0.48)	2 (0.48)	162 (38.57)	176 (41.90)	78 (18.57)	3.78	0.765	จูงใจมาก
4. ชิวมนทลสะแกราช	7 (1.67)	27 (6.43)	261 (62.14)	100 (23.81)	25 (5.95)	3.26	0.736	จูงใจมาก
แหล่งท่องเที่ยวทางเกษตรกรรม	0	21	152	175	72	3.70	0.806	จูงใจมาก
		(5.0)	(36.2)	(41.7)	(17.1)			
5. กลุ่มไม้ดอก ไม้ประดับ	1 (0.24)	8 (1.90)	124 (29.52)	136 (32.38)	151 (35.95)	4.02	0.868	จูงใจมาก
6. กลุ่มผลไม้ปลอดสารพิษ		14 (3.33)	156 (37.14)	147 (35.00)	103 (24.52)	3.81	0.845	จูงใจมาก
7. ไร่่อุ่น		13 (3.10)	103 (24.52)	166 (39.52)	138 (32.86)	4.02	0.836	จูงใจมาก
8. กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ	14 (3.33)	36 (8.57)	183 (43.57)	109 (25.92)	78 (18.57)	3.48	0.997	จูงใจมาก
9. ฟาร์มเลี้ยงสัตว์	2 (0.48)	58 (13.81)	228 (54.29)	96 (22.86)	36 (8.57)	3.25	0.816	จูงใจมาก
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ	5	82	106	179	48	3.43	0.968	จูงใจมาก
ประเพณี	(1.2)	(19.5)	(25.2)	(42.6)	(11.4)			
10. งานสงกรานต์ และวันผู้สูงอายุ	55 (13.10)	113 (26.90)	150 (35.71)	74 (17.62)	28 (6.67)	2.78	1.091	จูงใจปานกลาง
11. งานเบญจมาศบานในม่านหมอก	4 (0.95)	16 (3.81)	117 (27.86)	143 (34.05)	140 (33.33)	3.95	0.922	จูงใจมาก
ที่พัก		23	163	194	39	3.59	0.733	จูงใจมาก
		(5.5)	(38.8)	(46.2)	(9.3)			
12. รีสอร์ท	5 (1.19)	16 (3.81)	132 (31.43)	114 (27.14)	153 (36.43)	3.94	0.968	จูงใจมาก
13. เกสเฮ้าส์	12 (2.86)	53 (12.62)	239 (56.90)	83 (19.76)	33 (7.86)	3.17	0.851	จูงใจปานกลาง
14. บ้านพักอุทยาน	11 (2.62)	16 (3.81)	170 (40.48)	146 (34.76)	77 (18.33)	3.62	0.915	จูงใจมาก

ตาราง 11 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่จูง	ไม่จูง	ปาน	มาก	มาก	ระดับการจูงใจ		
	ใจเลย	ใจ	กลาง		ที่สุด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)			
15. โสมสเดย์	6 (1.43)	54 (12.86)	163 (38.81)	121 (28.81)	76 (18.10)	3.49	0.978	จูงใจมาก
16. บ้านญาติ/เพื่อน	59 (14.05)	118 (28.10)	146 (34.76)	66 (15.71)	31 (7.38)	2.74	1.11	จูงใจปานกลาง
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์		15 (3.6)	117 (27.9)	163 (38.8)	125 (29.8)	3.94	0.847	จูงใจมาก
17. แคมป์ปิ้ง	6 (1.43)	9 (2.14)	135 (32.14)	132 (31.43)	138 (32.68)	3.92	0.927	จูงใจมาก
18. ชวนก	7 (1.67)	32 (7.62)	162 (38.57)	140 (33.33)	79 (18.81)	3.6	0.933	จูงใจมาก
19. เดินป่า		35 (8.33)	165 (39.29)	121 (28.81)	99 (23.57)	3.68	0.927	จูงใจมาก
20. ศึกษาธรรมชาติและชีวิตสัตว์ป่า		10 (2.38)	145 (34.52)	127 (30.24)	138 (32.86)	3.94	0.876	จูงใจมาก
ของฝาก/ของที่ระลึก	0 (0)	23 (5.5)	145 (34.5)	148 (35.2)	104 (24.8)	3.79	0.877	จูงใจมาก
21. ผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม	8 (1.90)	54 (12.86)	173 (41.19)	95 (22.62)	90 (21.43)	3.5	1.033	จูงใจมาก
22. ผลิตภัณฑ์แปรรูปถั่วงอก	3 (0.71)	10 (2.38)	145 (34.52)	140 (33.33)	122 (29.05)	3.88	0.995	จูงใจมาก
23. ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ตามฤดูกาล	20 (4.76)	17 (4.05)	163 (38.81)	141 (33.57)	79 (18.81)	3.58	0.995	จูงใจมาก

n = 420

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82 โดยมีระดับการจูงใจในการเลือกท่องเที่ยวที่

อุทยานแห่งชาติทับลาน เขาแผงม้า ศูนย์ท่องเที่ยวป่าเขาภูหลวง และชีวมณฑลสะแกกราช ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 3.78 3.43 และ 3.26 ตามลำดับ

แหล่งท่องเที่ยวทางเกษตรกรรม พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70 โดยมีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มไม้ดอก/ ไม้ประดับ และไร่่องุ่น กลุ่มผลไม้ปลอดสารพิษ กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ และฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 3.81 3.48 และ 3.25 ตามลำดับ

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณีในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.43 โดยมีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวงานเบญจมาศบานในม่านหมอก ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และงานสงกรานต์ และวันผู้สูงอายุ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 ตามลำดับ

ที่พัก พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกที่พักในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59 โดยมีระดับการสนใจในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท บ้านพักอุทยาน และโฮมสเตย์ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 3.62 และ 3.49 มีระดับการสนใจในการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ และ บ้านญาติ/เพื่อน ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และ 2.74 ตามลำดับ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 โดยมีระดับการสนใจในการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ประเภทศึกษาธรรมชาติ และชีวิตสัตว์ป่า แคมป์ปิ้ง เดินป่า และดูนก ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 3.92 3.68 และ 3.60 ตามลำดับ

ของฝาก/ของที่ระลึก พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกของฝาก/ของที่ระลึกในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 โดยมีระดับการสนใจในการเลือกของฝาก/ของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์แปรรูปองุ่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ตามฤดูกาล และผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 3.58 และ 3.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 12 แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

การเลือกแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	
คะแนนสูงสุด (Max)	100 คะแนน
คะแนนต่ำสุด (Min)	0 คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	49.35 คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	21.933 คะแนน
2. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	
คะแนนสูงสุด (Max)	100 คะแนน
คะแนนต่ำสุด (Min)	0 คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	31.81 คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	20.496 คะแนน
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี	
คะแนนสูงสุด (Max)	100 คะแนน
คะแนนต่ำสุด (Min)	0 คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	18.84 คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	16.199 คะแนน

n = 420

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 49.35

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 31.81

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 18.84

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

การเลือกที่พัก	จำนวน
1. รีสอร์ท	
คะแนนสูงสุด (Max)	100 คะแนน
คะแนนต่ำสุด (Min)	0 คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	31.2 คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	24.999 คะแนน
2. เกสเฮ้าส์	
คะแนนสูงสุด (Max)	60 คะแนน
คะแนนต่ำสุด (Min)	0 คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	9.7 คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	9.905 คะแนน
3. บ้านพักอุทยาน	
คะแนนสูงสุด (Max)	100 คะแนน
คะแนนต่ำสุด (Min)	0 คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	26.83 คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	25.135 คะแนน
4. โฮมสเตย์	
คะแนนสูงสุด (Max)	100 คะแนน
คะแนนต่ำสุด (Min)	0 คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	17.75 คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	18.547 คะแนน

ตาราง 13 (ต่อ)

การเลือกที่พัก	จำนวน
5. บ้านญาติ/ เพื่อน	
คะแนนสูงสุด (Max)	100 คะแนน
คะแนนต่ำสุด (Min)	0 คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	14.52 คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	20.319 คะแนน

n = 420

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 31.2

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 60 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 9.7

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 26.83

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 17.75

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 14.52

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เลือกที่พักประเภทรีสอร์ทมากที่สุด รองลงมาคือบ้านพักอุทยาน โฮมสเตย์ บ้านญาติ/ เพื่อน และโฮมสเตย์ ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	จำนวน
1. แคมป์ปิ้ง	
คะแนนสูงสุด (Max)	100 คะแนน
คะแนนต่ำสุด (Min)	0 คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	28.45 คะแนน

ตาราง 14 (ต่อ)

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	จำนวน	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	23.92	คะแนน
2. ดูนก		
คะแนนสูงสุด (Max)	100	คะแนน
คะแนนสูงสุด (Min)	0	คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	20.46	คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	19.729	คะแนน
3. เดินป่า		
คะแนนสูงสุด (Max)	70	คะแนน
คะแนนสูงสุด (Min)	0	คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	19.7	คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	15.689	คะแนน
4. ศึกษาธรรมชาติ		
คะแนนสูงสุด (Max)	100	คะแนน
คะแนนสูงสุด (Min)	0	คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	31.39	คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	24.893	คะแนน

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกกิจกรรมแคมป์ปิ้ง มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 28.38

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกกิจกรรมดูนก มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 20.46

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกกิจกรรมเดินป่า มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 70 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 19.7

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 31.39

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เลือกกิจกรรมกิจกรรมศึกษารวมชาติ มากที่สุด รองลงมาคือกิจกรรมแคมป์ปิ้ง ดูนก และเดินป่า ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงความถี่ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเลือกซื้อของฝาก/ ของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ของฝาก/ ของที่ระลึก	จำนวน	
1. ผลิตภัณฑ์เห็ดหอมแปรรูป		
คะแนนสูงสุด (Max)	100	คะแนน
คะแนนสูงสุด (Min)	0	คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	26.49	คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	20.11	คะแนน
2. ผลิตภัณฑ์องุ่นแปรรูป		
คะแนนสูงสุด (Max)	100	คะแนน
คะแนนสูงสุด (Min)	0	คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	44.02	คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	25.081	คะแนน
3. ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ต่างๆ ตามฤดูกาล		
คะแนนสูงสุด (Max)	100	คะแนน
คะแนนสูงสุด (Min)	0	คะแนน
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	29.49	คะแนน
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	20.337	คะแนน

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกของฝาก/ ของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์เห็ดหอมแปรรูป มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 26.49

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกของฝาก/ ของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์องุ่นแปรรูป มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 44.02

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกของฝาก/ ของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ต่างๆ ตามฤดูกาล มีการให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน มีการให้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 0 คะแนน และมีการให้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 29.49

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เลือกลีอกของฝาก/ ของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์อ่อนแปรรูป มากที่สุด รองลงมาคือผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ต่างๆ ตามฤดูกาล และผลิตภัณฑ์เห็ดหอมแปรรูป ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน

เพศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระแก่กัน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อกำหนดค่าความน่าจะเป็น (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา	เพศ	t-test for Equity of Means				
		\bar{X}	S.D.	df	t	Sig.
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว	ชาย	47.81	22.15	418	-1.322	0.187
	หญิง	50.65	21.72			
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ชาย	31.95	20.20	418	0.115	0.909
	หญิง	31.72	20.78			
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี	ชาย	19.81	17.25	418	1.067	0.287
	หญิง	18.12	15.30			

พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา		เพศ	t-test for Equity of Means				
			\bar{X}	S.D.	df	t	Sig.
การเลือกที่พัก							
รีสอร์ท	ชาย	ชาย	25.01	23.29	418	-4.730**	0.000
	หญิง	หญิง	36.33	25.23			
เกสเฮ้าส์	ชาย	ชาย	8.58	8.89	418	-2.306*	0.022
	หญิง	หญิง	10.77	10.57			
บ้านพักอุทยาน	ชาย	ชาย	33.05	29.80	418	4.612**	0.000
	หญิง	หญิง	21.93	19.33			
โฮมสเตย์	ชาย	ชาย	16.90	20.57	418	-0.937	0.349
	หญิง	หญิง	18.61	16.75			
บ้านญาติ/เพื่อน	ชาย	ชาย	16.71	20.89	418	1.896	0.059
	หญิง	หญิง	12.94	19.73			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ที่มีเพศแตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติทดสอบค่าที (t-test) พบว่า การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากันคือ 0.187 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติไม่แตกต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากันคือ 0.909 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรไม่แตกต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากันคือ 0.287 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี ไม่แตกต่างกัน

การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือเพศชายมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทน้อยกว่าเพศหญิง

การเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือเพศชายมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกษตรเข้าสัปดาห์น้อยกว่าเพศหญิง

การเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือเพศชายมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยานมากกว่าเพศหญิง

การเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากันคือ 0.347 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ไม่แตกต่างกัน

การเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากันคือ 0.059 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อนไม่แตกต่างกัน

อายุ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว						
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	2981.093	4	745.273	1.558	0.185
	ภายในกลุ่ม	198578.422	415	478.502		
	รวม	201559.514	419			
2. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	2312.877	4	578.219	1.381	0.240
	ภายในกลุ่ม	173708.085	415	418.574		
	รวม	176020.962	419			

ตาราง 17 (ต่อ)

พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	5568.568	4	1392.142	5.535**	0.000
	ภายในกลุ่ม	104384.489	415	251.529		
	รวม	109953.057	419			
การเลือกที่พัก						
1. รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	1474.751	4	368.688	0.588	0.672
	ภายในกลุ่ม	260389.389	415	627.444		
	รวม	261864.140	419			
2. เกสเฮ้าส์	ระหว่างกลุ่ม	3008.489	4	752.122	8.193**	0.000
	ภายในกลุ่ม	38099.309	415	91.806		
	รวม	41107.798	419			
3. บ้านพักอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	11146.311	4	2786.578	4.561**	0.001
	ภายในกลุ่ม	253567.737	415	611.007		
	รวม	264714.048	419			
4. โฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	3641.667	4	910.417	2.689*	0.031
	ภายในกลุ่ม	140483.273	415	338.514		
	รวม	144124.940	419			
5. บ้านญาติ/เพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	2854.411	4	713.603	1.741	0.140
	ภายในกลุ่ม	170134.637	415	409.963		
	รวม	172989.048	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีอายุต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .185 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติไม่ต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .240 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรไม่ต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ตามลำดับ นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .588 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน

การเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ตามลำดับ นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 ตามลำดับ นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .031 ซึ่งน้อยกว่า .05 ตามลำดับ นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .140 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ห้ไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี

อายุ	\bar{X}	15 -24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
		23.94	19.96	14.03	19.58	13.91
15 -24 ปี	23.94		3.99 (0.076)	9.92** (0.000)	4.37 (0.072)	10.03** (0.007)
25 - 34 ปี	19.96			5.93** (0.005)	0.38 (0.868)	6.04 (0.096)
35 - 44 ปี	14.03				-5.55* (0.017)	0.11 (0.975)
45 - 54 ปี	19.58					5.67

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์

อายุ	\bar{X}	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
		13.93	10.68	8.56	7.23	4.35
15 - 24 ปี	13.93		3.25* (0.016)	5.37** (0.000)	6.70** (0.000)	9.58** (0.000)
25 - 34 ปี	10.68			2.12 (0.098)	3.45* (0.012)	6.34** (0.004)
35 - 44 ปี	8.56				1.34 (0.340)	4.22 (0.056)
45 - 54 ปี	7.23					2.88 (0.203)
55 ปีขึ้นไป	4.35					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 25 – 34 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.37

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.23

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.23

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 -34 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .098 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 -34 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25 -34 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25 -34 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 - 54 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25 -34 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25 -34 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยงที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.34

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .340 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 - 54 ปี

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .056 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 - 54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .203 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 - 54 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน

อายุ	\bar{X}	15 -24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
		20.73	27.09	31.57	30.78	13.48
15 -24 ปี	20.73		-6.36 (0.068)	-10.84** (0.002)	-10.05** (0.008)	7.25 (0.210)
25 - 34 ปี	27.09			-4.48 (0.175)	-3.69 (0.299)	13.62* (0.016)
35 - 44 ปี	31.57				-0.79 (0.827)	18.10** (0.002)
45 - 54 ปี	30.78					17.30** (0.003)
55 ปีขึ้นไป	13.48					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของนักท่งเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์

อายุ	\bar{X}	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
		19.38	21.20	13.80	16.14	20.00
15 - 24 ปี	19.38		-1.81 (0.484)	5.59* (0.035)	3.24 (0.250)	-0.62 (0.886)
25 - 34 ปี	21.20			7.40** (0.003)	5.05 (0.056)	1.20 (0.776)
35 - 44 ปี	13.80				-2.35 (0.382)	-6.2 (0.143)
45 - 54 ปี	16.14					-3.86 (0.374)
55 ปีขึ้นไป	20.00					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 25 - 34 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .484 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่งเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี

นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .035 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มากกว่านักท่งเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.59

นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .250 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่งเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี

นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .886 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่งเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มากกว่านักท่งเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.40

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .056 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 - 54 ปี

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .776 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .382 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 - 54 ปี

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .143 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 - 54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .374 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 - 54 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว						
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	7731.278	4.000	1932.819	4.138**	0.003
	ภายในกลุ่ม	193828.24	415.000	467.056		
	รวม	201559.51	419.000			
2. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	1209.0332	4.000	302.2583	0.718	0.580
	ภายในกลุ่ม	174811.93	415.000	421.2336		

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
	รวม	176020.96	419.000			
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	3695.0312	4.000	923.7578	3.608**	0.007
	ภายในกลุ่ม	106258.03	415.000	256.0434		
	รวม	109953.06	419.000			
การเลือกที่พัก						
1. รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	24195.526	4.000	6048.881	10.562**	0.000
	ภายในกลุ่ม	237668.61	415.000	572.6955		
	รวม	261864.14	419.000			
2. เกสเฮ้าส์	ระหว่างกลุ่ม	1565.9733	4.000	391.4933	4.109**	0.003
	ภายในกลุ่ม	39541.824	415.000	95.2815		
	รวม	41107.798	419.000			
3. บ้านพักอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	10120.97	4.000	2530.242	4.124**	0.003
	ภายในกลุ่ม	254593.08	415.000	613.4773		
	รวม	264714.05	419.000			
4. โฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4628.6343	4.000	1157.159	3.443**	0.009
	ภายในกลุ่ม	139496.31	415.000	336.1357		
	รวม	144124.94	419.000			
5. บ้านญาติ/เพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	1635.3456	4.000	408.8364	0.990	0.413
	ภายในกลุ่ม	171353.7	415.000	412.9005		
	รวม	172989.05	419.000			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .718 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่ต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .990 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน ไม่ต่างกัน

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์หน้าไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	สูงกว่า	
		มัธยมศึกษา	ตอนต้น	ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี
		23.94	49.00	45.58	51.60	52.60
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	35.74		-13.26*	-9.84*	-15.86**	-16.86**
			(0.014)	(0.043)	(0.000)	(0.001)
มัธยมศึกษาตอนต้น	49.00			3.42	-2.6	-3.6
				(0.421)	(0.483)	(0.436)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	45.58				-6.02*	-7.02
					(0.038)	(0.080)
ปริญญาตรี	52.60					-1.01
						(0.769)
สูงกว่าปริญญาตรี	52.60					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 13.26

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .043 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.84

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.86

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมี

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.86

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .421 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .483 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .436 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.02

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .080 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	สูงกว่า	
		มัธยมศึกษา	ตอนต้น	ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญาตรี	ปริญญา
		ตอนต้น	ตอนต้น		ตรี	
		27.59	21.38	18.86	18.53	13.54
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	27.59		6.22 (0.120)	8.73* (0.016)	9.06** (0.006)	14.05** (0.000)
มัธยมศึกษาตอนต้น	21.38			2.51 (0.425)	2.85 (0.299)	7.83* (0.023)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	18.86				5.34 (0.875)	5.32 (0.073)
ปริญญาตรี	18.53					4.99 (0.050)
สูงกว่าปริญญาตรี	13.54					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .120 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.73

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.06

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14.05

นักท่องเที่ยวนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .425 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

นักท่องเที่ยวนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .299 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .023 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.83

นักท่องเที่ยวนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .875 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .073 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวนักศึกษาระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .050 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		26.15	26.75	23.31	31.21	50.63
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	26.15		-0.6 (0.920)	2.84 (0.598)	-5.06 (0.299)	-24.48** (0.000)
มัธยมศึกษาตอนต้น	26.75			3.44 (0.464)	-4.46 (0.277)	-23.88** (0.000)

ตาราง 25 (ต่อ)

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		26.15	26.75	23.31	31.21	50.63
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	23.31				-7.90* (0.014)	-27.31** (0.000)
ปริญญาตรี	31.21					-19.41 (0.050)
สูงกว่าปริญญาตรี	50.63					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .920 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .598 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .299 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 24.48

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .464 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .277 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 23.88

นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.90

นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 27.31

นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .050 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		26.15	26.75	23.31	31.21	50.63
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	26.15		1.5 (0.536)	4.36* (0.048)	5.56** (0.005)	7.55** (.001)
มัธยมศึกษาตอนต้น	26.75			2.85 (0.137)	4.06* (0.016)	6.04** (0.004)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	23.31				1.20 (0.358)	3.19 (0.079)
ปริญญาตรี	31.21					1.99 (0.200)
สูงกว่าปริญญาตรี	50.63					

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .200 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภท เกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		23.89	23.75	36.15	26.47	18.85
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	23.89		0.14 (0.982)	-12.26* (0.028)	-2.58 (0.608)	5.03 (0.399)
มัธยมศึกษาตอนต้น	23.75			-12.40* (0.011)	-2.72 (0.521)	4.90 (0.356)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	36.15				9.68** (0.004)	17.29** (0.000)
ปริญญาตรี	26.47					7.62 (0.053)
สูงกว่าปริญญาตรี	18.85					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .982 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .028 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.26

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .608 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่งเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า	มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	สูงกว่า	
		มัธยมศึกษา	ตอนต้น	ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		18.70	26.88	16.96	17.53	12.71
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	18.70		-8.17 (0.074)	1.74 (0.672)	1.17 (0.754)	6 (0.175)
มัธยมศึกษาตอนต้น	26.88			9.92** (0.006)	9.34** (0.003)	14.17** (0.000)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	16.96				-.57 (0.815)	4.25 (0.212)
ปริญญาตรี	17.53					4.82 (0.098)
สูงกว่าปริญญาตรี	12.71					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .074 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .672 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .754 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .175 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่งเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมี

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.92

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.34

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .015 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14.17

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .815 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .212 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .098 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว						
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	6093.9602	3	2031.32	4.323**	0.005
	ภายในกลุ่ม	195465.55	416	469.8691		
	รวม	201559.51	419			
2. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	242.22828	3	80.74276	0.191	0.902
	ภายในกลุ่ม	175778.73	416	422.545		
	รวม	176020.96	419			
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	5458.0368	3	1819.346	7.243**	0.000
	ภายในกลุ่ม	104495.02	416	251.19		
	รวม	109953.06	419			
การเลือกที่พัก						
1. รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	9220.3848	3	3073.462	5.061**	0.002
	ภายในกลุ่ม	252643.76	416	607.3167		
	รวม	261864.14	419			
2. เกสเฮ้าส์	ระหว่างกลุ่ม	2596.2773	3	865.4258	9.348**	0.000
	ภายในกลุ่ม	38511.52	416	92.57577		
	รวม	41107.798	419			
3. บ้านพักอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	6104.1592	3	2034.72	3.273*	0.021
	ภายในกลุ่ม	258609.89	416	621.6584		
	รวม	264714.05	419			
4. โฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	2284.7636	3	761.5879	2.234	0.084
	ภายในกลุ่ม	141840.18	416	340.962		
	รวม	144124.94	419			
5. บ้านญาติ/เพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	54.901623	3	18.30054	0.044	0.988
	ภายในกลุ่ม	172934.15	416	415.7071		
	รวม	172989.05	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีอาชีพต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .191 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .084 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างกัน

การเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/เพื่อน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .988 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/เพื่อน ไม่แตกต่างกัน

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		44.79	54.24	50.11	45.67
นักเรียน/ นักศึกษา	44.79		-9.45* (0.033)	-5.32 (0.106)	-0.88 (0.792)
รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	54.24			4.13 (0.139)	8.57** (0.003)
พนักงานเอกชน	50.11				4.44 (0.132)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของ กิจการ	45.67				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .033 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.45

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .106 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็น พนักงานเอกชน

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ ผู้ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .792 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .139 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็น พนักงานเอกชน

นักท่องเที่ยวนักเรียน/ นักศึกษา และ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .033 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.45

นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน และ ผู้ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .132 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชนจะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		23.52	13.85	19.61	21.19
นักเรียน/ นักศึกษา	23.52		9.67** (0.000)	3.91 (0.104)	2.33 (0.339)
รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	13.85			-5.76** (0.005)	-7.34** (0.000)
พนักงานเอกชน	19.61				(1.58) (0.463)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	21.19				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.67

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .104 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน

นักท่องเที่ยวนักเรียน/ นักศึกษา และ ผู้ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .339 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.76

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ ค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.34

นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน และ ผู้ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .463 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		29.45	25.76	32.57	38.05
นักเรียน/ นักศึกษา	29.45		3.69 (0.311)	-3.12 (0.404)	-8.60* (0.024)
รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	25.76			-6.80* (0.032)	-12.28** (0.000)
พนักงานเอกชน	32.57				(5.48) (0.102)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	38.05				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .311 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .404 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.60

นักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .032 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.80

นักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.28

นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .102 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รัฐบาล/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		13.80	7.52	11.68	7.90
นักเรียน/ นักศึกษา	13.80		6.28** (0.000)	2.12 (0.146)	5.90** (0.000)
รัฐบาล/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	7.52			-4.16** (0.001)	-0.39 (0.760)
พนักงานเอกชน	11.68				3.78** (0.004)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	7.90				

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.28

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .146 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.90

นักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

นักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .760 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รัฐบาล/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมกา
เลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		23.59	32.52	24.65	24.48
นักเรียน/ นักศึกษา	23.59		-8.93* (0.016)	-1.05 (0.780)	-0.88 (0.817)
รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	32.52			7.87* (0.014)	8.04* (0.014)
พนักงานเอกชน	24.65				0.17 (0.960)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	24.48				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมกาเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.93

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .780 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมกาเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็น พนักงานเอกชน

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .817 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีพฤติกรรมกาเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมกาเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.87

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมกาเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มากกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.04

นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .960 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพัก อุทยาน ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

รายได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่ พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวัง น้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว						
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	6924.947	5	1384.989	2.946*	0.013
	ภายในกลุ่ม	194634.567	414	470.132		
	รวม	201559.514	419			
2. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	8085.243	5	1617.049	3.986**	0.002
	ภายในกลุ่ม	167935.719	414	405.642		
	รวม	176020.962	419			
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ ประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	4948.811	5	989.762	3.902**	0.002
	ภายในกลุ่ม	105004.246	414	253.633		
	รวม	109953.057	419			
การเลือกที่พัก						
1. รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม	22317.432	5	4463.486	7.714**	0.000
	ภายในกลุ่ม	239546.708	414	578.615		
	รวม	261864.140	419			
2. เกสเฮ้าส์	ระหว่างกลุ่ม	2360.792	5	472.158	5.045**	0.000
	ภายในกลุ่ม	38747.005	414	93.592		
	รวม	41107.798	419			

พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่ พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอน้ำ เจียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
3. บ้านพักอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	8581.804	5	1716.361	2.774*	0.018
	ภายในกลุ่ม	256132.243	414	618.677		
	รวม	264714.048	419			
4. โฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	5200.631	5	1040.126	3.100**	0.009
	ภายในกลุ่ม	138924.310	414	335.566		
	รวม	144124.940	419			
5. บ้านญาติ/เพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	4032.587	5	806.517	1.976	0.081
	ภายในกลุ่ม	168956.461	414	408.107		
	รวม	172989.048	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอน้ำเจียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีรายได้ต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .081 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า					มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
		หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	
		45.99	52.34	52.15	40.32	48.00	56.47
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	45.99		-6.34* (0.031)	-5.16 (0.068)	5.67 (0.194)	-2.01 (0.701)	-10.48* (0.013)
10,001 - 20,000 บาท	52.34			1.19 (0.692)	12.01** (0.007)	4.34 (0.415)	-4.13 (0.339)
20,001 - 30,000 บาท	52.15				10.83* (0.014)	3.15 (0.550)	-5.32 (0.210)
30,001 - 40,000 บาท	40.32					-7.68 (0.218)	-16.15** (0.003)
40,001 - 50,000 บาท	48.00						-8.47 (0.166)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	56.47						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ รายได้ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .550 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .210 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท และ รายได้ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .218 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาทและ รายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาทจะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางธรรมชาติ น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.15

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทและ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .166 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทจะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางการเกษตร

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า				มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
		หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท		40,001 - 50,000 บาท
		29.89	29.44	32.74	44.52	39.25	26.76
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	29.89		0.45 (0.690)	-2.86 (0.276)	-14.63** (0.000)	-9.36 (0.054)	3.12 (0.424)
10,001 - 20,000 บาท	29.44			-3.30 (0.235)	-15.08* (0.000)	-9.81* (0.048)	2.67 (0.505)
20,001 - 30,000 บาท	32.74				-11.77** (0.004)	-6.51 (0.184)	5.98 (0.130)
30,001 - 40,000 บาท	44.52					-5.27 (0.362)	17.75** (0.000)
40,001 - 50,000 บาท	39.25						12.49* (0.028)

ตาราง 37 (ต่อ)

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า				มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
		หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท		40,001 - 50,000 บาท
		29.89	29.44	32.74	44.52	39.25	26.76
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	26.76						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .690 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .276 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14.63

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .054 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .424 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท และ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .235 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า				มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
		หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 - บาท	20,001 - 30,000 - บาท	30,001 - 40,000 - บาท		40,001 - 50,000 บาท
		23.48	19.54	15.97	15.16	12.75	16.76
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	23.48		3.93 (0.068)	7.50** (0.000)	8.31* (0.010)	10.73** (0.005)	6.71* (0.030)
10,001 - 20,000 บาท	19.54			3.57 (0.105)	4.38 (0.183)	6.79 (0.083)	2.78 (0.832)
20,001 - 30,000 บาท	15.97				0.81 (0.802)	3.22 (0.405)	-0.79 (0.800)
30,001 - 40,000 บาท	15.16					2.41 (0.598)	-1.6 (0.685)
40,001 - 50,000 บาท	12.75						-4.01 (0.372)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	16.76						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .068 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี ไม่แตกต่างจาก นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.50

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมี

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท และ รายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .685 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท และ รายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .372 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	10,001 -	20,001 -	30,001 -	40,001 -	มากกว่า
		เท่ากับ	20,000	30,000	40,000	50,000	50,000
		10,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป
		28.48	25.87	28.72	39.35	48.00	48.53
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	28.48		2.61	-0.28	-10.88*	-19.52**	-20.05**
			(0.423)	(0.939)	(0.025)	(0.001)	(0.000)
10,001 - 20,000 บาท	25.87			-2.85	-13.49**	-22.13**	-22.66**
				(0.-.391)	(0.007)	(0.000)	(0.000)
20,001 - 30,000 บาท	28.72				-10.64*	-19.28**	-19.81**
					(0.030)	(0.001)	(0.000)
30,001 - 40,000 บาท	39.35					-8.65	-9.17
						(0.211)	(0.125)
40,001 - 50,000 บาท	48.00						-0.53
							(0.938)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	48.53						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .423 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทริสอรัท น้อยกว่านักทองเทียวที่มีรายได้อ 40,001 - 50,000 บาท โดยมีผลดงค้ำเฉลียเทำกับ 19.28

ผลกรวิเคราะห้พบวำ นักทองเทียวที่มีรายได้อ 20,001 - 30,000บาท และ รายได้อมากกว่า 50,000 บาท ซึ้นไป มีค้ำนัยสำคัญทงสถิติเทำกับ .000 ซึ้นน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักทองเทียวที่มีรายได้อ 20,001 - 30,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรเลือกที่פקประเภทริสอรัท น้อยกว่านักทองเทียวที่มีรายได้อมากกว่า 50,000 บาทซึ้นไป โดยมีผลดงค้ำเฉลียเทำกับ 19.81

นักทองเทียวที่มีรายได้อ 30,001 - 40,000 บาท และ รายได้อ 40,001 - 50,000 บาท มีค้ำนัยสำคัญทงสถิติเทำกับ .211 ซึ้นมากกว่า .05 หมายความว่า นักทองเทียวที่มีรายได้อ30,001 - 40,000 บาทจะมีพฤติกรรมกรเลือกที่פקประเภทริสอรัท ไม่แตกดงจกนักทองเทียวที่มีรายได้อ 40,001 - 50,000 บาท

นักทองเทียวที่มีรายได้อ 30,001 - 40,000 บาท และ รายได้อมากกว่า 50,000 บาทซึ้นไป มีค้ำนัยสำคัญทงสถิติเทำกับ .125 ซึ้นมากกว่า .05 หมายความว่า นักทองเทียวที่มีรายได้อ30,001 - 40,000 บาทจะมีพฤติกรรมกรเลือกที่פקประเภทริสอรัท ไม่แตกดงจกนักทองเทียวที่มีรายได้อ มากกว่า 50,000 บาทซึ้นไป

นักทองเทียวที่มีรายได้อ 40,001 - 50,000 บาท และ รายได้อมากกว่า 50,000 บาทซึ้นไป มีค้ำนัยสำคัญทงสถิติเทำกับ .938 ซึ้นมากกว่า .05 หมายความว่า นักทองเทียวที่มีรายได้อ 40,001 - 50,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรเลือกที่פקประเภทริสอรัท ไม่แตกดงจกนักทองเทียวที่มีรายได้อ มากกว่า 50,000 บาทซึ้นไป

ดกรง 40 แสดงผลกรเปรียบเทียบค้ำเฉลียรายคู้ของนักทองเทียวชวไทยที่มีรายได้อแตกดงกันกับพฤติกรรมกรเลือกที่פקประเภทเอสเฮ้ำสั

รายได้อ	\bar{X}	ต่ำกว่า				มากกว่า 50,000 บาทซึ้น ไป	
		หรือ เทำกับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท		40,001 - 50,000 บาท
		12.14	8.52	11.24	6.29	5.00	6.18
ต่ำกว่าหรือเทำกับ 10,000 บาท	12.11		3.62** (0.006)	1.96 (0.476)	5.85** (0.003)	7.14** (0.002)	5.96** (0.002)
10,001 - 20,000 บาท	8.52			-2.72* (0.042)	2.23 (0.264)	3.52 (0.139)	2.34 (0.224)
20,001 - 30,000 บาท	11.24				4.95* (0.012)	6.24** (0.008)	5.06** (0.008)
30,001 - 40,000 บาท	6.29					1.29 (0.642)	0.11 (0.962)
40,001 - 50,000 บาท	5.00						-1.18 (0.666)

ตาราง 40 (ต่อ)

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า				มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
		หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท		40,001 - 50,000 บาท
		12.14	8.52	11.24	6.29	5.00	6.18
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	6.18						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .476 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.85

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.14

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.96

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า				มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
		หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท		40,001 - 50,000 บาท
		28.19	29.18	29.51	24.03	18.50	14.26
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	12.11		-1.00 (0.767)	-1.33 (0.682)	4.15 (0.406)	9.69 (0.107)	13.92** (0.004)
10,001 - 20,000 บาท	8.52			-0.33 (0.924)	5.15 (0.315)	10.68 (0.081)	14.92** (0.003)
20,001 - 30,000 บาท	11.24				5.48 (0.278)	11.01 (0.069)	15.25** (0.002)
30,001 - 40,000 บาท	6.29					5.53 (0.438)	9.77 (0.115)
40,001 - 50,000 บาท	5.00						4.24 (0.546)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	6.18						

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .767 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .682 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .406 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท กับ รายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปบาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .546 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า					มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
		หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	
		19.60	19.69	18.76	16.94	6.50	10.59
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	19.60		-0.10 (0.969)	0.84 (0.726)	2.66 (0.470)	13.10** (0.003)	9.01* (0.011)
10,001 - 20,000 บาท	19.69			0.93 (0.712)	2.76 (0.465)	13.19** (0.004)	9.11* (0.013)
20,001 - 30,000 บาท	18.76				1.83 (0.623)	12.26** (0.006)	8.17* (0.023)
30,001 - 40,000 บาท	16.94					10.44* 0.048	6.35 (0.164)
40,001 - 50,000 บาท	6.50						-4.09 (0.429)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	10.59						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .969 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .726 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท และ รายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .429 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท

สถานภาพสมรส

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว							
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม		1852.866	2	926.433	1.934	0.146
	ภายในกลุ่ม		199706.648	417	478.913		
	รวม		201559.514	419			
2. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม		1201.917	2	600.958	1.433	0.240
	ภายในกลุ่ม		174819.045	417	419.230		
	รวม		176020.962	419			
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	ระหว่างกลุ่ม		1484.395	2	742.197	2.853	0.059
	ภายในกลุ่ม		108468.662	417	260.117		
	รวม		109953.057	419			
การเลือกที่พัก							
1. รีสอร์ท	ระหว่างกลุ่ม		315.515	2	157.758	0.252	0.778
	ภายในกลุ่ม		261548.625	417	627.215		
	รวม		261864.140	419			

ตาราง 43 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
2. เกสเฮ้าส์	ระหว่างกลุ่ม	621.344	2	310.672	3.200*	0.042
	ภายในกลุ่ม	40486.454	417	97.090		
	รวม	41107.798	419			
3. บ้านพักอุทยาน	ระหว่างกลุ่ม	3583.058	2	1791.529	2.861	0.058
	ภายในกลุ่ม	261130.989	417	626.213		
	รวม	264714.048	419			
4. โฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	5561.948	2	2780.974	8.369**	0.000
	ภายในกลุ่ม	138562.993	417	332.285		
	รวม	144124.940	419			
5. บ้านญาติ/เพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	141.081	2	70.540	0.170	0.844
	ภายในกลุ่ม	172847.967	417	414.504		
	รวม	172989.048	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .146 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .240 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .059 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างกัน

การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .778 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ไม่แตกต่างกัน

การเลือกที่ปักประเภทเกสเฮ้าส์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .042 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่ปักประเภทเกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เลือกที่ปักประเภทโฮมสเตย์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่ปักประเภทเกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่ปักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .058 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่ปักการเลือกที่ปักประเภทบ้านพักอุทยาน ไม่แตกแตกต่างกัน

การเลือกที่ปักประเภทโฮมสเตย์ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่ปักประเภทโฮมสเตย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่ปักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .844 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่ปักการเลือกที่ปักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน ไม่แตกแตกต่างกัน

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์หน้าไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันกับพฤติกรรมการเลือกที่ปักประเภทเกสเฮ้าส์

สถานภาพสมรส	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
		10.88	8.83	5.83
โสด	10.88		2.05* (0.037)	5.05 (0.085)
สมรส	8.83			3.00 (0.307)
หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	5.83			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด และ สมรส มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .037 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.05

นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด และ สมรส มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .085 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว

นักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .-307 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

ตาราง 45 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันกับ พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์

สถานภาพสมรส	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
		20.09	14.48	31.67
โสด	20.09		5.61** (0.002)	-11.57 (0.053)
สมรส	14.48			-17.18** (0.002)
หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	31.67			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด และ สมรส มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.61

นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด และ สมรส มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .053 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

นักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว และ ที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.18

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันได้หรือไม่ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันได้

เพศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

ค่า t-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งที่อำเภอวังน้ำเขียว

ค่า Chi-square โดยใช้ในการทดสอบของ Cramer's V (ชุกีรี วงศ์รัตน์) ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่ศึกษาเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พัก และช่วงเวลาในการเดินทาง

ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	เพศ	t-test for Equity of Means				
		\bar{X}	S.D.	df	t	Sig.
จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ชาย	2.04	1.396	418	3.262**	0.001
	หญิง	1.64	1.055			
ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	ชาย	2.26	2.26	418	1.726	0.085
	หญิง	2.11	2.11			
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ชาย	5612.30	4435.755	418	0.163	0.871
	หญิง	5539.91	4595.499			
โอกาสที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จักอำเภอวังน้ำเขียว	ชาย	4.49	0.825	418	0.941	0.347
	หญิง	4.41	0.896			

พฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	เพศ	t-test for Equity of Means				
		\bar{X}	S.D.	df	t	Sig.
โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว	ชาย	4.38	0.939	418	-0.360	0.719
	หญิง	4.41	0.896			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีเพศแตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่า (t-test) จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายมีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .085 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.871 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

โอกาสที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จักอำเภอวังน้ำเขียว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.347 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีโอกาสที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จักอำเภอวังน้ำเขียวโดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.719 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวโดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

ตาราง 47 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีเพศแตกต่างกัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ชาย	หญิง	รวม	X^2	p
ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวกับ					
ไปคนเดียว	7	2	9	7.243*	0.027
ไปกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	100	108	208		
ไปกับเพื่อนฝูง	80	123	203		
Total	187	233	420		
สาเหตุที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว					
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	83	128	211	24.661**	0.001
คำบอกเล่า	27	36	63		
เพื่อศึกษาดูงาน	8	21	29		
ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ	24	19	43		
ค่าใช้จ่ายไม่แพง	7	8	15		
ประทับใจจากที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว	27	16	43		
ความสะดวกในการเดินทาง	11	2	13		
เชิญเพื่อน		3	3		
Total	187	233	420		
พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง					
รถยนต์ส่วนตัว	156	173	329	6.395	0.094
รถโดยสารประจำทาง	3	8	11		
รถไฟ		2	2		
รถเช่า/เหมานำเที่ยว	28	50	78		
Total	187	233	420		
ที่พักแรม					
รีสอร์ท	69	114	183	22.883**	0.001
เกสเฮ้าส์	3	3	6		
บ้านพักในอุทยาน	37	37	74		
บ้านพักรับรอง	21	37	58		
โฮมสเตย์	16	25	41		
บ้านญาติ/เพื่อน	10	3	13		

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ชาย	หญิง	รวม	X^2	p
เดินท์	31	14	45		
Total	187	233	420		
แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว					
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	22	30	52	2.011	0.959
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	24	37	61		
วิทยุ/โทรทัศน์	9	9	18		
คำบอกเล่า	50	63	113		
คำแนะนำของบริษัทนำเที่ยว	4	3	7		
เพื่อนร่วมงาน	25	32	57		
ประสบการณ์ที่เคยมาท่องเที่ยว	31	32	63		
อินเทอร์เน็ต	22	27	49		
Total	187	233	420		
ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก					
ตัวท่านเอง	56	71	127	3.482	0.323
เพื่อน	55	83	138		
คนในครอบครัว	76	78	154		
อื่นๆ		1	1		
Total	187	233	420		
ช่วงเวลาท่องเที่ยว					
วันธรรมดา	15	8	23	6.209	0.102
วันหยุดสุดสัปดาห์	103	150	253		
วันลาพักร้อนประจำปี	29	30	59		
วันหยุดตามเทศกาล	40	45	85		
Total	187	233	420		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์โดยใช้ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันจะมีบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สาเหตุการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันจะมีสาเหตุการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .094 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันจะมีพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางไม่แตกต่างกัน

ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันจะมีประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .959 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันจะมีแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .323 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันจะมีผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พักไม่แตกต่างกัน

ช่วงเวลาท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .102 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันจะมีช่วงเวลาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

อายุ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

ค่า F-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งที่อำเภอวังน้ำเขียว

ค่า Chi-square โดยใช้การทดสอบของ Cramer's V (ซูศรี วงศ์รัตน์) ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งข้อมูลการศึกษาเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พัก และช่วงเวลาในการเดินทาง

ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df.	MS	F-Ratio	F- Prob..
จำนวนครั้งในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	14.646	4	3.661	2.440*	0.046
	ภายในกลุ่ม	622.869	415	1.501		
	รวม	637.514	419			
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	8.975	4	2.244	2.723*	0.029
	ภายในกลุ่ม	341.987	415	0.824		
	รวม	350.962	419			
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	902773403.818	4	225693350.954	12.232**	0.000
	ภายในกลุ่ม	7657010667.611	415	18450628.115		
	รวม	8559784071.429	419			
การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	12.767	4	3.192	4.399**	0.002
	ภายในกลุ่ม	301.081	415	0.725		
	รวม	313.848	419			
การกลับมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5.780	4	1.445	1.739	0.140
	ภายในกลุ่ม	344.818	415	0.831		
	รวม	350.598	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีอายุต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .046 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีจำนวนครั้งในการเดินทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การกลับมาท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .140 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีการกลับมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวต่อปี

อายุ	\bar{X}	15 -24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 55 ปี	55 ปีขึ้นไป
		1.83	1.56	2.07	1.81	1.83
15 -24 ปี	1.83		0.27 (0.122)	-0.24 (0.167)	0.02 (0.897)	0.01 (0.985)
25 - 34 ปี	1.56			-0.51** (0.002)	-0.24 (0.167)	-0.26 (0.349)
35 - 44 ปี	2.07				.27 (0.136)	0.25 (0.379)
45 - 55 ปี	1.81					-0.20 (0.948)
55 ปีขึ้นไป	1.83					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปีและ 25 - 34 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .122 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .167 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี และ 45 - 55 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .897 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .985 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 -24 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี และ 35 – 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.51

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 45 - 55 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .167 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .349 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 55 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .136 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .379 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .948 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

อายุ	\bar{X}	15 -24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
		2.34	2.12	2.30	2.02	2.83
15 -24 ปี	2.34		0.22 (0.089)	0.04 (0.754)	.31* (0.024)	.51* (0.017)
25 - 34 ปี	2.12			-0.18 (0.121)	0.1 (0.130)	0.29 (0.207)
35 - 44 ปี	2.30				.27* (0.041)	.47* (0.025)

ตาราง 50 (ต่อ)

อายุ	\bar{X}	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
		2.34	2.12	2.30	2.02	2.83
45 - 55 ปี	2.02					0.20
						(0.355)
55 ปีขึ้นไป	2.83					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี และ 25 - 34 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .089 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .754 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.51

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .121 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .130 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ อายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .207 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .041 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .27

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี และ อายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .355 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

ตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวต่อคนต่อครั้ง

อายุ	\bar{X}	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-55 ปี	55 ปีขึ้นไป
		3077.53	5277.78	6966.67	6325.30	7456.52
15-24 ปี	3077.53		-2200.25** (0.000)	-3889.14** (0.000)	-3247.77** (0.000)	-4378.99** (0.000)
25-34 ปี	5377.78			-1688.89** (0.003)	-1047.52 (0.090)	-2178.78* (0.027)
35-44 ปี	6966.67				641.37 (0.307)	-489.86 (0.620)
45-55 ปี	6325.30					-1131.22 (0.264)
55 ปีขึ้นไป	7456.52					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี และ 25- 34 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25- 34 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2200.25

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี และ 35- 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35- 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3889.14

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 45- 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45- 54 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3247.77

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4378.99

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1688.89

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 45 - 55 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .090 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2178.78

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 55 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .307 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .620 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .264 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านการแนะนำญาติพี่น้องหรือคนรู้จักมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว

อายุ	\bar{X}	15-24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 55 ปี	55 ปีขึ้นไป
		4.40	4.27	4.65	4.36	4.87
15-24 ปี	4.40		0.13 (0.280)	-.24** (0.005)	0.04 (0.074)	-.47* (0.002)
25 - 34 ปี	4.27			-.37** (0.001)	-.09 (0.472)	-.60** (0.002)
35 - 44 ปี	4.65				.29* (0.022)	-0.22 (0.258)
45 - 54 ปี	4.36					-.51*

ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
ในด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว

อายุ	\bar{X}	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 55 ปี	55 ปีขึ้นไป
		4.26	4.32	4.49	4.46	4.70
15 - 24 ปี	4.26		-0.6 (0.130)	-0.23 (0.136)	-0.20 (0.144)	-.44* (0.021)
25 - 34 ปี	4.32			-0.17 (0.152)	-0.14 (0.280)	-0.38 (0.069)
35 - 44 ปี	4.49				.03 (0.805)	-0.20 (0.328)
45 - 55 ปี	4.46					-0.24 (0.269)
55 ปีขึ้นไป	4.70					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 25 - 34 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .130 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .136 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 45 - 55 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .144 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .44

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปีและ 35 - 44 ปีมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .152 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปีและ 45 - 55 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .280 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปีและ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .069 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 55 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .805 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .328 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปีและ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .269 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 55 ปี จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป

ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมาที่มีอายุแตกต่างกัน

พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำ เขียว จังหวัดนครราชสีมา	15 -24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปี ขึ้นไป	รวม	X ²	p
ท่านมักเดินทางไปเที่ยวกับ								
ไปคนเดียว	4	3	2			9	10.757	0.216
ไปกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	41	50	63	41	13	208		
ไปกับเพื่อนฝูง	44	64	43	42	10	203		
Total	89	117	108	83	23	420		
สาเหตุการเดินทาง								
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทาง								
ธรรมชาติ	49	57	56	40	9	211	109.020**	0.000
คำบอกเล่า	16	17	16	13	1	63		
เพื่อศึกษาดูงาน	1	13	4	8	3	29		

ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ	4	15	3	11	10	43
ค่าใช้จ่ายไม่แพง	9	5		1		15
ประทับใจจากที่เคยเดินทางมา						
ท่องเที่ยวแล้ว	10	4	22	7		43
ความสะดวกในการเดินทาง		6	7			13

ตาราง 54 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำ เขียว จังหวัดนครราชสีมา	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปี ขึ้นไป	รวม	X^2	p
เยี่ยมเพื่อน				3		3		
Total	89	117	108	83	23	420		
พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง								
รถยนต์ส่วนตัว	58	87	104	60	20	329	58.758*	0.000
รถโดยสารประจำทาง	9	1		1		11		
รถไฟ				2		2		
รถเช่า/เหมานำเที่ยว	22	29	4	20	3	78		
Total	89	117	108	83	23	420		
ประเภทที่พักแรม								
รีสอร์ท	38	44	45	46	10	183	70.373**	0.000
เกสเฮ้าส์	3	3				6		
บ้านพักในอุทยาน	16	19	27	10	2	74		
บ้านพักรับรอง	12	28	5	12	1	58		
โฮมสเตย์	16	12	3	6	4	41		
บ้านญาติ/เพื่อน		4	7	1	1	13		
เดินท์	4	7	21	8	5	45		
Total	89	117	108	83	23	420		
แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว								
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	10	16	16	9	1	52	67.054**	0.000
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	17	20	12	11	1	61		
วิทยุ/โทรทัศน์	7	4	1	3	3	18		
คำบอกเล่า	16	25	30	27	15	113		

คำแนะนำของบริษัทนำเที่ยว		1	4	2		7
เพื่อนร่วมงาน	14	15	11	17		57
ประสบการณ์ที่เคยมาท่องเที่ยว	21	16	15	8	3	63
อินเตอร์เน็ต	4	20	19	6		49
Total	89	117	108	83	23	420

ตาราง 54 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำ เขียว จังหวัดนครราชสีมา	15 -24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปี ขึ้นไป	รวม	X ²	p
ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก								
ตัวท่านเอง	23	39	29	32	4	127	13.831	0.312
เพื่อน	26	44	37	22	9	138		
คนในครอบครัว	40	34	41	29	10	154		
อื่นๆ			1			1		
Total	89	117	108	83	23	420		
ช่วงเวลาท่องเที่ยว								
วันธรรมดา	10	4	5	4		23	27.507**	0.007
วันหยุดสุดสัปดาห์	47	71	68	54	13	253		
วันลาพักร้อนประจำปี	8	21	15	15		59		
วันหยุดตามเทศกาล	24	21	20	10	10	85		
Total	89	117	108	83	23	420		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์โดยใช้ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า บุคคลที่มักจะเดินทางไป
ด้วย มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .216 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) หมายความว่า
นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีบุคคลที่มักจะเดินทางไปด้วยไม่แตกต่างกัน

สาเหตุการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง
(H₁) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีสาเหตุการเดินทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .312 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ช่วงเวลาท่องเที่ยวมีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีช่วงเวลาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ระดับการศึกษา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

ค่า F-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งที่อำเภอวังน้ำเขียว

ค่า Chi-square โดยใช้ในการทดสอบของ Cramer's V (ชูศรี วงศ์รัตน์) ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่ศึกษาเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พัก และช่วงเวลาในการเดินทาง

ตาราง 55 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามการศึกษา

พฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	9.584	4	2.396	1.583	0.178
	ภายในกลุ่ม	627.930	415	1.513		
	รวม	637.514	419			
ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	9.842	4	2.461	2.993*	0.019

	ภายในกลุ่ม	341.120	415	0.822		
	รวม	350.962	419			
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	488541981.221	4	122135495.305	6.280**	0.000
	ภายในกลุ่ม	8071242090.207	415	19448776.121		
	รวม	8559784071.429	419			

ตาราง 55 (ต่อ)

พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
โอกาสที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จักอำเภอน้ำเขียว	ระหว่างกลุ่ม	7.794	4	1.948	2.642*	0.033
	ภายในกลุ่ม	306.054	415	0.737		
	รวม	313.848	419			
	โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอน้ำเขียว	ระหว่างกลุ่ม	3.589	4	0.897	1.073
	ภายในกลุ่ม	347.009	415	0.836		
	รวม	350.598	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีการศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .178 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่ต่างกัน

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .019 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .033 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .369 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวไม่ต่างกัน

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		2.63	2.40	2.08	2.10	2.25
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2.63		0.23 (0.310)	0.55** (0.007)	0.53** (.004)	0.38 (0.082)
มัธยมศึกษาตอนต้น	2.4			0.32 (0.074)	0.3 (0.054)	0.15 (0.440)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	2.08				-0.02 (0.879)	-0.17 (0.315)
ปริญญาตรี	2.1					-0.15 (0.144)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.25					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .310 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะ

ตาราง 57 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
ในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ยา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3522.22	3775.00	5235.14	5778.35	7750.00
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3522.22		-252.78 (0.818)	-1712.91 (0.085)	-2256.13* (0.012)	-4227.78** (0.000)
มัธยมศึกษาตอนต้น	3775.00			-1460.14 (0.092)	-2003.35** (0.008)	-3975.00** (0.000)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	5235.00				-543.22 (0.357)	-2514.86** (0.002)
ปริญญาตรี	5778.35					-1971.65 (0.051)
สูงกว่าปริญญาตรี	7750					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .818 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น

นักท่องเที่ยวที่มีระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .085 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2256.13

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4227.13

นักท่องเที่ยวที่มีระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .357 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2003.35

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3975.00

นักท่องเที่ยวที่มีระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .357 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2514.86

นักท่องเที่ยวที่มีระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .051 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับปริญญาตรี จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		4.22	4.25	4.35	4.57	4.31
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	4.22		-0.03 (0.897)	-0.13 (0.504)	-0.34* (0.049)	-0.09 (0.662)
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.25			-0.1 (0.548)	-0.32* (0.032)	-0.06 (0.734)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4.35				-0.22 (0.061)	0.04 (0.062)
ปริญญาตรี	4.57					0.25 (0.062)

นักท่องเที่ยวที่มีระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญเท่ากับ .062 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับปริญญาตรี จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจาก นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 59 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมาที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวัง น้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	รวม	X^2	p
ท่านมักเดินทางไปเที่ยวกับ								
ไปคนเดียว	4	2	2	1		9	33.333**	0.000
ไปกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	12	13	43	114	26	208		
ไปกับเพื่อนฝูง	11	25	29	116	22	203		
Total	27	40	74	231	48	420		
สาเหตุการเดินทาง								
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทาง								
ธรรมชาติ	16	17	30	120	28	211	70.680**	0.000
คาบอกล่า	6	7	11	31	8	63		
เพื่อศึกษาดูงาน	1	4	8	10	6	29		
ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ	3	2	1	34	3	43		
ค่าใช้จ่ายไม่แพง		5	5	4	1	15		
ประทับใจจากที่เคยเดินทาง								
มาท่องเที่ยวแล้ว	1	5	15	20	2	43		
ความสะดวกในการเดินทาง			1	12		13		
เยี่ยมเพื่อน			3			3		
Total	27	40	74	231	48	420		
พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง								
รถยนต์ส่วนตัว	20	24	56	189	40	329	27.569**	0.006
รถโดยสารประจำทาง	3	3	4	1		11		
รถไฟ				2		2		
รถเช่า/เหมานำเที่ยว	4	13	14	39	8	78		
Total	27	40	74	231	48	420		

ตาราง 59 (ต่อ)

พฤติกรรมगत่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวัง น้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	รวม	X^2	p
ประเภทที่พักแรม								
รีสอร์ท	13	20	21	100	29	183	55.122**	0.000
เกสเฮ้าส์			2	3	1	6		
บ้านพักในอุทยาน	4		24	40	6	74		
บ้านพักรับรอง	6	10	7	27	8	58		
โฮมสเตย์	4	6	8	22	1	41		
บ้านญาติ/เพื่อน				13		13		
เดินท์		4	12	26	3	45		
Total	27	40	74	231	48	420		
แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว								
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/ วารสาร		3	13	29	7	52	55.486**	0.001
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย								
วิทยุ/โทรทัศน์	3	5	16	29	8	61		
คำบอกเล่า	2	1	4	10	1	18		
คำแนะนำของบริษัทนำเที่ยว	4	13	15	72	9	113		
เพื่อนร่วมงาน		1	3	1	2	7		
ประสบการณ์ที่เคยมา	9	9	8	28	3	57		
ท่องเที่ยว	8	6	9	35	5	63		
อินเทอร์เน็ต	1	2	6	27	13	49		
Total	27	40	74	231	48	420		
ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก								
ตัวท่านเอง	10	16	17	68	16	127	12.022	0.444
เพื่อน	6	7	26	79	20	138		
คนในครอบครัว	11	17	31	83	12	154		
อื่นๆ				1		1		
Total	27	40	74	231	48	420		

ตาราง 59 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวัง น้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	รวม	X^2	p
ช่วงเวลาท่องเที่ยว								
วันธรรมดา	4		3	12	4	23	36.453**	0.000
วันหยุดสุดสัปดาห์	8	25	47	141	32	253		
วันลาพักผ่อนประจำปี	1	4	8	42	4	59		
วันหยุดตามเทศกาล	14	11	16	36	8	85		
Total	27	40	74	231	48	420		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์โดยใช้ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า บุคคลที่มักจะเดินทางไป
ด้วย มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า
นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีบุคคลที่มักจะเดินทางไปด้วย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

สาเหตุการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง
(H₁) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีสาเหตุการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่
ระดับ .01

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติ
ฐานรอง (H₁) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง แตกต่างกันอย่าง
มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ
ยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีประเภทการที่พักแรมที่
เลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติ
ฐานรอง (H₁) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยวแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .444 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน
หลัก (H₀) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พักไม่แตกต่างกัน

ช่วงเวลาท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง
(H₁) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีช่วงเวลาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่
ระดับ .01

อาชีพ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

ค่า F-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งที่อำเภอวังน้ำเขียว

ค่า Chi-square โดยใช้การทดสอบของ Cramer's V (ชูศรี วงศ์รัตน์) ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านบุคคลที่มีจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่ศึกษาเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พัก และช่วงเวลาในการเดินทาง

ตาราง 60 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F- Prob.
จำนวนครั้งในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	10.127	3	3.376	2.238	-0.083
	ภายในกลุ่ม	627.387	416	1.508		
	รวม	637.514	419			
ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว แต่ละครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	8.787	3	2.929	3.561*	-0.014
	ภายในกลุ่ม	342.175	416	0.823		
	รวม	350.962	419			
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ ละครั้งโดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	1060957237.106	3	353652412.369	19.619**	0.000
	ภายในกลุ่ม	7498826834.322	416	18026026.044		
	รวม	8559784071.429	419			
โอกาสที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จัก อำเภอวังน้ำเขียว	ระหว่างกลุ่ม	8.067	3	2.689	3.658*	0.013
	ภายในกลุ่ม	305.781	416	0.735		
	รวม	313.848	419			

พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F- Prob.
โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอ วังน้ำเขียว	ระหว่างกลุ่ม	16.344	3	5.448	6.780**	0.000
	ภายในกลุ่ม	334.254	416	0.803		
	รวม	350.598	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีการอาชีพต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .083 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

ตาราง 61 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
ในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		2.48	2.06	2.19	2.10
นักเรียน/ นักศึกษา	2.48		.42** (0.002)	.29* (0.033)	0.37** (0.008)
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.06			-0.12 (0.285)	-0.40 (0.173)
พนักงานเอกชน	2.19				0.08 (0.510)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	2.1				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .42

นักท่องเที่ยวที่มีเป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .033 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29

นักท่องเที่ยวที่มีเป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มากกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .37

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .285 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .173 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .510 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

ตาราง 62 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวต่อคนต่อครั้ง

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		2607.04	5675.57	5428.32	7602.86
นักเรียน/ นักศึกษา	2607.04		-3068.53** (0.000)	-2821.28** (0.000)	-4995.81** (0.000)
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5675.57			247.25 (0.650)	-1927.28 (0.001)
พนักงานเอกชน	5428.32				-2174.54** (0.000)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	7602.86				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3068.53

นักท่องเที่ยวที่มีเป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .2821.28

นักท่องเที่ยวที่มีเป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4995.81

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .650 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน

นักท่องเที่ยวที่มีเป็นพนักงานเอกชน และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน จะมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2174.54

ตาราง 63 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านการแนะนำญาติพี่น้องหรือคนรู้จักมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		4.41	4.65	4.32	4.36
นักเรียน/ นักศึกษา	4.41		-0.24 (0.058)	0.09 (0.489)	0.05 (0.724)
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.65			0.33** (0.003)	0.29* (0.011)
พนักงานเอกชน	4.32				-0.04 (0.710)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	4.36				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักเรียน/ นักศึกษาและ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .058 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักเรียน/ นักศึกษาจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

นักเรียน/ นักศึกษาและ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .489 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักเรียน/ นักศึกษาจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน

นักเรียน/ นักศึกษาและ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .724 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักเรียน/ นักศึกษาจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเป็นพนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .33

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว มากกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29

พนักงานเอกชน และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .710 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า พนักงานเอกชน จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

ตาราง 64 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		4.11	4.66	4.40	4.27
นักเรียน/ นักศึกษา	4.11		-0.52** (0.000)	-0.29* (0.036)	-0.15 (0.064)
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.66			0.26* (0.025)	0.39** (0.001)
พนักงานเอกชน	4.40				-0.13 (0.028)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	4.27				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .52

นักท่องเที่ยวที่มีเป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .036 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29

นักท่องเที่ยวนักเรียน/ นักศึกษา และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .064 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ เป็นพนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวมากกว่านักท่องเที่ยวที่และ เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .26

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว มากกว่านักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .39

นักท่องเที่ยวที่มีเป็นพนักงานเอกชน และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .028 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

ตาราง 65 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีอาชีพแตกต่างกัน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอ วังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	รวม	X^2	p
ท่านมักเดินทางไปเที่ยวกับ								
ไปคนเดียว	4	2	2	1		9	33.333**	0.000
ไปกับครอบครัว/ญาติที่ น้อง	12	13	43	114	26	208		
ไปกับเพื่อนฝูง	11	25	29	116	22	203		
Total	27	40	74	231	48	420		
สาเหตุการเดินทาง								
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทาง								
ธรรมชาติ	16	17	30	120	28	211	70.680**	0.000
คำบอกเล่า	6	7	11	31	8	63		
เพื่อศึกษาดูงาน	1	4	8	10	6	29		
ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ	3	2	1	34	3	43		
ค่าใช้จ่ายไม่แพง		5	5	4	1	15		
ประทับใจจากที่เคยเดินทาง								
มาท่องเที่ยวแล้ว	1	5	15	20	2	43		

ตาราง 65 (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่งเกี่ยวข้องของ นักท่งเกี่ยวข้องชาวไทยในอำเภอ วังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	รวม	X^2	p
ความสะดวกในการเดินทาง			1	12		13		
เยี่ยมเพื่อน			3			3		
Total	27	40	74	231	48	420		
<hr/>								
พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง								
รถยนต์ส่วนตัว	20	24	56	189	40	329	27.569**	-0.006
รถโดยสารประจำทาง	3	3	4	1		11		
รถไฟ				2		2		
รถเช่า/เหมานำเที่ยว	4	13	14	39	8	78		
Total	27	40	74	231	48	420		
<hr/>								
ที่พักแรม								
รีสอร์ท	13	20	21	100	29	183	55.122**	0.000
เกสเฮ้าส์			2	3	1	6		
บ้านพักในอุทยาน	4		24	40	6	74		
บ้านพักรับรอง	6	10	7	27	8	58		
โฮมสเตย์	4	6	8	22	1	41		
บ้านญาติ/เพื่อน				13		13		
เดินท์		4	12	26	3	45		
Total	27	40	74	231	48	420		
<hr/>								
แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่งเกี่ยวข้อง								
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/ วารสาร		3	13	29	7	52	55.486**	0.001
การท่งเกี่ยวข้องแห่งประเทศไทย	3	5	16	29	8	61		
วิทยุ/โทรทัศน์	2	1	4	10	1	18		
คำบอกเล่า	4	13	15	72	9	113		
คำแนะนำของบริษัทนำ เที่ยว		1	3	1	2	7		
เพื่อนร่วมงาน	9	9	8	28	3	57		

ตาราง 65 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอ วังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	รวม	X^2	p
ประสบการณ์ที่เคยมา								
ท่องเที่ยว	8	6	9	35	5	63		
อินเทอร์เน็ต	1	2	6	27	13	49		
Total	27	40	74	231	48	420		
ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก								
ตัวท่านเอง	10	16	17	68	16	127	12.022	.444
เพื่อน	6	7	26	79	20	138		
คนในครอบครัว	11	17	31	83	12	154		
อื่นๆ				1		1		
Total	27	40	74	231	48	420		
ช่วงเวลาท่องเที่ยว								
วันธรรมดา	4		3	12	4	23	36.453**	0.000
วันหยุดสุดสัปดาห์	8	25	47	141	32	253		
วันลาพักร้อนประจำปี	1	4	8	42	4	59		
วันหยุดตามเทศกาล	14	11	16	36	8	85		
Total	27	40	74	231	48	420		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์โดยใช้ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาเหตุการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีสาเหตุการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .444 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ช่วงเวลาท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีช่วงเวลาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้ต่อเดือน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

ค่า F-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งที่อำเภอวังน้ำเขียว

ค่า Chi-square โดยใช้ในการทดสอบของ Cramer's V (ซูศรี วงศ์รัตน์) ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งข้อมูลการศึกษาเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พัก และช่วงเวลาในการเดินทาง

ตาราง 66 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา		แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนครั้งในการเดินทาง							
มาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม		57.001	5	11.400	8.130**	0.000
	ภายในกลุ่ม		580.513	414	1.402		
	รวม		637.514	419			

ตาราง 66 (ต่อ)

พฤติกรรมทางเลือกแหล่ง ท่องเที่ยวและที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวัง น้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว แต่ละครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	5.341	5	1.068	1.279	0.272
	ภายในกลุ่ม	345.621	414	0.835		
	รวม	350.962	419			
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ ละครั้งโดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3791880130.185	5	758376026.037	65.850**	0.000
	ภายในกลุ่ม	4767903941.244	414	11516676.187		
	รวม	8559784071.429	419			
โอกาสที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จัก อำเภอวังน้ำเขียว	ระหว่างกลุ่ม	4.326	5	0.865	1.157	0.330
	ภายในกลุ่ม	309.521	414	0.748		
	รวม	313.848	419			
โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอ วังน้ำเขียว	ระหว่างกลุ่ม	17.547	5	3.509	4.362**	0.001
	ภายในกลุ่ม	333.051	414	0.804		
	รวม	350.598	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .272 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างกัน

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

โอกาสที่จะแนะนำให้นักท่องเที่ยวอื่นรู้จักอำเภอวังน้ำเขียว (F-Prob.) เท่ากับ .330 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีโอกาสที่จะแนะนำให้นักท่องเที่ยวอื่นรู้จักอำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างกัน

การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 67 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	10,001 -	20,001 -	30,001 -	40,001 -	มากกว่า
		เท่ากับ 10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	50,000
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป
		1.73	1.90	1.46	1.90	1.90	2.91
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	1.73		-0.16 (0.306)	0.27 (0.076)	-0.17 (0.477)	-0.17 (0.561)	-1.18** (0.000)
10,001 - 20,000 บาท	1.90			0.44** (0.008)	-0.01 (0.983)	.00 (0.994)	-1.01** (0.000)
20,001 - 30,000 บาท	1.46				-0.44 (0.066)	-0.44 (0.127)	-1.45** (0.000)
30,001 - 40,000 บาท	1.90					0.00 (0.992)	-1.01** (0.001)
40,001 - 50,000 บาท	1.90						-1.01** (0.003)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2.91						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.45

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ .992 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01

ตาราง 68 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางแต่ละครั้ง

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป
		1.73	1.90	1.46	1.90	1.90	2.91
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	1.73		-1521.66** (0.001)	-2201.68** (0.000)	-4964.52** (0.000)	-8014.52** (0.000)	-10390.99** (0.000)
10,001 - 20,000 บาท	1.90			-680.03 (0.147)	-3442.86** (0.000)	-6492.86** (0.000)	-8869.33** (0.000)
20,001 - 30,000 บาท	1.46				-2762.83** (0.000)	-5812.83** (0.000)	-8189.30** (0.000)
30,001 - 40,000 บาท	1.90					-3050.00** (0.002)	-5426.47** (0.000)
40,001 - 50,000 บาท	1.90						-2376.47* -0.013
มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	2.91						

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	ต่ำกว่าหรือ	30,001	40,001 -	มากกว่า	
		เท่ากับ	10,001 -	20,001 -	-	50,000	
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป	
		1.73	1.90	1.46	1.90	1.90	2.91
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	1.73		-.32**	-0.18	-0.41*	-0.83**	-0.45*
			(0.009)	(0.133)	(0.023)	(0.000)	(0.010)
10,001 - 20,000 บาท	1.90			0.14	-0.09	-0.51*	-0.13
				-0.243	(0.623)	(0.021)	-0.474
20,001 - 30,000 บาท	1.46				(0.240)	-0.65**	-0.27
					(0.196)	(0.003)	(0.121)
30,001 - 40,000 บาท	1.90					-0.42	0.38
						(0.104)	(0.131)
40,001 - 50,000 บาท	1.90						-1.01**
							(0.003)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2.91						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .32

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .133 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .023 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .41

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ 40,001 – 50,000 บาท จะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01

ตาราง 70 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า 50,001	รวม	X^2	p
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป			
ท่านมักเดินทางไปเที่ยวกับ									
ไปคนเดียว	5	3	1				9	23.028*	0.011
ไปกับครอบครัว/ญาติ พี่น้อง	58	43	50	17	12	28	208		
ไปกับเพื่อนฝูง	61	52	62	14	8	6	203		
รวม	124	98	113	31	20	34	420		
สาเหตุการเดินทาง เยี่ยมชมแหล่ง ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ									
คำบอกเล่า	17	14	22	8		2	63		
เพื่อศึกษาดูงาน	9	8	7	3	1	1	29		
ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ	7	8	10	5	5	8	43		
ค่าใช้จ่ายไม่แพง	6	5	3	1			15		
ประทับใจจากที่เคย เดินทางมา ท่องเที่ยวแล้ว	12	11	5	7	5	3	43	92.488**	0.000
พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา									
พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า 50,001	รวม	X^2	p
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป			

ความสะดวกในการ									
เดินทาง	5		8				13		
เยี่ยมเพื่อน							3	3	
รวม	124	98	113	31	20	34	420		
<hr/>									
พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง									
รถยนต์ส่วนตัว	81	81	91	31	17	28	329	36.718**	0.001
รถโดยสารประจำทาง	9	1	1				11		
รถไฟ			2				2		
รถเช่า/เหมานำเที่ยว	34	16	19		3	6	78		
รวม	124	98	113	31	20	34	420		
<hr/>									
ที่พักแรม									
รีสอร์ท	46	37	50	16	11	23	183	91.621**	0.000
เกสเฮ้าส์	1	2		3			6		
บ้านพักในอุทยาน	24	19	14	9	7	1	74		
บ้านพักรับรอง	24	14	16	1	1	2	58		
โฮมสเตย์	19	13	6		1	2	41		
บ้านญาติ/เพื่อน		2	5	1		5	13		
เต็นท์	10	11	22	1		1	45		
รวม	124	98	113	31	20	34	420		
<hr/>									
แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว									
หนังสือพิมพ์/									
นิตยสาร/วารสาร	19	16	15		1	1	52	115.959**	0.000
การท่องเที่ยวแห่ง									
ประเทศไทย	27	11	15	4	2	2	61		
วิทยุ/โทรทัศน์	12	1			1	4	18		
คำบอกเล่า	24	21	37	4	15	12	113		
<hr/>									
พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ต่ำกว่า								
	หรือ	10,001	20,001	30,001	40,001	มากกว่า			
	เท่ากับ	-	-	-	-	50,001			
	10,000	20,000	30,000	40,000	50,000	บาทขึ้นไป			
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท				
							รวม	X^2	p
คำแนะนำของบริษัท	1	1	3			2	7		

นำเที่ยว									
เพื่อนร่วมงาน	11	18	18	4		6	57		
ประสบการณ์ที่เคยมา									
ท่องเที่ยว	24	13	11	14		1	63		
อินเทอร์เน็ต	6	17	14	5	1	6	49		
รวม	124	98	113	31	20	34	420		
<hr/>									
ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก									
ตัวตนเอง	37	23	41	9	8	9	127	18.524	0.236
เพื่อน	41	33	40	13	1	10	138		
คนในครอบครัว	46	41	32	9	11	15	154		
อื่นๆ		1					1		
รวม	124	98	113	31	20	34	420		
<hr/>									
ช่วงเวลาท่องเที่ยว									
วันธรรมดา	11	5	3		2	2	23	27.910*	0.022
วันหยุดสุดสัปดาห์	66	60	69	23	11	24	253		
วันลาพักร้อนประจำปี	12	20	21	3	3		59		
วันหยุดตามเทศกาล	35	13	20	5	4	8	85		
รวม	124	98	113	31	20	34	420		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์โดยใช้ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั้นยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สาเหตุการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั้นยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั้นยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ประเภทการที่พักรแรมที่เลือกใช้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั้นยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีประเภทการที่พักรแรมที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั้นยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก ท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .236 ซึ่งมากกว่า .05 นั้นยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พักแตกต่างกัน

ช่วงเวลาท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั้นยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สถานภาพสมรส

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

ค่า F-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งที่อำเภอวังน้ำเขียว

ค่า Chi-square โดยใช้การทดสอบของ Cramer's V (ชูศรี วงศ์รัตน์) ในการทดสอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งข้อมูลที่ศึกษาเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พัก และช่วงเวลาในการเดินทาง

ตาราง 71 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนครั้งในการเดินทางมา	ระหว่างกลุ่ม	16.400	2	8.200	5.505**	0.004

ท่องเที่ยว	ภายในกลุ่ม	621.114	417	1.489		
	รวม	637.514	419			
ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	0.349	2	0.174	0.207	0.813
	ภายในกลุ่ม	350.613	417	0.841		
	รวม	350.962	419			
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	1040060782.277	2	520030391.139	28.838**	0.000
	ภายในกลุ่ม	7519723289.151	417	18032909.566		
	รวม	8559784071.429	419			
โอกาสที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จัก	ระหว่างกลุ่ม	0.658	2	0.329	0.438	0.645
	ภายในกลุ่ม	313.189	417	0.751		
	รวม	313.848	419			
โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว	ระหว่างกลุ่ม	1.712	2	0.856	1.023	0.360
	ภายในกลุ่ม	348.885	417	0.837		
	รวม	350.598	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .813 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

โอกาสที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จักอำเภอวังน้ำเขียว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .645 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีโอกาสที่จะแนะนำให้คนอื่นรู้จักอำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างกัน

โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .360 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว ไม่แตกต่างกัน

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์หน้า ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 72 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวต่อปี

สถานภาพสมรส	\bar{X}	โสด	สมรส	ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
		1.66	2.02	1.33
โสด	1.66		-0.36** (0.003)	0.320 (0.374)
สมรส	2.02			0.069 (0.059)
ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	1.33			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด และ สมรสแล้ว มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .36

นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด และ ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .320 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

นักท่องเที่ยวที่สมรส และ ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .069 ซึ่งมากกว่า .059 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นสมรส จะมีจำนวนครั้งในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

ตาราง 73 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวต่อคนต่อครั้ง

สถานภาพสมรส	\bar{X}	โสด	สมรส	ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่
		4123.26	7278.76	4083.33
โสด	4123.26		-3155.50** (0.000)	39.92 (0.975)
สมรส	7278.76			3195.42* (0.012)
ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	4083.33			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด และ สมรสแล้ว มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3155.50

นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด และ ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .975 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสด จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

นักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว และเป็นม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มากกว่านักท่องเที่ยวเป็นม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3195.42

ตาราง 74 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	โสด	สมรส	ม่าย/ หย่า		X^2	p
			ร้าง/ แยกกันอยู่	รวม		
ท่านมักเดินทางไปเที่ยวกับ						
ไปคนเดียว	8	1		9	55.577**	0.000
ไปกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง	71	133	4	208		
ไปกับเพื่อนฝูง	136	59	8	203		
รวม	215	193	12	420		

สาเหตุการเดินทาง						
เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	108	101	2	211	48.527**	0.000
คำบอกเล่า	37	21	5	63		
เพื่อศึกษาดูงาน	16	13		29		
ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ	14	24	5	43		
ค่าใช้จ่ายไม่แพง	13	2		15		
ประทับใจจากที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว	25	18		43		
ความสะดวกในการเดินทาง	2	11		13		
เชื่อมเพื่อน		3		3		
รวม	215	193	12	420		

พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทาง						
รถยนต์ส่วนตัว	154	164	11	329	18.352**	0.005
รถโดยสารประจำทาง	10	1		11		
รถไฟ		2		2		
รถเช่า/เหมานำเที่ยว	51	26	1	78		
Total	215	193	12	420		

ที่พักแรม						
รีสอร์ท	85	93	5	183	46.259**	0.000
เกสเฮ้าส์	6			6		
บ้านพักในอุทยาน	35	39		74		
บ้านพักรับรอง	38	15	5	58		
โฮมสเตย์	32	9		41		

ตาราง 74 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ม่าย/หย่า				X^2	p
	โสด	สมรส	ร้าง/ แยกกันอยู่	รวม		
บ้านญาติ/เพื่อน	5	7	1	13		
เด็นท์	14	30	1	45		
รวม	215	193	12	420		

แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว						
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	27	24	1	52	26.624*	0.022

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	36	21	4	61		
วิทยุ/โทรทัศน์	10	8		18		
คำบอกเล่า	51	55	7	113		
คำแนะนำของบริษัทนำเที่ยว		7		7		
เพื่อนร่วมงาน	34	23		57		
ประสบการณ์ที่เคยมาท่องเที่ยว	34	29		63		
อินเทอร์เน็ต	23	26		49		
รวม	215	193	12	420		
<hr/>						
ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก						
ตัวตนเอง	67	50	10	127	0.302**	0.000
เพื่อน	88	49	1	138		
คนในครอบครัว	59	94	1	154		
อื่นๆ	1			1		
รวม	215	193	12	420		
<hr/>						
ช่วงเวลาท่องเที่ยว						
วันธรรมดา	15	8		23	5.833	0.442
วันหยุดสุดสัปดาห์	133	114	6	253		
วันลาพักร้อนประจำปี	24	32	3	59		
วันหยุดตามเทศกาล	43	39	3	85		
รวม	215	193	12	420		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์โดยใช้ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีบุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

สาเหตุการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีสาเหตุการเดินทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพาหนะที่ใช้ในการเดินทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผู้ช่วยตัดสินใจเลือกที่พัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ช่วงเวลาท่องเที่ยว มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .442 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีช่วงเวลาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน

เพศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ ค่า t-test และ F-test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 75 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา	เพศ	t-test for Equity of Means				
		\bar{X}	S.D.	df	t	Sig.
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ชาย	3.5789	0.52950	418	-0.531	0.596
	หญิง	3.6062	0.52135			
2. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ชาย	3.5743	0.62198	418	-4.505**	0.000

	หญิง	3.8292	0.53676			
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ ประเพณี	ชาย	3.3262	0.80021	418	-0.870	0.385
	หญิง	3.3948	0.80589			
4. ที่พัก	ชาย	3.4465	0.67010	418	-1.433	0.153
	หญิง	3.5315	0.50969			
5. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	ชาย	3.7513	0.67874	418	-0.844	0.399
	หญิง	3.8090	0.71015			
6. ของฝาก/ ของที่ระลึก	ชาย	3.5865	0.66315	418	-1.626	0.105
	หญิง	3.6996	0.74302			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ที่มีเพศแตกต่างกัน โดยใช้ค่าสถิติทดสอบค่าที (t-test) พบว่า การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับคือ 0.596 ซึ่งมากกว่า .05 ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติไม่แตกต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับคือ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 กล่าวคือนักท่องเที่ยวเพศชายมีระดับการจงใจด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรน้อยกว่าเพศหญิง

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับคือ 0.385 ซึ่งมากกว่า .05 ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างกัน

อายุ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 76 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่ง ท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาว ไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	1.785	4	0.446	1.632	0.165
	ภายในกลุ่ม	113.500	415	0.273		
	รวม	115.285	419			
2. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	1.879	4	0.470	1.357	0.248
	ภายในกลุ่ม	143.657	415	0.346		
	รวม	145.536	419			
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ ประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	8.936	4	2.234	3.548**	0.007
	ภายในกลุ่ม	261.328	415	0.630		
	รวม	270.264	419			
4. ที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	7.249	4	1.812	5.478**	0.000
	ภายในกลุ่ม	137.289	415	0.331		
	รวม	144.539	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีอายุต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .165 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติไม่แตกต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .248 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรไม่แตกต่างกัน

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเลือกที่พัก มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์หน้าไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

ตาราง 77 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณีของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

อายุ	\bar{X}	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป
		3.5674	3.5347	3.2454	3.2289	3.3643
15 - 24 ปี	3.5674		0.2127 (0.057)	0.3220** (0.005)	0.3385** (0.005)	-0.1065 (0.566)
25 - 34 ปี	3.5347			0.1093 (0.302)	0.13 (0.270)	-0.3192 (0.079)
35 - 44 ปี	3.2454				0.0165 (0.887)	-0.4285 (0.019)
45 - 54 ปี	3.2289					-0.4450* (0.018)
ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป	3.6739					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 25 - 34 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .057 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .3220

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .3385

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .566 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปีและ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .302 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปีและ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .270 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปีและ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .079 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .887 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .059 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 – 54 ปี และ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 54 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 54 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .4450

ตาราง 78 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

อายุ	\bar{X}	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป
		3.5169	3.4573	3.5108	3.3614	3.9855
15 - 24 ปี	3.5169		0.0596 (0.462)	0.0061 (0.941)	0.1554 (0.077)	-0.4687** (0.001)
25 - 34 ปี	3.4573			-0.0535	0.0958	-0.5282**

		(0.486)	(0.246)	(0.000)
35 - 44 ปี	3.5108		0.1494	-0.4747**
			(0.076)	(0.000)
45 - 54 ปี	3.3614			-0.6241**
				(0.000)
ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป	3.9855			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 25 - 34 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .462 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .941 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .077 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี และ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 – 24 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .4687

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 35 - 44 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .486 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .246 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี และ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .5282

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 44 ปี และ 45 - 54 ปี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .076 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 – 44 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 – 44 ปี และ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 35 – 44 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีอายุ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .4747

นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 – 54 ปี และ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีอายุ 45 – 54 ปี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกที่พัก น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีอายุ ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .6241

ระดับการศึกษา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 79 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยงชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือก						
แหล่งท่องเที่ยวและที่พักของ นักท่องเที่ยงชาวไทยในอำเภอวังน้ำ เขียว จ. นครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	2.948	4	0.737	2.723*	0.029
	ภายในกลุ่ม	112.337	415	0.271		

	รวม	115.285	419			
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	3.562	4	0.891	2.603*	0.036
	ภายในกลุ่ม	141.974	415	0.342		
	รวม	145.536	419			
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	12.234	4	3.058	4.919**	0.001
	ภายในกลุ่ม	258.031	415	0.622		
	รวม	270.264	419			
ที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	3.056	4	0.764	2.241	0.064
	ภายในกลุ่ม	141.483	415	0.341		
	รวม	144.539	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีการศึกษาต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 80 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		3.8611	3.7063	3.5507	3.5541	3.6094
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.8611		0.1549 (0.233)	.3104** (0.008)	0.3070** (0.004)	0.2517* (0.045)
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.7063			0.1556 (0.128)	0.1521 (0.088)	0.0969 (0.385)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.5507				-0.0034 (0.961)	-0.0587 (0.543)
ปริญญาตรี	3.5541					-0.0553 (0.503)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.6094					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .223 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .3104

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .3070

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .2517

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .128 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .088 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .385 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .961 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .543 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .503 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 81 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.5852	3.4750	3.7622	3.7359	3.8208
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.5852		0.1102 (0.450)	-0.177 (0.179)	-0.1507 (0.206)	-0.2356 (0.095)

มัธยมศึกษาตอนต้น	3.4750	-0.2872*	-0.2609*	-0.3458**
		(0.013)	(0.010)	(0.006)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.7622		-0.0262	-0.0849
			(0.737)	(0.361)
ปริญญาตรี	3.7359			0.0849
				(0.361)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.8208			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .450 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .179 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .206 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นและ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .095 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นจะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .2872

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจ

ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .2609

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .3458

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .737 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .361 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .361 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ตาราง 82 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณีของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

การศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		3.8333	3.5500	3.4932	3.2381	3.3542
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.8333		0.2833 (0.150)	0.3401 (0.056)	0.5952** (0.000)	0.4792* (0.012)

มัธยมศึกษาตอนต้น	3.5500	0.0568	0.0119*	0.1958
		(0.714)	(0.021)	(0.247)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.4932		0.2551*	0.1391
			(0.016)	(0.342)
ปริญญาตรี	3.2381			-0.1161
				(0.354)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.3542			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .150 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .056 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .5952

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .4792

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .714 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจ

ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .0119

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .247 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการงูใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ ปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการงูใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .2551

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .342 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการงูใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .354 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการงูใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 83 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือก						
แหล่งท่องเที่ยวและที่พักของ	แหล่งความ	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำ	แปรปรวน					
เขียว จ. นครราชสีมา						
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	1.532	3	0.511	1.867	0.135
	ภายในกลุ่ม	113.754	416	0.273		
	รวม	115.285	419			
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	2.068	3	0.689	1.999	0.114

	ภายในกลุ่ม	143.468	416	0.345		
	รวม	145.536	419			
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม						
และประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	8.340	3	2.780	4.415**	0.005
	ภายในกลุ่ม	261.924	416	0.630		
	รวม	270.264	419			
ที่พัก						
	ระหว่างกลุ่ม	0.419	3	0.140	0.403	0.751
	ภายในกลุ่ม	144.120	416	0.346		
	รวม	144.539	419			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีการอาชีพต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .135 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .114 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นี้ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 84 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการอาชีพแตกต่างกันกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณีของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
		3.6056	3.1908	3.3673	3.4143

นักเรียน/ นักศึกษา	3.6056	0.4148**	0.2384*	0.1913
		(0.000)	(0.048)	(0.117)
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.1908		-0.1764	-0.2234*
			(0.084)	(0.032)
พนักงานเอกชน	3.3673			-0.0470
				(0.662)
ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	3.4143			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .4148

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ พนักงานเอกชน มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .048 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชนโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .2384

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา และ ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .117 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ เป็นพนักงานเอกชนมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .084 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน

นักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .032 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชนโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .2234

นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชนและ ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .662 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ทำธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ

รายได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 85 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	4.3734	5	0.875	3.265**	0.007
	ภายในกลุ่ม	110.9117	414	0.268		
	รวม	115.2851	419			
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	4.2899	5	0.858	2.515*	0.029
	ภายในกลุ่ม	141.2464	414	0.341		
	รวม	145.5363	419			

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	11.4378	5	2.288	3.659**	0.003
	ภายในกลุ่ม	258.8265	414	0.625		
	รวม	270.2643	419			
ที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	4.6810	5	0.936	2.771*	0.018
	ภายในกลุ่ม	139.8576	414	0.338		
	รวม	144.5386	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีการรายได้ต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์หน้าไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ดังนี้

ตาราง 86 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการรายได้แตกต่างกันกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า				มากกว่า	
		หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท		40,001 - 50,000 บาทขึ้นไป
		3.6774	3.4923	3.5221	3.5806	3.6000	3.8309
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.6674		.1851* (0.008)	.1553* (0.022)	0.0968 (0.352)	0.0774 (0.535)	-0.1535 (0.126)
10,001 - 20,000 บาท	3.49			-0.0298	-0.0883	-0.1077	-0.3385**

		(0.677)	(0.408)	(0.397)	(0.001)
20,001 - 30,000 บาท	3.5221		-0.0585	-0.0779	-3.088**
			(0.577)	(0.535)	(0.002)
30,001 - 40,000 บาท	3.58			-0.0194	-0.2502
				(0.896)	(0.052)
40,001 - 50,000 บาท	3.60				-0.2309
					(0.114)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	3.8309				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .1851

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .1553

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .352 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 40,001 - 50,000 บาทมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .535 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .126 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ				มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
		10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท		
		3.6758	3.7245	3.6159	3.8710	3.9800	3.8706
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.6758	-0.0487 (0.538)	0.0599 (0.431)	-0.1952 (0.097)	-0.3042* (0.031)		-0.1948 (0.086)
10,001 - 20,000 บาท	3.7245		0.1086 (0.179)	-0.1465 (0.224)	-0.2555 (0.075)		-0.1461 (0.210)
20,001 - 30,000 บาท	3.6159			-0.2550* (0.032)	-0.3641* (0.011)		-0.2547* (0.026)
30,001 - 40,000 บาท	3.8710				-0.1090 (0.516)		0.0004 (0.998)
40,001 - 50,000 บาท	3.9800						0.1094 (0.507)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	3.8706						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .538 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .431 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .097 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .031 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .3042

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท และ รายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .507 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทจะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ตาราง 88 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีการรายได้แตกต่างกันกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณีของนักท่องเที่ยงชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า					มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
		หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	
		3.5605	3.3673	3.1372	3.4194	3.2000	3.4412
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.5605		0.1931 (0.071)	0.4233** (0.000)	0.1411 (0.375)	0.3605 (0.059)	0.1193 (0.436)
10,001 - 20,000 บาท	3.3673			0.2302* (0.036)	-0.0502 (0.750)	0.1673 (0.389)	-0.0738 (0.639)
20,001 - 30,000 บาท	3.1372				0.282 (0.079)	0.063 (0.743)	0.304 (0.050)
30,001 - 40,000 บาท	3.4194					0.2194 (0.334)	-0.0218 (0.912)
		3.5605	3.3673	3.1372	3.4194	3.2000	3.4412
40,001 - 50,000 บาท	3.2000						-0.2412 (0.280)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	3.4412						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทและ รายได้ 30,001 - 40,000 บาทมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .079 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทและ รายได้ 40,001 - 50,000 บาทมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .743 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทและ รายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .050 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาทและ รายได้ 40,001 - 50,000 บาทมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .334 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาทและ รายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .912 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทและ รายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .912 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยงทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ตาราง 89 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยงชาวไทยที่มีการรายได้แตกต่างกันกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยงชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า					
		หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
		3.5134	3.4626	3.4027	3.4785	3.5083	3.8186
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.5134		0.0509 (0.518)	0.1108 (0.144)	0.0349 (0.765)	0.0051 (0.971)	-0.3052** (0.007)
10,001 - 20,000 บาท	3.4626			0.0599	-0.0159	-0.0457	-0.3560**

		(0.455)	(0.894)	(0.749)	(0.002)
20,001 - 30,000 บาท	3.4027		-0.0758	-0.1057	-0.4160**
			(0.520)	(0.454)	(0.000)
30,001 - 40,000 บาท	3.4785			-0.0298	-0.3401*
				(0.858)	(0.019)
40,001 - 50,000 บาท	3.5083				-0.3103
					(0.059)
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	3.8186				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001 - 20,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .518 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .144 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 30,001 - 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .756 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .971 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ รายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .3052

นักท่องเที่ยวที่มี 10,001 - 20,000 บาท และ 20,001 - 30,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .455 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มี 10,001 - 20,000 บาท และ 30,001 - 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .894 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มี 10,001 - 20,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .749 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท และ รายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .3560

นักท่องเที่ยงที่มี 20,001 - 30,000 บาท และ 30,001 - 40,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .520 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มี 20,001 - 30,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .454 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท และ รายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาทจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .4160

นักท่องเที่ยงที่มี 30,001 - 40,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .858 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท และ รายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .019 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาทจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก น้อยกว่านักท่องเที่ยงที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .3401

นักท่องเที่ยงที่มี 40,001 - 50,000 บาทและ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .059 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยงที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาทจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พัก ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยงที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

สถานภาพสมรส

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 90 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	0.050	2	0.025	0.090	0.914
	ภายในกลุ่ม	115.236	417	0.276		
	รวม	115.285	419			
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	ระหว่างกลุ่ม	0.309	2	0.155	0.444	0.642
	ภายในกลุ่ม	145.227	417	0.348		
	รวม	145.536	419			
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	0.882	2	0.441	0.683	0.506
	ภายในกลุ่ม	269.382	417	0.646		
	รวม	270.264	419			
ที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	0.125	2	0.063	0.181	0.834
	ภายในกลุ่ม	144.413	417	0.346		
	รวม	144.539	419			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ 0.914 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่ต่างกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ 0.642 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ 0.506 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีค่าความน่าจะเป็น (F-Prob.) เท่ากับ 0.834 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พักไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

H_1 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ คำนัยสำคัญ (2-tailed) น้อยกว่า .01 หรือ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 92 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก	พฤติกรรมการท่องเที่ยว		ระดับความสัมพันธ์
	จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว		
	r	Sig. (2-tailed)	
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	-0.078	0.11	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	-0.088	0.072	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	0.05	0.303	ไม่มีความสัมพันธ์
ที่พัก	0.092	0.059	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก และ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .011 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .072 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี และที่พัก มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .303 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .059 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตาราง 92 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก และ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่ง ท่องเที่ยวและที่พัก	พฤติกรรมการท่องเที่ยว		ระดับความสัมพันธ์
	ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว		
	r	Sig. (2-tailed)	
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	0.076	0.120	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	-0.088	0.071	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ ประเพณี	0.083	0.090	ไม่มีความสัมพันธ์
ที่พัก	-0.062	0.208	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .120 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .071 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .090 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .208 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตาราง 93 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก และ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก	พฤติกรรมการท่องเที่ยว		ระดับความสัมพันธ์
	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยว		
	r	Sig. (2-tailed)	
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	-0.021	0.663	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	0.058	0.236	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ ประเพณี	-0.092	0.060	ไม่มีความสัมพันธ์
ที่พัก	.129**	0.008	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

****มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01**

จากตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .663 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .236 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .060 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก กับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .129 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พักมาก ก็จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากเช่นเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อ. วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

H_0 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อ. วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

H_1 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อ. วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่านัยสำคัญ (2-tailed) น้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 94 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักและ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก	พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว		ระดับความสัมพันธ์
	จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว		
	r	Sig. (2-tailed)	
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	.220**	0.000	มีความสัมพันธ์น้อย
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	-.193**	0.000	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี	-0.088	0.072	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
การเลือกที่พัก			
ประเภทรีสอร์ท	0.023	0.636	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทเกสเฮ้าส์	0.017	0.722	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทบ้านพักอุทยาน	.104*	0.034	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทโฮมสเตย์	-.146*	0.003	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทบ้านญาติ/เพื่อน	-0.032	0.509	ไม่มีความสัมพันธ์เลย

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักและ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว พบว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .220 นั่นคือมีความสัมพันธ์น้อย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมาก ก็จะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวมากเช่นกันแต่มีจำนวนน้อย

พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร

กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ $-.193$ นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรมาก จะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่น้อย

พฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ $.072$ ซึ่งมากกว่า $.05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว

พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ $.636$ ซึ่งมากกว่า $.05$ นั่นคือ สมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมเลือกที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว

พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ $.722$ ซึ่งมากกว่า $.05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมเลือกที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว

พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ $.034$ ซึ่งน้อยกว่า $.05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ $.104$ นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยานมาก ก็จะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวมากเช่นกันแต่มีจำนวนน้อย

พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ $.003$ ซึ่งน้อยกว่า $.01$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ $-.146$ นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์มาก จะมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่น้อย

พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/เพื่อน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ $.509$ ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า $.05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมเลือกที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยว

ตาราง 95 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักและ พฤติกรรมท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

พฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก	พฤติกรรมท่องเที่ยว		ระดับความสัมพันธ์
	ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว		
	r	Sig. (2-tailed)	
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	0.001	0.986	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	-0.033	0.497	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	-0.010	0.387	ไม่มีความสัมพันธ์
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว			

ประเภทรีสอร์ท	0.029	0.560	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทเกสเฮ้าส์	0.011	0.830	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทบ้านพักอุทยาน	-0.072	0.144	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทโฮมสเตย์	-.110*	0.024	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน	.138**	0.005	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักและ พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและ พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .986 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .497 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .387 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

พฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .560 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกรเลือกที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .830 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกรเลือกที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .144 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกรเลือกที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ กับระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.110 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์มาก ก็จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อย

พฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมกรเลือกที่พักประเภท บ้านญาติ/ เพื่อน กับระยะเวลา

ที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .138 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักประเภท บ้านญาติ/ เพื่อนมาก ก็จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากเช่นกัน แต่มีจำนวนน้อย

ตาราง 96 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักและ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก	พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว		ระดับความสัมพันธ์
	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้แต่ละครั้ง		
	r	Sig. (2-tailed)	
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	.142**	0.004	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	-0.053	0.282	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	-.124*	0.011	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
การเลือกที่พัก			
ประเภทรีสอร์ท	.240**	0.000	มีความสัมพันธ์น้อย
ประเภทเกสเฮ้าส์	-.156**	0.001	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทบ้านพักอุทยาน	-0.083	0.089	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทโฮมสเตย์	-.151**	0.002	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน	0.019	0.692	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักและ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ในอำเภอดำเนินสะดวก จ. นครราชสีมา สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอดำเนินสะดวก จ. นครราชสีมา ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง พบว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีนัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .282 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีนัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .142 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมาก ก็จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากเช่นกัน แต่มีจำนวนน้อย

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีนัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .282 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีนัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี กับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.124 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณีมาก ก็จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อย

พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีนัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .089 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีนัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท กับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .240 นั่นคือมีความสัมพันธ์กันน้อย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทมาก ก็จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากเช่นกัน แต่มีจำนวนน้อย

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทเกสเฮ้าส์ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่פקประเภทเกสเฮ้าส์ และ โฮมสเตย์ กับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.110 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีจำนวนพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทเกสเฮ้าส์ และ โฮมสเตย์มาก ก็จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อย

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ กับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.151 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวเลือกที่פקประเภทเกสเฮ้าส์ และ โฮมสเตย์ น้อย จะมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมาก กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์มาก ก็จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อย

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .692 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่פקประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

H_0 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

H_1 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่านัยสำคัญ (2-tailed) น้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 97 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและ พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่ง	
	ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig. (2-tailed)
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว		

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	-0.011	0.815	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	-.100*	0.040	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	0.091	0.063	ไม่มีความสัมพันธ์
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว			
ประเพณีสอร์ท	0.024	0.628	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทเกษตรเข้าสู่	0.067	0.168	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทบ้านพักอุทยาน	-0.004	0.939	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทโฮมสเตย์	-0.017	0.726	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน	-0.043	0.375	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและ พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา พบว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .815 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .040 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.100 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรมาก ก็จะมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้อย

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .063 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักวัฒนธรรม

พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .628 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

พฤติกรรมกาเลือกที่พักระเภทเกสเฮ้าส์ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .168 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกาเลือกที่พักระเภทเกสเฮ้าส์ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลัดกันท์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

พฤติกรรมกาเลือกที่พักระเภทบ้านพักอุทยาน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .939 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกาเลือกที่พักระเภทบ้านพักอุทยาน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลัดกันท์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

พฤติกรรมกาเลือกที่พักระเภทโฮมสเตย์ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .726 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกาเลือกที่พักระเภทโฮมสเตย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลัดกันท์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

พฤติกรรมกาเลือกที่พักระเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .375 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมกาเลือกที่พักระเภทบ้านญาติ/ เพื่อน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลัดกันท์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ตาราง 98 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลัดกันท์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร และ พฤติกรรมกาเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

พฤติกรรมกาเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก	ปัจจัยด้านผลัดกันท์ของแหล่ง		ระดับความสัมพันธ์
	ท่องเที่ยวทางการเกษตร		
	r	Sig. (2-tailed)	
กาเลือกแหล่งท่องเที่ยว			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	-.145**	0.003	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	.227**	0.000	มีความสัมพันธ์น้อย
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	-.096*	0.048	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
กาเลือกที่พัก			
ประเภทรีสอร์ท	.192**	0.000	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทเกสเฮ้าส์	-.107*	0.029	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทบ้านพักอุทยาน	-.179**	0.000	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทโฮมสเตย์	0.022	0.653	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน	0.026	0.592	ไม่มีความสัมพันธ์

การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ $-.107$ นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเลือกที่พักประเภทเกษตรเข้าสู่มาก ก็จะมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรน้อย

พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ $.000$ ซึ่งน้อยกว่า $.01$ นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.01$ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ $-.179$ นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยานมาก ก็จะมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรน้อย

พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ $.653$ ซึ่งมากกว่า $.05$ นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร

พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ $.592$ ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า $.05$ นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร

ตาราง 99 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี และ พฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

พฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี		ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig. (2-tailed)	
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	-0.073	0.136	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	-0.065	0.183	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	.168*	0.001	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว			
ประเภทรีสอร์ท	.100*	0.040	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทเกษตรเข้าสู่	.141*	0.004	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทบ้านพักอุทยาน	-0.090	0.065	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทโฮมสเตย์	-0.017	0.730	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน	-0.053	0.279	ไม่มีความสัมพันธ์

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .730 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่פקประเภทโฮมสเตย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่פקประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่านัยสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .279 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่פקไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี

ตาราง 100 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่פק และ พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่פק ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่פק	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของที่פק		ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig. (2-tailed)	
การเลือกแหล่งท่องเที่ยว			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	0.056	0.251	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	-.106*	0.030	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี	0.038	0.438	ไม่มีความสัมพันธ์
การเลือกที่פק			
ประเภทรีสอร์ท	.145**	0.003	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทเกสเฮ้าส์	0.013	0.789	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทบ้านพักอุทยาน	-.143**	0.003	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย
ประเภทโฮมสเตย์	-0.087	0.077	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน	0.076	0.119	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมาสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา พบว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .251 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์ กับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีค่าสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .030 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.106 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรมาก จะมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พักน้อย

พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี มีค่าสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .438 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่มีความสัมพันธ์ กับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก

พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์มีค่าสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .789 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก

พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ มีค่าสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .077 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก

พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน มีค่าสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .119 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/เพื่อน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก

พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มีค่าสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .145 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท ก็จะมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พักมากเช่นกัน

พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน มีค่าสำคัญ (2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -.143 นั่นคือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ

ค่านักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยานมาก จะมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก
น้อย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา โดยเปรียบเทียบจากเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อนำผลจากการวิจัยครั้งนี้ใช้เป็นข้อมูลทางด้านต่างๆ ให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจสูงสุดและเพื่อเป็นสารสนเทศสำหรับผู้สนใจในการทำธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน สามารถนำผลการวิจัยนี้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางการตลาดมาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อันจะก่อให้เกิดการได้เปรียบเชิงแข่งขัน และส่งผลต่อความมั่นคงและความสำเร็จของธุรกิจการท่องเที่ยวต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวและที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจ เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดรูปแบบที่พัก ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดให้มากที่สุด

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว และที่พักประเภทรีสอร์ตให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
2. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดให้มากที่สุด
3. เพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในการศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างรีสอร์ตธรรมชาติเชิงเกษตรกรรมที่อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่จะทราบถึงความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อ. วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้การกำหนดตัวอย่างโดยการสุ่มสุทธขนาดตัวอย่างจากสัดส่วนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 74) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง และได้เพื่อการสูญเสียอีก 35 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 420 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามสถานที่ที่สำคัญในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทับลาน เขาแผงม้า ศูนย์ท่องเที่ยวเขาภูหลวง สำนักงานกลุ่มเกษตรกรรม และหัตถกรรม ที่พักแรมในเขตอำเภอวังน้ำเขียวได้แก่ วิลเลจฟาร์ม & ไวน์เนอร์ และต้นน้ำโฮมสเตย์ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนและดูงานเป็นประจำ

2. การสุ่มตัวอย่างจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) ในสัดส่วนที่เท่ากันในแต่ละสถานที่
3. ทำการแจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา
- ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา
- ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆ ที่ได้ระบุไว้แล้วในตอนต้น แล้วรอรับคืนด้วยตนเอง

การจัดการกระทำ และการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
3. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรม SPSS For Window Version 11 ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่า t-test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2

กลุ่ม และ ใช้การทดสอบค่า F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่า t-test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบค่า F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และใช้ค่า Chi-Square ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด

สมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน ใช้การทดสอบค่า t-test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม และ ใช้การทดสอบค่า F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: Analysis of Variance) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด

สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อ. วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการวิจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย มีอายุ 25 - 34 ปี รองลงมาคือ อายุ 35 - 44 ปี และ อายุ 15 - 24 ปี ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ รองลงมาคือ พนักงานเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ตามลำดับ มีระดับรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รองลงมาคือ 20,001 - 30,000 บาท และ 10,001 - 20,000 บาท ตามลำดับ และมีสถานภาพการสมรสเป็นโสด มากกว่าสมรส

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยว 1 - 2 ครั้ง/ปี รองลงมาคือ 3 - 4 ครั้ง/ปี และ 5 - 6 ครั้ง/ปี ตามลำดับ ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวแต่ละครั้งเฉลี่ย 1 - 3 วัน รองลงมาคือ 4 - 6 วัน และจำนวน 7 - 9 ครั้ง ตามลำดับ ใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท ตามลำดับ ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง รองลงมาคือ ไปกับเพื่อน และไปคนเดียว ตามลำดับ โดยมีมูลเหตุเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมาคือ เนื่องจากคำบอกเล่า และ เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ตามลำดับ เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือ รถเช่า/เหมานำเที่ยว และ รถโดยสารประจำทาง ตามลำดับ ใช้บริการที่พักแรมที่รีสอร์ท รองลงมาคือ บ้านพัก อุทยาน และ บ้านพัก ตามลำดับ นักท่องเที่ยวรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวส่วนใหญ่จากคำบอกเล่า รองลงมาคือ จากประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว และ จากหนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/ วารสาร ตามลำดับ บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พักส่วนใหญ่คือคนในครอบครัว รองลงมาคือ เพื่อน และตัดสินใจด้วยตัวเอง ตามลำดับ จะเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ รองลงมาคือ วันหยุดตามเทศกาล และ วันลาพักร้อนประจำปี ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจะแนะนำญาติพี่น้องหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวนั่นเอง รองลงมาคือ จะแนะนำ และ ไม่แน่ใจ ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจะกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวนั้นอีกแน่นอน รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ และจะกลับมาอีก ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมาก ในภาพรวม โดยมีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติทับลาน เขาแผงม้า ศูนย์ท่องเที่ยวป่าเขาภูหลวง และชีวมณฑลสะแกราช ในระดับมาก

แหล่งท่องเที่ยวทางเกษตรกรรม พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรมาก ในภาพรวม โดยมีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มไม้ดอก/ไม้ประดับ และไร่่องุ่น กลุ่มผลไม้ปลอดสารพิษ กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ และฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ในระดับมาก

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณีมาก ในภาพรวม โดยระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวงานบุญมาศบานในม่านหมอก ในระดับมาก และมีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในงานสงกรานต์ และวันผู้สูงอายุ ในระดับปานกลาง

ที่พัก พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งที่พักมาก ในภาพรวม โดยระดับการสนใจในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท บ้านพักอุทยาน และโฮมสเตย์ ในระดับมาก มีระดับการสนใจในการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ และ บ้านญาติ/ เพื่อน ในระดับปานกลาง

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์มาก ในภาพรวม โดยมีระดับการสนใจในการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ประเภทศึกษาธรรมชาติ และชีวิตสัตว์ป่า แคมป์ปิ้ง เดินป่า และดูนก ในระดับมาก

ของฝาก/ ของที่ระลึก พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการสนใจในการเลือกของฝาก/ ของที่ระลึกมาก ในภาพรวม โดยมีระดับการสนใจในการเลือกของฝาก/ ของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์แปรรูปของผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ตามฤดูกาล และผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม ในระดับมาก

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี ตามลำดับ โดยมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท มากที่สุด รองลงมาคือบ้านพักอุทยาน โฮมสเตย์ บ้านญาติ/ เพื่อน และโฮมสเตย์ ตามลำดับ

5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท บ้านพักอุทยานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี และที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ บ้านพักอุทยานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และโฮมสเตย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม และประเพณี และที่พักประเภทรีสอร์ท เกสเฮ้าส์ บ้านพักอุทยาน และ โฮมสเตย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม และประเพณี และที่พักประเภทรีสอร์ท เกสเฮ้าส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และบ้านพักอุทยานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทาง การเกษตร ทางวัฒนธรรมและประเพณี และที่พักประเภทรีสอร์ท เกสเฮ้าส์ และโฮมสเตย์ แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ บ้านพักอุทยาน แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ เกสเฮ้าส์ แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler P. (2000) ที่กล่าวว่า ปัจจัยเฉพาะบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แยกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 บุคคลที่มักเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย เหตุที่ทำให้เดินทางไปท่องเที่ยว และที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เหตุที่ทำให้เดินทางไปท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว และช่วงเวลาท่องเที่ยว แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว และช่วงเวลาท่องเที่ยว แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว และช่วงเวลาท่องเที่ยว แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง การกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทการที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ และแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย และช่วงเวลาท่องเที่ยว แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย บุคคลที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย สาเหตุการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และประเภทที่พักแรมที่เลือกใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีแหล่งที่ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี และการเลือกที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร และที่พัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
6. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสอดคล้องกับทฤษฎีของฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2531) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางวัฒนธรรม และฐานะ ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการซื้อ เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อ. วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทาง การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์กับการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน และ โฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท เกสเฮ้าส์ และโฮมสเตย์ การเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสอดคล้องกับทฤษฎีของ วิชัย เทียนน้อย (2528) ที่กล่าวว่า ฐานะทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางไปในสถานที่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท และ บ้านพักอุทยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี การเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม และประเพณี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี และการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท และเกสเฮ้าส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท และบ้านพักอุทยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันจะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงจะเลือกพักที่รีสอร์ทมากกว่าเพศชายที่ส่วนใหญ่จะเลือกพักที่บ้านพักอุทยาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเพศหญิงส่วนใหญ่จะให้ความสนใจในเรื่องความสะดวกสบาย และการบริการมากกว่า และยังไปกว่านั้นความรู้สึกปลอดภัยยังคงเป็นสิ่งพิเศษที่หญิงคำนึงถึงและให้ความสำคัญมากกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย มีการศึกษาน้อย เป็นนักเรียน/นักศึกษา หรือมีอาชีพรับจ้างที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก มักจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี หรือทางการเกษตรมากกว่าจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวทางธรรมชาติจะเป็นในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่มีค่าใช้จ่ายสูงในเรื่องของอุปกรณ์ และนอกจากนั้นยังต้องอาศัยทักษะและความพร้อมมากกว่าการท่องเที่ยวทั่วไป ส่วนเกษตรกร และผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือเป็นเจ้าของกิจการจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรเพื่อถือโอกาสศึกษาดูงานเพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจของตัวเองต่อไป โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Maser and Weiemair (1998) ที่พบว่าการตระหนักรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่นักท่องเที่ยวหาได้ และสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์

ส่วนในเรื่องที่พัก ผู้ที่อายุน้อย และมีรายได้ต่ำมักจะเลือกพักในที่พักที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากเช่น บ้านพักอุทยาน โฮมสเตย์ เกสเฮ้าส์ หรือบ้านญาติ/เพื่อนมากกว่า เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนผู้ที่มีรายได้มากก็จะนิยมพักตามรีสอร์ท ที่ถึงจะมีค่าใช้จ่ายสูงแต่ก็ถือว่าคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบรรยากาศ การบริการ และความสะดวกสบายที่ได้รับ

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักแตกต่างกันโดยคนที่ เป็นโสด มักจะเลือกพักที่เกสเฮ้าส์ โฮมสเตย์ มากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว อาจเพราะต้องการความคล่องตัว และเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ผู้ที่เป็นแม่/หย่าร้าง/แยกกันอยู่จะเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์มากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว อาจเป็นเพราะเรื่องของงบประมาณค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า และต้องการหาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่

2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน โดยเพศชายจะเดินทางไปเที่ยวบ่อยครั้งมากกว่าเพศหญิง เพศหญิงส่วนใหญ่จะเดินทางไปเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมชม

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยส่วนใหญ่จะไปกับเพื่อนฝูง และเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท เพราะจะรู้สึกปลอดภัย และมีความสะดวกสบายมากกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอายุน้อย เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ไม่สูงมากนักโดยเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จะเดินทางมาเที่ยวไม่บ่อยครั้งนัก มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ และรายได้มากกว่า รวมถึงมีแนวโน้มในการแนะนำการท่องเที่ยว และการกลับมาท่องเที่ยวบ่อยกว่าด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน/นักศึกษา ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง หรือไม่สูงมากนัก จึงมีงบประมาณจำกัดสำหรับการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และอาจต้องขึ้นกับความเห็นชอบของผู้ปกครองเป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยนานกว่า อาจเป็นเพราะยังเป็นนักเรียน/นักศึกษา สามารถใช้เวลาในช่วงปิดเทอม เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน แต่ผู้ใหญ่หรือผู้ที่ทำงานแล้วจะใช้เวลาส่วนใหญ่ในช่วงวันหยุดสัปดาห์ หรือช่วงพักร้อนประจำปี ซึ่งมีระยะเวลาที่สั้นกว่าในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วจะมีจำนวนครั้ง และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นโสด และที่เป็นแม่/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสภาพสิ่งแวดล้อม และบรรยากาศที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว ที่พักที่สะดวกสบาย มีกิจกรรมที่หลากหลาย และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ซึ่งคู่สมรส หรือครอบครัวสามารถใช้เวลาอยู่ด้วยกันเพื่อเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศ และทำกิจกรรมร่วมกันโดยไม่ต้องเสียเวลา และเหน็ดเหนื่อยมากสำหรับการเดินทาง จึงนิยมเดินทางมาเพื่อพักผ่อน และค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายแปรตามจำนวนสมาชิกของครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2531) ที่กล่าวว่า เงิน หรือค่าใช้จ่าย เวลา และความตั้งใจที่จะไปเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นผลที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยว

โดยสรุปพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มักจะเดินทางไปเที่ยวกับเพื่อนฝูง เพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากคำบอกเล่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของसानนท์ สุขศรี (2532) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากได้รับข่าวสารข้อมูลการบอกเล่า ผู้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกที่พักส่วนใหญ่คือเพื่อน และมักจะเดินทางไปเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

3. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส ที่ต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายจะมีระดับการสนใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรน้อยกว่าเพศหญิง อาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรส่วนใหญ่เป็นสวนไม้ดอกไม้ประดับ ส่วนเพศชายมักจะสนใจเรื่องการท่องเที่ยวในธรรมชาติหรือที่มีการผจญภัยมากกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากกว่า อาจเป็นเพราะต้องร่วมทำกิจกรรมกับโรงเรียน หรือชุมชน และเห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่แพง เช่น งานเบญจมาศบานในม่านหมอก และจะให้ความสำคัญในการเลือกที่พักน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมาก ที่มีอาชีพและรายได้

มากกว่า อาจเป็นเพราะไม่ค่อยพิถีพิถันในเรื่องที่ปัก มักเลือกแบบง่าย ๆ ที่มีความคล่องตัว และให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายมากกว่ารูปแบบที่ปัก

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงๆ จะให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรมน้อยกว่า ทางการศึกษา อาจเป็นเพราะเห็นว่าการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร สามารถนำเอาความรู้ที่ได้มาปรับใช้กับธุรกิจของตนในปัจจุบันหรือในอนาคต เช่นการทำสวนไม้ดอก ไม้ประดับ การทำรีสอร์ทเชิงเกษตรกรรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจมากกว่าการมุ่งให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวตามอุทยานแห่งชาติ หรือเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษาจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณีมากกว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพอื่นๆ อาจเป็นเพราะต้องร่วมกิจกรรมของโรงเรียน หรือชุมชน ส่วนนักท่องเที่ยวที่รับราชการ/ หรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจจะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ อาจเป็นเพราะเป็นไม่เห็นว่าจะมีผลกระทบต่อรายได้ของตน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยจะให้ความสำคัญกับปัจจัยการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม และประเพณีมากกว่าทางการเกษตร อาจเป็นเพราะมีค่าใช้จ่ายไม่สูง และมีจุดประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และความเพลิดเพลิน มากกว่านำมาปรับใช้กับธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกที่ปักน้อยกว่า อาจเป็นเพราะมีตัวแปรในด้านค่าใช้จ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

จากการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว เพราะเป็นทางผ่านไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ เป็นต้น หรือเพราะสามารถใช้เป็นจุดแวะพักระหว่างทาง และอาจเป็นเพราะระยะทางที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มาก จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางคนไม่ถือเป็นการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ จึงไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวทางด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่ปัก กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่ปักมากก็จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากขึ้น แต่มีความสัมพันธ์กันน้อยมาก หรือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย อาจเป็นเพราะมาตรฐานที่พักที่อำเภอวังน้ำเขียวโดยเฉลี่ยส่วนใหญ่จะไม่ต่างกันมาก และเนื่องจากระยะทางที่ใกล้กรุงเทพฯ มาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงสามารถเดินทางไปกลับได้ภายในวันเดียว จึงไม่ค่อยให้ความสนใจในเรื่องปัจจัยด้านที่ปักมากเท่าไรนัก

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อ. วังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

จากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวทางด้านจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี การเลือกที่ปักประเภทรีสอร์ท เกสเฮ้าส์ และบ้าน

ญาติ/ เพื่อน แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางการเกษตร และการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน และโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ที่ชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มักจะพักที่บ้านพักอุทยาน ส่วนผู้ที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ก็มักจะเลือกใช้บริการที่พักในลักษณะแบบโฮมสเตย์ เพื่อจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิต และศึกษาถึงรูปแบบการจัดการเพื่อใช้ทรัพยากรทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด

พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางการเกษตร และทางวัฒนธรรม และประเพณี และ พฤติกรรมเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท เกสเฮ้าส์ และบ้านพักอุทยาน แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ และบ้านญาติ/ เพื่อน กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมาก ก็จะเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์น้อย แต่จะมีการเลือกที่พักประเภทบ้านญาติ/ เพื่อนมาก โดยมีความสัมพันธ์ในระดับน้อยมาก หรือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย ทั้งนี้อาจเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย ดังนั้นหากใช้ระยะเวลาการท่องเที่ยวมาก ก็จะเลือกที่พักที่มีค่าใช้จ่ายน้อย เพื่อช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร การเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน และบ้านญาติ/ เพื่อน แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี การเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท เกสเฮ้าส์ และโฮมสเตย์ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี การเลือกเกสเฮ้าส์ และโฮมสเตย์ มาก ก็จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อย อาจเป็นเพราะวัฒนธรรม และวิถีชีวิตเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในชีวิตประจำวัน ไม่ต้องมีอุปกรณ์จึงไม่มีต้นทุนมากเกินไป และหากมีคนสนใจมาก ก็จะทำให้ชาวบ้านเกิดความภาคภูมิใจและยินดีที่จะนำเสนอ โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่าย จึงมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มาก แต่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และรีสอร์ทมาก ก็จะมีค่าใช้จ่ายมาก เพราะการท่องเที่ยวในทางธรรมชาติโดยส่วนใหญ่เป็นในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งค่าอุปกรณ์ที่ใช้ส่วนใหญ่จะมีราคาแพง

6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า

6.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และ ทางวัฒนธรรม และประเพณี และการเลือกที่พัก แต่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งทางธรรมชาติมาก ก็จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรน้อย อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาที่อำเภอวังน้ำเขียวส่วนใหญ่จะมีจุดประสงค์เพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร และทางธรรมชาติ หากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอย่างหนึ่งมากกว่ากันก็จะให้ความสำคัญในปัจจัยในแหล่งท่องเที่ยวด้านนั้นๆ เป็นพิเศษ

6.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ และบ้านญาติ/ เพื่อน แต่มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม และประเพณี และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรมากก็จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรมาก แต่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมและ ประเพณีน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่สนใจและให้ความสำคัญในเรื่องพรรณไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับต่างๆ ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์ศึกษาวิจัยหรือเพื่อดูงานเพื่อนำไปปรับใช้ในธุรกิจของตน ก็จะเลือกมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่า ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และประเพณี น่าจะเป็นผลพลอยได้จากการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า

นอกจากนั้นยังมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท อาจเป็นเพราะรีสอร์ท ในอำเภอวังน้ำเขียวส่วนใหญ่เป็นรีสอร์ทผสมผสาน หรือรีสอร์ทเชิงเกษตร เช่น วิลเลจฟาร์ม & ไวน์เนอร์รีสอร์ท ซึ่งเป็นไร่องุ่น ที่เปิดเป็นรีสอร์ทเป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องการเกษตรที่เข้าพักที่นี่ นอกจากจะได้ดื่มด่ำกับบรรยากาศสวยๆ ของรีสอร์ท แล้วยังได้ความรู้จากการเยี่ยมชมไร่องุ่น และโรงงานผลิตไวน์ด้วย เช่นเดียวกันกับเกสเฮ้าส์ โดยเกสเฮ้าส์ในอำเภอวังน้ำเขียวส่วนใหญ่จะมีลักษณะคล้ายกับรีสอร์ท แต่ด้อยกว่าในเรื่องของการบริการเท่านั้น และบ้านพักอุทยาน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องการเกษตรเลือกพักอาจเป็นเพราะหลังจากมาเที่ยวดูงานทางการเกษตรแล้วได้เข้าไปเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ ซึ่งอยู่ในบริเวณของอำเภอวังน้ำเขียว และพักที่บ้านพักเนื่องจากต้องการประหยัด และใกล้ชิดธรรมชาติ แต่มีสัดส่วนน้อย และเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามเพราะส่วนใหญ่จะใช้บริการที่พักที่สามารถให้ความรู้ทางการเกษตรได้มากกว่า และส่วนใหญ่ก็จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับ ลักษณะความสัมพันธ์จึงน้อย หรือแทบจะไม่มีเลย

6.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางการเกษตร และการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน โฮมสเตย์ และบ้านญาติ/ เพื่อน แต่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี และพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท และเกสเฮ้าส์ โดยมีความสัมพันธ์ในระดับน้อยมาก หรือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย กล่าวคือ ถ้านักให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณีมาก ก็จะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี และเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท และเกสเฮ้าส์ มากเช่นกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรีสอร์ท และเกสเฮ้าส์ส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณ หรือไม่ไกลจากชุมชนมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถใกล้ชิดและเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านได้มากกว่า

6.4 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกที่พัก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม และประเพณี และพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทเกสเฮ้าส์ โฮมสเตย์ และบ้านญาติ/ เพื่อน แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าที่พักส่วนใหญ่ในอำเภอวังน้ำเขียวจะเป็นลักษณะแบบผสมผสาน หรือเชิงเกษตร โดยเฉพาะที่พักประเภทรีสอร์ท ดังนั้นในการเลือกที่พักนักท่องเที่ยวก็จะเลือกพักที่สามารถเยี่ยมชมสวนดอกไม้ ไร่องุ่น หรือที่พักที่ทำการเกษตรในลักษณะอื่นๆ ได้ด้วย แต่ความสำคัญเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม อาจเป็นเพราะถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญในการเลือกที่พักมากๆ ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน โดยแท้จริง ไม่ได้สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรมากนัก แต่จะใช้เวลาส่วนใหญ่ในรีสอร์ท หรือที่พักของตน

ซึ่งมีส่วนน้อย และนักท่องเที่ยวทั่วไปส่วนใหญ่จะไม่พักค้างคืน จึงทำให้มีระดับความสัมพันธ์น้อยมาก หรือแทบจะไม่มีเลย

นอกจากนั้นยังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต และบ้านพักอุทยาน โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเลือกที่พักมาก จะเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตมากกว่าเช่นกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักที่รีสอร์ตค่อนข้างสูงจึงต้องให้ความสนใจในการเลือกที่จะคุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปหรือไม่ โดยสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ Balogu and McCleary (1999) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมักจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะคุ้มค่าเงินที่เสียไป และจะเป็นประโยชน์สูงสุด ซึ่งพบว่าการสร้างภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทบ้านพักอุทยาน กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเลือกที่พักมาก ก็จะเลือกใช้บริการที่พักประเภทบ้านพักอุทยานน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวต้องพิจารณาเรื่องความปลอดภัย สภาพที่อยู่ เพราะในความคิดของคนส่วนใหญ่เห็นว่า บ้านพักอุทยานเป็นที่พักที่ไม่มีความสะดวกสบาย ไม่สะอาด ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีบริการ และระบบรักษาความปลอดภัยยังไม่เป็นที่น่าเชื่อถือเท่าไรนัก ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเลือกที่พักให้ความสนใจ และใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการการท่องเที่ยว ของ ยูพี เสดทพรธ (2539) และ ประเสริฐ วิทยารัฐ (2535) ที่เสนอแนวความคิดว่า ที่พักที่มีความหลากหลาย มีอัตราค่าที่พักเหมาะสมกับคุณภาพสะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล รวมถึงเรื่องความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาพบว่า

ที่อำเภอวังน้ำเขียวมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ อันประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยว และที่พักต่างๆ ซึ่งถือเป็นปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว แต่ปัญหาที่พบก็คือ การขาดการประชาสัมพันธ์ และการจัดการทางการตลาดที่ดี อำเภอวังน้ำเขียวจึงยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปเท่าไรนัก โดยส่วนใหญ่รู้จักอำเภอวังน้ำเขียวอันเนื่องมาจากเหตุบังเอิญ หรือเนื่องจากเป็นทางผ่าน และส่วนใหญ่จะรู้จักการคำบอกเล่าของผู้ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว แต่ก็จำกัดอยู่ในวงแคบๆ ในหมู่นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เดินทางมาเพื่อศึกษาธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติทับลาน หรือเกษตรกรที่เดินทางมาเพื่อศึกษาดูงานเท่านั้น

จากการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน และนิยมเดินทางกันเป็นกลุ่ม และพบว่าพื้นที่ที่อำเภอวังน้ำเขียวส่วนใหญ่มีศักยภาพที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ จึงควรมีการทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมไปยังกลุ่มวัยทำงาน หรือนักศึกษา ให้มาพักผ่อนพร้อมทำกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการเที่ยวประจำปีของบริษัท กิจกรรมการรับน้อง หรือการท่องเที่ยวเพื่อสันตนาการอื่นๆ

2. เนื่องจากผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยว และพักค้างคืนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมักจะเดินทางไปเป็นกลุ่มใหญ่โดยเฉพาะกับครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ดังนั้นผู้ประกอบการที่พักต่างๆควรจัดให้มีการเพิ่มมาตรฐานการบริการ ความปลอดภัย ความสะอาด และความสะอาดสบายในที่พักให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาพักมากขึ้น

3. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีทักษะ และวิธีการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่รู้สึว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่น่าสนใจไม่สนุก เนื่องจากขาดความรู้ ความเข้าใจ และไม่มีอุปกรณ์ที่จำเป็น ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติ เช่น กล้องส่องทางไกล กล้องดูนก แผนที่ หนังสือคู่มือการดูนก (เบิร์ดไกด์) หรือ หนังสือคู่มือการส่องสัตว์ ดังนั้นทางอุทยานควรมีการจัดทำห้องนิทรรศการให้ความรู้ รวมถึงอุปกรณ์ที่จำเป็นต่างๆ ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว ให้มากขึ้น

4. ควรจัดให้มีนิทรรศการเกี่ยวกับการเกษตร รวมถึงผู้บรรยายคอยแนะนำ และให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมแหล่งเกษตรกรรมที่อำเภอวังน้ำเขียว อยู่ตลอดเวลา เนื่องจากปัจจุบันในบางสถานที่จะอนุญาตให้เข้าเยี่ยมชมพื้นที่ทางการเกษตรได้ก็ต่อเมื่อมีวิทยากรประจำอยู่ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีงานประจำทำ และจะมาคอยให้ความรู้เฉพาะในช่วงวันหยุด หรือวันที่สะดวกเท่านั้น เท่ากับเป็นการจำกัดโอกาสในการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว เช่น นักเรียน/ นักศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ และเกษตรกร ที่เดินทางมาเพื่อเยี่ยมชมในช่วงวันธรรมดา

5. จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี ในสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 18.84 ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยร่วมกับภาครัฐควรจัดส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีลักษณะโดดเด่น และแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น พร้อมเพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแต่ละเทศกาลให้มากขึ้นเพื่อสร้างความสนใจให้กับผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยว และผู้ที่เดินทางผ่านมาผ่านไปให้แวะเยี่ยมชมมากยิ่งขึ้น

6. จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักอำเภอวังน้ำเขียวจากคำบอกเล่า จึงควรเพิ่มการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเพิ่มสัดส่วนการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งในที่นี้หมายถึงแหล่งท่องเที่ยว และที่พักให้มากขึ้น

7. ควรมีการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท เพื่อให้เกิดการกระจายการรับรู้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

8. ควรเพิ่มการให้บริการในเรื่องระบบขนส่งมวลชนในอำเภอวังน้ำเขียว ให้สะดวกสบาย และหลากหลายขึ้น จะช่วยเพิ่มโอกาสให้คนไปเที่ยวมากขึ้นเพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ

9. จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายสำหรับครอบครัว เพื่อสามารถพักผ่อน และทำกิจกรรมร่วมกันกับคนในครอบครัวเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันได้ เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาให้ความสนใจกับสุขภาพ คุณภาพชีวิต และให้ความสำคัญกับครอบครัวมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ใดก็ตามที่สามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ เหล่านี้ โดยเฉพาะในเรื่องของความสัมพันธ์ในครอบครัว

10. จากการสำรวจพบว่า แหล่งท่องเที่ยว และที่พักส่วนใหญ่ในอำเภอวังน้ำเขียว ยังไม่ได้รับการส่งเสริมเท่าที่ควร การจัดการส่วนใหญ่เป็นไปโดยภูมิความรู้ของชาวบ้านเอง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดย

ความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการที่ถูกต้อง เพื่อเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านอื่นๆ เช่นด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียว เพื่อที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนจะได้นำผลการวิจัยไปใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และดำเนินการรณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างถูกวิธีในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กันยา สุวรรณแสง. (2532). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ : บำรุงสาส์น
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2542). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539). *สรุปข้อมูลผู้มาเยือนจังหวัดกาญจนบุรี ปี 2539*. กาญจนบุรี : ประชาสัมพันธ์ จังหวัดกาญจนบุรี
- (2541, มีนาคม). "ECOTOURISM NETWORK", *จุดสารการท่องเที่ยว*. (20) : 8-10
-(2542) *รายงานประจำปี*. กองแผนงาน ฝ่ายวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กิตติวัฒน์ รัตนดิถ กณ ภูเก็ด. (2541, ตุลาคม-ธันวาคม). "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ," *จุดสารการท่องเที่ยว*. 17(4) : 40-52
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2531). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
-(2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. (2544). *สถิติเพื่อนักบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- ดร.ชนิ เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เศรษฐมาต. (2539). "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : แนวความคิด หลักการและความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ในพื้นที่อนุรักษ์", *100 ปี กรมป่าไม้*. กรุงเทพฯ : กรมป่าไม้
- ทนายท กิตติกุล. (2540). *ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย : กรณีศึกษา ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. อัดสำเนา
- บรรจบพร สุมนรัตนกุล. *ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัดสำเนา
- ธงชัย สันติวงษ์ (2537). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์
- นิยะดา ชุณหะวงศ์ และนินนาท โอพารววุฒิ. (2520). *พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: บางกอกการพิมพ์
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2539, มกราคม-มีนาคม). "GMS Village-Based tourism", *จุดสารการท่องเที่ยว*. 17(1) : 21-23
-(2542, มกราคม-มีนาคม). "มารู้จักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกันเถิด", *จุดสารการท่องเที่ยว*. 18(1) : 10-19
-(ม.ป.ป). *อภิธานศัพท์ การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน* ม.ป.พ.
- ประเสริฐ วิทยารัฐ. (2535). *ภูมิศาสตร์ปภินกะ*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- ปวีณา โทณแก้ว. (2542) *ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย* วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร

- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. *ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด*. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
ไพศาล ธีวรงค์ชัย. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้บริหารหน่วยงานในจังหวัด
พิษณุโลก*. พิษณุโลก : สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม.
- กราเดช พยัณวิเชียร.(2539,มกราคม-มีนาคม). “พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน,” *จุลสารการท่องเที่ยว*. 15(1) :
4-7
- มัลลิกา บุนนาค. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ยุพดี เสตพรธม. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย*. สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยเกษตร ในพระบรมราชูปถัมภ์.
กรุงเทพฯ : พิษณุการพิมพ์.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. (2538,กรกฎาคม-กันยายน). “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อการพัฒนาป่าชุมชน”, *จุลสารการ
ท่องเที่ยว* 14(3) : 9-13
- วิชัย เทียนน้อย. (2538). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- วิธินี วรรณสกล. (2542). *การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสถานะ
วิกฤตเศรษฐกิจ*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ถ่ายเอกสาร
- ไว จามรมาณ. (2536). *โครงการการศึกษากิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวของภาคเอกชน*. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชย
ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา
- สมจิตต์ สุพรรณทัศน์. (2526). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ : คณะสาธาณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- सानนท์ สุขศรี. (2532). *ศึกษาปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัด
สงขลา*. ปรินญาณิพนธ์. กศ.ม. (ภูมิศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อัด
สำเนา
- สุรีย์ จันท์โมลี. (2528). *สุขศึกษาในสถานบริการทางการแพทย์ : เน้นสุขศึกษาในโรงพยาบาล*. กรุงเทพฯ : ภาควิชา
สุขศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
- เสรี วงษ์มณฑา.(2547). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ . บริษัท ชีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด
- โสภานู พิภกุลชัย. (2521). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช
- ศรีพร สมบุญธรรม. (2536,มกราคม-มีนาคม). “Eco-tourism การท่องเที่ยวแนวอนุรักษ์ สัญลักษณ์ใหม่แห่งทศวรรษ,”
จุลสารการท่องเที่ยว. 12(1) : 7-13
- อศุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Balogu, S. and McCleary, K W. (1999, November). “U.S. international pleasure
traveler’s images of four Mediterranean destinations : A Comparison of visitors
and non visitors” *Journal of Travel Research* 38, (11): 144 – 152
- Boo, Elizabeth. (1991, March). “Planning for Eco-tourism”, *Park*. 2(3) : 4-8

- Commonwealth Department of Tourism. (1993). *Tourism Australia' Passport to growth. A National Tourism Strategy (Implementation Progress Report Number 1)* Canberra, Australia: Commonwealth of Australia.
- Foodness, D. and Murray, B. 197. "Tourist information search." *Annals of Tourism Research* 24, (3): 503 -523
- Gardner, T. and Mc Arthur S. (1994). *Guided Nature Based Tourism in Tasmania's Forests; Trends Constraints and implications.* Tasmania : Forest. Tasmania.
- Maser, B. and Weiermair, K. 1998. "Travel decision-making: From the vantage point of perceived risk and information preferences" *Journal of Travel and Tourism Marketing* 7, (4): 107-120
- McIniosh, RW and C.R. Goeidner. (1986). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*, 5th ed. New York : John Wiley & Son,Inc.
- National Statistical Office Ministry of Information and Communication Technology. (n.d.). Population Information of Thailand. [Homepage of National Statistical Office Ministry of Information and Communication Technology]. (Online). Available from: URL: <http://www.nso.go.th/nso/home.html>. Retrieved septembre 1, 2004.
- Tourism Authority of Thailand (TAT). (n.d.). Information of Nakhonratchasima Province. [Homepage of Tourism Authority of Thailand]. (Online). Available from: URL: http://www.tat.or.th/thai/province.php?province=33®ion_id=4. Retrieved Septembre 5, 2004.
- Wangnamkheo. (n.d.). Information of Wangnamkheo, charming tourism attraction. [Homepage of Wangnamkheo]. (Online). Available from: URL : <http://www.wangnamkheo.com/>. Retrieved September 5, 2004.
- Zimbardo, Philip (Philip G.) and Ebbesen, Ebbe B. (1997). *Influencing attitudes and changing behavior*, 2nd ed. Reading Massachusetts : Addison-Wesley

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

ลักษณะแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน จำนวน 4 หน้า

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
- ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
- ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

การตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยด้านวิชาการเท่านั้น จึงเรียนขอความร่วมมือจากท่านได้โปรด
แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ จริงใจ ตรงไปตรงมา และเป็นอิสระเพื่อความสมบูรณ์ของผลการศึกษาวิจัย โดยไม่
ต้องระบุชื่อ และนามสกุลของท่านลงในแบบสอบถาม คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ ไม่มีผลผูกพันใดๆ
หรือไม่นำมาใช้ในทางที่จะเสียประโยชน์ต่อท่านเป็นอันขาด

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

สายฝน ถึงหมื่นไวย

นิสิตบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด (เพียง 1 คำตอบ)

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() 15 - 24 ปี () 25 - 34 ปี
 () 35 - 44 ปี () 45 - 54 ปี
 () 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนต้น
 () มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช () ปริญญาตรี
 () สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

() นักเรียน / นักศึกษา () รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () พนักงานเอกชน () ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
 () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท () 10,001 - 20,000 บาท
 () 20,001 - 30,000 บาท () 30,001 - 40,000 บาท
 () 40,001 - 50,000 บาท () .มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพสมรส

() โสด () สมรส มีบุตรแล้ว.....คน
 () ม่าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว.....ครั้ง/ปี
2. ระยะเวลาโดยประมาณที่ท่านใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง.....วัน
3. ค่าใช้จ่ายที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวต่อคนต่อครั้งโดยเฉลี่ย.....บาท
4. ท่านมักจะเดินทางท่องเที่ยวไปกับ

<input type="checkbox"/> ไปคนเดียว	<input type="checkbox"/> ไปกับครอบครัว / ญาติพี่น้อง	<input type="checkbox"/> ไปกับเพื่อนฝูง
------------------------------------	--	---
5. เหตุที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว ที่อำเภอวังน้ำเขียว

<input type="checkbox"/> เพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	<input type="checkbox"/> คำบอกเล่าเกี่ยวกับอำเภอวังน้ำเขียว
<input type="checkbox"/> เพื่อศึกษาดูงานทางด้านเกษตรกรรมและหัตถกรรม	<input type="checkbox"/> ระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ
<input type="checkbox"/> ค่าใช้จ่ายไม่แพง	<input type="checkbox"/> ความประทับใจจากที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> เพื่อซื้อสินค้า	<input type="checkbox"/> ความสะดวกในการเดินทาง
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
6. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว

<input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว	<input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง	<input type="checkbox"/> รถไฟ
<input type="checkbox"/> รถเช่า / เหมานำเที่ยว <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
7. ที่พักแรกที่ท่านเลือกใช้บริการเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จ. นครราชสีมา

<input type="checkbox"/> รีสอร์ท	<input type="checkbox"/> เกสเฮ้าส์
<input type="checkbox"/> บ้านพักอุทยาน	<input type="checkbox"/> โฮมสเตย์
<input type="checkbox"/> บ้านญาติ / เพื่อน <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
8. ท่านศึกษาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวโดยการอ้างอิงหรือศึกษาข้อมูลจากที่ใด

<input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร	<input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	<input type="checkbox"/> วิทยุ / โทรทัศน์
<input type="checkbox"/> คำบอกเล่าของคนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	<input type="checkbox"/> คำแนะนำของบริษัทนำเที่ยว	<input type="checkbox"/> เพื่อนร่วมงาน
<input type="checkbox"/> ประสบการณ์ที่เคยมาท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
9. บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจหรือปรึกษาเพื่อเลือกที่พักคือ

<input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง	<input type="checkbox"/> เพื่อน
<input type="checkbox"/> คนในครอบครัว <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
10. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด

<input type="checkbox"/> วันธรรมดา	<input type="checkbox"/> วันหยุดสุดสัปดาห์
<input type="checkbox"/> วันลาพักร้อนประจำปี	<input type="checkbox"/> วันหยุดตามเทศกาล
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
11. ถ้ามีโอกาสท่านจะแนะนำญาติพี่น้องหรือคนรู้จักมาท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวหรือไม่

แนะนำแน่นอน	ไม่แนะนำแน่นอน
5 4 3 2 1	
12. ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวอีกหรือไม่

มาอีกแน่นอน	ไม่มาอีกแน่นอน
5 4 3 2 1	

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามสัดส่วนที่ท่านคิดว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของท่าน

ปัจจัยการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	ระดับการจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	ไม่จูงใจ	ไม่จูงใจเลย
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
1. อุทยานแห่งชาติทับลาน					
2. ศูนย์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าเขาภูหลวง					
3. เขาแผงม้า					
4. เขื่อนลำนางรอง					
แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร					
5. กลุ่มไม้ดอก ไม้ประดับ					
6. กลุ่มผลไม้ปลอดสารพิษ					
7. ไร่ถั่ว					
8. กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ					
9. ฟาร์มเลี้ยงสัตว์					
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี					
10. งานสงกรานต์ และวันผู้สูงอายุ					
11. งานเบญจมาศบานในม่านหมอก					
ที่พัก					
12. รีสอร์ท					
13. เกสเฮ้าส์					
14. บ้านพักอุทยาน					
15. โฮมสเตย์					
16. บ้านญาติ/เพื่อน					
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์					
17. แคมป์ปิ้ง					
18. ดูนก					
19. เดินป่า					
20. ศึกษาธรรมชาติและชีวิตสัตว์ป่า					
ของฝาก/ของที่ระลึก					
21. ผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม					
22. ผลิตภัณฑ์ถั่วแปรรูป เช่น ไข่ (แดง) ถั่วถั่วเขียว ถั่วเขียว ถั่วเขียว ถั่วเขียว ถั่วเขียว ถั่วเขียว ถั่วเขียว					
23. ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ต่างๆ ตามฤดูกาล					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง โปรดใส่คะแนนในแต่ละหัวข้อตามสัดส่วนความเห็นของท่านจากคะแนนเต็ม 100 คะแนนและสามารถใส่ 0 ในข้อที่ไม่มีความคิดเห็น ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และที่พักต่างๆ ต่อไปนี้ที่ท่านสนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยว เมื่อเดินทางมาที่อำเภอวังน้ำเขียว

1. ท่านจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวต่อไปนี้เป็นสัดส่วนคะแนนเท่าใดจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	_____	คะแนน
2. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร	_____	คะแนน
3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี	_____	คะแนน
	100	คะแนน

2. ท่านจะเลือกที่พักต่อไปนี้เป็นสัดส่วนคะแนนเท่าใดจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน

1. รีสอร์ท	_____	คะแนน
2. เกสเฮ้าส์	_____	คะแนน
3. บ้านพักอุทยาน	_____	คะแนน
4. โฮมสเตย์	_____	คะแนน
5. บ้านญาติ/เพื่อน	_____	คะแนน
	100	คะแนน

3. ท่านจะเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ต่อไปนี้เป็นสัดส่วนคะแนนเท่าใดจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน

1. แคล้มปีง	_____	คะแนน
2. ดูนก	_____	คะแนน
3. เดินป่า	_____	คะแนน
4. ศึกษาธรรมชาติและชีวิตสัตว์ป่า	_____	คะแนน
	100	คะแนน

4. ท่านจะเลือกของฝาก / ของที่ระลึกต่อไปนี้เป็นสัดส่วนคะแนนเท่าใดจากคะแนนเต็ม 100 คะแนน

1. ผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม	_____	คะแนน
2. ผลิตภัณฑ์องุ่นแปรรูป เช่น ไวน์ (แดง) น้ำองุ่น แยมองุ่น ท็อฟฟี่องุ่น ลูกเกด รวมถึงองุ่นสด	_____	คะแนน
3. ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ต่างๆ ตามฤดูกาล	_____	คะแนน
	100	คะแนน

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานบริหาร โครงการบริหารธุรกิจมหบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา	รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตร ธุรกิจมหบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. ทับลาน อุทยานแห่งชาติทับลาน			
2. ภูหลวง ศูนย์ท่องเที่ยวป่าเขาภูหลวง			
3. แฝงม้า เขาแฝงม้า			
4. สะแกราช เขียวถลนทะเลสะแกราช			
	Mean	Std Dev	Cases
1. ทับลาน	4.0400	.6987	50.0
2. ภูหลวง	3.2800	.8581	50.0
3. แฝงม้า	3.6800	.6528	50.0
4. สะแกราช	3.1600	.7384	50.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 4

Alpha = .7611

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. ไม้ดอก กลุ่มไม้ดอก ไม้ประดับ			
2. ผลไม้ กลุ่มผลไม้ปลอดสารพิษ			
3. ไร่องุ่น ไร่องุ่น			
4. ผัก กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ			
5. ฟาร์ม ฟาร์มเลี้ยงสัตว์			
	Mean	Std Dev	Cases
1. ไม้ดอก	4.1600	.8172	50.0
2. ผลไม้	3.9800	.8449	50.0
3. ไร่องุ่น	4.2000	.7825	50.0
4. ผัก	3.4800	1.1471	50.0
5. ฟาร์ม	3.2000	.7825	50.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 5

Alpha = .7126

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

— RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1.	สงกรานต์	งานสงกรานต์ และวันผู้สูงอายุ			
2.	เบญจมาศ	งานเบญจมาศบานในมานหมอก			
			Mean	Std Dev	Cases
1.	สงกรานต์		2.1600	.9337	50.0
2.	เบญจมาศ		4.1200	.7990	50.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 2

Alpha = .7027

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

— RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1.	แคมป์	แคมป์			
2.	ดุนก	ดุนก			
3.	เดินป่า	เดินป่า			
4.	สัตว์ป่า	ศึกษาธรรมชาติและชีวิตสัตว์ป่า			
			Mean	Std Dev	Cases
1.	แคมป์		3.9400	.9348	50.0
2.	ดุนก		3.7200	.9485	50.0
3.	เดินป่า		3.6800	.9781	50.0
4.	สัตว์ป่า		3.9000	.8864	50.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 4

Alpha = .8054

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

— RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1.	เห็ดหอม	ผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม			
2.	องุ่น	ผลิตภัณฑ์แปรรูปองุ่น			
3.	ผลไม้ฤดู	ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ตามฤดูกาล			
			Mean	Std Dev	Cases
1.	เห็ดหอม		3.4200	1.1622	50.0
2.	องุ่น		4.0200	.7951	50.0
3.	ผลไม้ฤดู		3.4800	1.1292	50.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 3

Alpha = .7009

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1.	รีสอร์ต	รีสอร์ต		
2.	เกสเฮ้าส์	เกสเฮ้าส์		
3.	บ้านพัก	บ้านพักอุทยาน		
4.	โฮมสเตย์	โฮมสเตย์		
5.	บ้านญาติ	บ้านญาติ/เพื่อน		
		Mean	Std Dev	Cases
1.	รีสอร์ต	4.0600	.9127	50.0
2.	เกสเฮ้าส์	3.1800	.9624	50.0
3.	บ้านพัก	3.5000	.9742	50.0
4.	โฮมสเตย์	3.4600	1.0144	50.0
5.	บ้านญาติ	2.3000	1.0738	50.0

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 5

Alpha = .7039

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1.	ทับลาน	อุทยานแห่งชาติทับลาน
2.	ภูหลวง	ศูนย์ท่องเที่ยวป่าเขาภูหลวง
3.	แผงม้า	เขาแผงม้า
4.	สะแกราช	ชีวมณฑลสะแกราช
5.	ไม้ดอก	กลุ่มไม้ดอก ไม้ประดับ
6.	ผลไม้	กลุ่มผลไม้ปลอดสารพิษ
7.	ไร่องุ่น	ไร่องุ่น
8.	ผัก	กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ
9.	ฟาร์ม	ฟาร์มเลี้ยงสัตว์
10.	สงกรานต์	งานสงกรานต์ และวันผู้สูงอายุ
11.	เบญจมาศ	งานเบญจมาศบานในม่านหมอก
12.	รีสอร์ต	รีสอร์ต
13.	เกสเฮ้าส์	เกสเฮ้าส์
14.	บ้านพัก	บ้านพักอุทยาน
15.	โฮมสเตย์	โฮมสเตย์
16.	บ้านญาติ	บ้านญาติ/เพื่อน

17.	แค้มป์	แค้มป์
18.	ดุนก	ดุนก
19.	เดินป่า	เดินป่า
20.	สัตว์ป่า	ศึกษาธรรมชาติและชีวิตสัตว์ป่า
21.	เห็ดหอม	ผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม
22.	องุ่น	ผลิตภัณฑ์แปรรูปองุ่น
23.	ผลไม้ฤดู	ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ตามฤดูกาล

	Mean	Std Dev	Cases
1. ทับลาน	4.0400	.6987	50.0
2. ภูหลวง	3.2800	.8581	50.0
3. ผงม้า	3.6800	.6528	50.0
4. สะแกกราช	3.1600	.7384	50.0
5. ไม้ดอก	4.1600	.8172	50.0
6. ผลไม้	3.9800	.8449	50.0
7. ไร่องุ่น	4.2000	.7825	50.0
8. ผัก	3.4800	1.1471	50.0
9. ฟาร์ม	3.2000	.7825	50.0
10. สงกรานต์	2.1600	.9337	50.0
11. บุญจมาศ	4.1200	.7990	50.0
12. รีสอร์ท	4.0600	.9127	50.0
13. เกสเจ้าส	3.1800	.9624	50.0
14. บ้านพัก	3.5000	.9742	50.0
15. โฮมสเตย์	3.4600	1.0144	50.0
16. บ้านญาติ	2.3000	1.0738	50.0
17. แค้มป์	3.9400	.9348	50.0
18. ดุนก	3.7200	.9485	50.0
19. เดินป่า	3.6800	.9781	50.0
20. สัตว์ป่า	3.9000	.8864	50.0
21. เห็ดหอม	3.4200	1.1622	50.0
22. องุ่น	4.0200	.7951	50.0
23. ผลไม้ฤดู	3.4800	1.1292	50.0

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0

N of Items = 23

Alpha = .7625

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นางสาวสายฝน ถึงหมื่นไฉ
วันเดือนปีเกิด	21 มกราคม 2521
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	76 พัฒนาการ 20 แยก 10 แขวง/เขต สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2542 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาและวรรณคดีฝรั่งเศส) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร พ.ศ. 2547 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร