



พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ
เขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Ecotourism Behaviors of Tourists in Khaoluang National Park,
Krungching Waterfall, Nakhon Si Thammarat Province

ปณัสดา แก้วเกิด

Panasda Kaeokoet

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master in Business Administration
Walailak University

ชื่อการศึกษาอิสระ	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ เขาหลวงน้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช
ผู้เขียน	ปณัสดา แก้วเกิด
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ

คณะกรรมการที่ปรึกษา

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัทรวรรณ แทนทอง)

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ชวพงษ์ น้อยสุข)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำนักวิชาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ อนุมัติให้นับการศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

.....
(อาจารย์สุวิจนา เพ็งจันทร์)
ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาในครั้งนี้จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ถ้าหากปราศจากการคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาจาก ผศ.ดร. ภัทรวรรณ แทนทอง อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ให้คำแนะนำที่ทำให้ การศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรการ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ทุกท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานด้านต่างๆ ให้ เป็นไปอย่างดี

ผู้ศึกษาขอขอบคุณ นายสุภชัย วรรณทอง ที่คอยให้คำปรึกษา ให้การสนับสนุนการศึกษา ในครั้งนี้ รวมทั้งคอยให้กำลังใจจนทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณค่าและคุณประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอมอบเพื่อเป็นกตเวทิตาคุณ แต่พ่อ แม่ และผู้ที่มีพระคุณทุกท่าน

ปณัสดา แก้วเกิด

มีนาคม 2553

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
Abstract.....	(3)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(15)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
ขอบเขตการศึกษา.....	9
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา.....	9
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	53
สมมติฐานในการศึกษา.....	53
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
สถานที่ในการวิจัย.....	57
ระยะเวลาในการวิจัย.....	57

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	58
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องเชิงนิเวศ.....	62
ผลการทดสอบความสัมพันธ์.....	76
ผลการทดสอบความแตกต่าง.....	154
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผล.....	190
อภิปรายผล.....	196
ข้อเสนอแนะ.....	198
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	200
บรรณานุกรม.....	201
ภาคผนวก	
ผนวก ก แบบสอบถาม.....	206
ประวัติผู้วิจัย.....	213

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ย้อนหลัง 10 ปี 2
1-2	แสดงรายได้รวมจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย ย้อนหลัง 10 ปี 3
1-3	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง เทียบกับ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ 5
1-4	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง 6
4-1	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ 58
4-2	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ 58
4-3	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ 59
4-4	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา 59
4-5	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ 60
4-6	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 60
4-7	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิฐานะ 61
4-8	จำนวนความถี่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการค้นหาข้อมูล/รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิงจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ 62
4-9	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 63
4-10	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางมากับบริษัททัวร์ 63
4-11	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว 64
4-12	จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวด้วย 64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-13 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว	65
4-14 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการพักค้างคืน	65
4-15 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการพักค้างคืน	66
4-16 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการพักค้างคืนในเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง	66
4-17 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่พักค้าง	67
4-18 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการพักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง	68
4-19 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการพักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ	69
4-20 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการจองห้องพัก	72
4-21 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว	72
4-22 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เลือกทำ	73
4-23 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง	74
4-24 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความตั้งใจในการแนะนำ/เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-25 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง.....	75
4-26 ภาพรวมของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	76
4-27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิง.....	84
4-28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง.....	86
4-29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมนอกเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง.....	88
4-30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้.....	90
4-31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิง.....	92
4-32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์.....	94
4-33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย.....	95
4-34 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง	96
4-35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีการจองที่พัก.....	98
4-36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้	100
4-37 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ในครั้งนี้.....	102
4-38 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิง	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-39 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กับบริษัททัวร์.....	106
4-40 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการเลือกพักค้างคืน.....	107
4-41 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับสถานที่ที่เลือกพัก กรณีที่เลือกพักนอกเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง.....	108
4-42 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิง	110
4-43 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กับบริษัททัวร์.....	112
4-44 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกพักค้างคืน.....	113
4-45 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวิธีการจองที่พัก.....	114
4-46 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมของ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำในการท่องเที่ยวครั้งนี้.....	115
4-47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสิ่งดึงดูดใจ ที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง.....	117
4-48 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิง.....	119
4-49 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง.....	121
4-50 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกเดินทางมาเที่ยวกับทัวร์.....	122
4-51 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย.....	123
4-52 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกพักค้างคืน.....	124
4-53 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรม ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง.....	125
4-54 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ทำในการท่องเที่ยวครั้งนี้.....	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-55 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีการจองที่พัก.....	129
4-56 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในน้ำตกกรุงชิง.....	130
4-57 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกเดินทางมาเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์.....	132
4-58 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกพักค้างคืน	133
4-59 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรม ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง.....	134
4-60 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับวิธีการจองที่พัก.....	136
4-61 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้.....	137
4-62 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทาง มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง.....	139
4-63 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในน้ำตกกรุงชิง.....	141
4-64 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว.....	143
4-65 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับการเลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์.....	144
4-66 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย.....	145
4-67 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับจำนวนครั้งที่มาเที่ยว.....	146
4-68 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับการเลือกพักค้างคืน.....	147
4-69 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับวิธีการจองที่พัก.....	148
4-70 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว.....	149
4-71 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้.....	150
4-72 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทาง มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง.....	152

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-73 ภาพรวมการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวของ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	154
4-74 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามอายุ.....	156
4-75 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวัน ที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอายุ.....	158
4-76 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอายุ.....	159
4-77 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามสถานภาพ.....	161
4-78 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวัน ที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามสถานภาพ.....	161
4-79 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	163
4-80 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวัน ที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามระดับการศึกษา.....	165
4-81 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่าย ที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามระดับการศึกษา.....	167
4-82 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	169
4-83 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวัน ที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอาชีพ.....	171
4-84 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่าย ที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอาชีพ.....	173

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-85 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่งเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามรายได้.....	175
4-86 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่งเที่ยวด้านจำนวนวัน ที่เดินทางมาท่งเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามรายได้.....	177
4-87 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่งเที่ยวด้านจำนวนวัน ที่เดินทางมาท่งเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามรายได้.....	179
4-88 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่งเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามภูมิลำเนา.....	181
4-89 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่งเที่ยวด้านจำนวนวัน ที่เดินทางมาท่งเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามภูมิลำเนา.....	183
4-90 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่งเที่ยวด้านค่าใช้จ่าย ที่ใช้ในการท่งเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามภูมิลำเนา.....	185

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กราฟแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ย้อนหลัง 10 ปี.....	2
1-2 กราฟแสดงรายได้รวมจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย ย้อนหลัง 10 ปี	3
2-1 แสดงภาพบรรยากาศที่อุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง	11
2-2 แสดงแผนที่อุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง	14
2-3 แสดงกิจกรรมภายในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง	15
2-4 แสดงองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว	20
2-5 แสดงองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	29
2-6 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	31
2-7 แสดงรูปแบบการจูงใจ	34
2-8 แสดงลำดับชั้นความต้องการของ Maslow	36
2-9 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	41
2-10 แสดงส่วนประสมทางการตลาด	45

ชื่อการศึกษาอิสระ	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ เขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช
ผู้เขียน	ปณัสดา แก้วเกิด
สาขาวิชา	การจัดการ
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for windows เพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติ Chi-square, t-test และ One-way ANOVA

ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-34 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พนักงานบริษัท มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 - 12,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการค้นหาข้อมูล/รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จากการแนะนำของผู้อื่น มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อน ส่วนใหญ่เดินทางมาขับรถส่วนตัว ซึ่งเป็นการมาเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ และการมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงครั้งนี้โดยส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาครั้งแรก จะพักค้างคืนทั้งในเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงและนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง กลุ่มที่พักค้างคืนในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติและพักในรูปแบบห้องพัก ส่วนกลุ่มที่เลือกพักค้างคืนนอกเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ส่วนใหญ่จะพักค้างคืนที่ถ้ำหงส์สวรรค์ เพราะราคาไม่แพง การจอง

ที่พักผ่อนใหญ่ กรณีมากับทัวร์ บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ เดินทางมาเที่ยวในช่วงวันเสาร์ วันอาทิตย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เลือกทำส่วนใหญ่เป็นการดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยานฯ กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และจะแนะนำ/เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ต่อไปด้วย สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คือการได้สัมผัสกับธรรมชาติ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยและภูมิลำเนา พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้าน

ผลการศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยและภูมิลำเนา ที่ต่างกันนั้น ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันและนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้านไม่แตกต่างกัน

Independent Study Title	Ecotourism Behaviors of Tourists in Khaoluang National Park, Krungching Waterfall, Nakhon Si Thammarat Province
Author	Panatda Kaeokoet
Major Program	Master of Business Administration
Academic Year	2009

Abstract

The objectives of this independent study were to examine and the relationship between personal factors and the ecotourism behaviors and compare the mean difference, classified by person factors of the number of days spent and travel expenses of tourists in Khaolung NaionalPark, Krungching Waterfall, Nakhon Si Thammarat Province. Four hundred questionnaires were collected and SPSS for windows (was employed) to examine average, frequency, percentage and standard deviation. Hypothesis testing was conducted with Chi-square, t-test and One-way ANOVA statistic.

The study result showed that most of samples were single women aged between 20 – 34 years old with bachelor's degree, student/employee occupation, monthly income between 10,000 – 12,000 baht and Nakhon Si Thammarat residents. Most of tourism information sources from others recommendation, the travel objective is for relaxation. The tourists mostly travelled for the first time with their family by taking a private vehicle and stayed overnight at the national park and private accommodations. Tourists choosing the national park accommodations because of natured touch and accommodation facilities. The reasons for choosing private accommodations, mostly at Tham-Hong resort, was low price accommodation rate. Accommodation booking was done by a travel agency mostly on weekend. The ecotourism activities were mainly focused on bird watching and forest tour. Most of tourists had intended to revisit and will invite as well as share the ecotourism information with other people. The most

attractive thing for ecotourism tourists at Khaoluang National Park, Krungching Waterfall is the touch of nature.

The analysis of the relationship between personal factors such as gender, age, education level, status, occupation, income and birthplace and the ecotourism behaviors showed that the ecotourism behavior related to all personal factors.

The analysis of the mean difference of the number of days to travel and the travel expenses of tourists showed that the personal factors such as age, education level, occupation, income and birthplace were different in ecotourism behavior concerning on the number of days to travel and the travel expense with significantly. Tourists who are different in status rated no important difference in the travel expenses. Tourists who were different in gender rated no significant difference in the number of days to travel and the travel expenses.

บทที่ 1

บทนำ (INTRODUCTION)

ความสำคัญของปัญหา (Significance of the Problem)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากร (Resources) อันอุดมสมบูรณ์และมีความสำคัญประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือทรัพยากรที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นความภูมิใจแก่ชาวไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีความอุดมสมบูรณ์ในด้านทรัพยากรทางธรรมชาติทั้งในแง่ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ ระบบนิเวศน์ที่หลากหลาย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม แหล่งโบราณสถาน รวมถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาค เหล่านี้ล้วนเป็นทรัพยากรที่ประเทศไทยพึงจะตระหนักและเข้าถึงการนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในแง่ของเศรษฐกิจ ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้ล้วนมีอยู่แล้วและมีอยู่เพียงที่เดียวคือประเทศไทยอีกทั้งยังมีความแตกต่างที่โดดเด่นจากภูมิภาคอื่นๆ อีกด้วย (<http://www.tourism.go.th>)

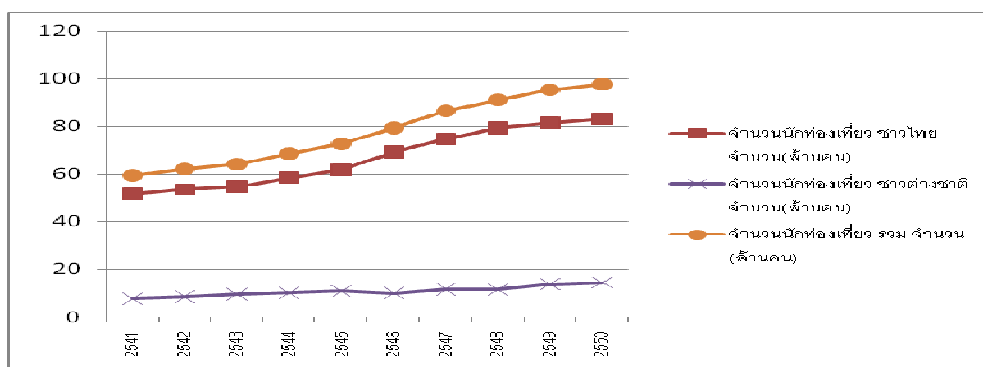
เป็นเวลากว่า 50 ปีที่ประเทศไทยเริ่มให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเริ่มตั้งแต่การจัดตั้งหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อดูแลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะในนาม อ.ส.ท.หรือ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 จนปัจจุบันเป็นที่รู้จักกันในนาม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) โดยเริ่มมีรายได้จากการท่องเที่ยว 196 ล้านบาทในช่วง 10 ปีแรก และเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยในปี พ.ศ. 2542 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 8.58 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ร้อยละ 10.50 ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยว 253,018 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.48 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสถิติการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 53.65 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ร้อยละ 3.08 มีรายได้หมุนเวียนภายในประเทศ 203,858 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.78 จนถึงปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศ (<http://www.tourism.go.th>)

ตารางที่ 1-1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ย้อนหลัง 10 ปี

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว					
	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน (ล้านคน)	(%)	จำนวน(ล้านคน)	(%)	จำนวน (ล้านคน)	(%)
2541	51.68	86.94	7.76	13.06	59.44	100.00
2542	53.62	86.21	8.58	13.79	62.20	100.00
2543	54.74	85.20	9.51	14.80	64.25	100.00
2544	58.62	85.35	10.06	14.65	68.68	100.00
2545	61.82	85.13	10.8	14.87	72.62	100.00
2546	69.36	87.40	10	12.60	79.36	100.00
2547	74.80	86.52	11.65	13.48	86.45	100.00
2548	79.53	87.35	11.52	12.65	91.05	100.00
2549	81.49	85.50	13.82	14.50	95.31	100.00
2550	83.23	85.20	14.46	14.80	97.69	100.00
รวม	668.89		108.16		777.05	

ที่มา: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th>

ตารางที่ 1-1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในรอบระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2541 – 2550 ภายในระยะเวลา 10 ปีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 64 จากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2541 59.44 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 97.69 ล้านคนในปี พ.ศ. 2550 โดยในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 83.23 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 85.20 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 14.46 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 14.80



ภาพที่ 1-1 กราฟแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ย้อนหลัง 10 ปี

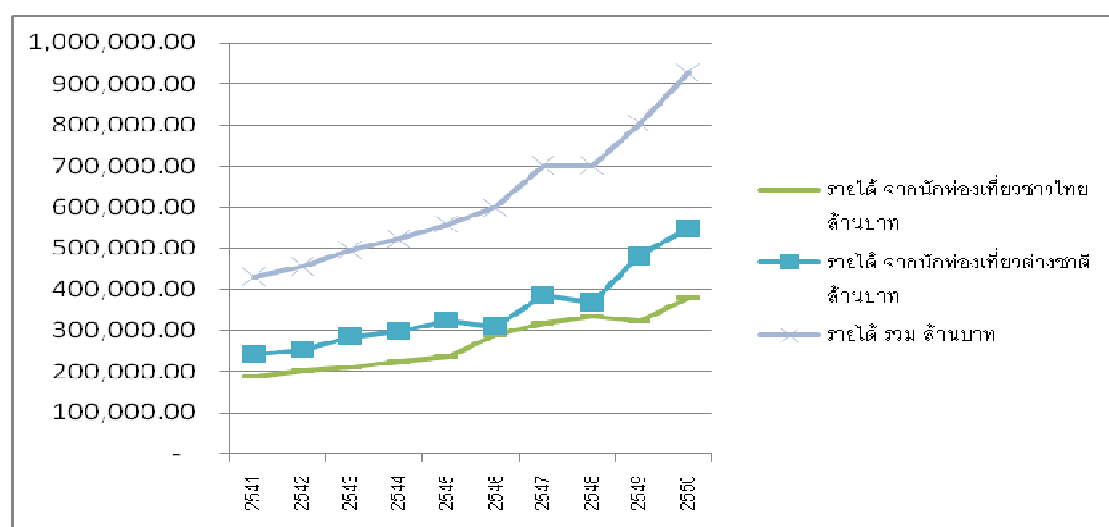
ที่มา: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th>

เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยดังภาพที่ 1-1 แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุกปี

ตารางที่ 1-2 แสดงรายได้รวมจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย ย้อนหลัง 10 ปี

ปี	รายได้					
	จากนักท่องเที่ยวชาวไทย		จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ		รวม	
	ล้านบาท	(%)	ล้านบาท	(%)	ล้านบาท	(%)
2541	187,897.82	43.69	242,177.00	56.31	430,074.82	100.00
2542	203,179.00	44.54	253,018.00	55.46	456,197.00	100.00
2543	210,516.15	42.46	285,272.00	57.54	495,788.15	100.00
2544	223,732.14	42.80	299,047.00	57.20	522,779.14	100.00
2545	235,337.15	42.11	323,484.00	57.89	558,821.15	100.00
2546	289,986.81	48.39	309,269.00	51.61	599,255.81	100.00
2547	317,224.62	45.22	384,360.00	54.78	701,584.62	100.00
2548	334,716.79	47.67	367,380.00	52.33	702,096.79	100.00
2549	322,533.71	40.07	482,319.00	59.93	804,852.71	100.00
2550	380,417.10	40.98	547,782.00	59.02	928,199.10	100.00
รวม	2,705,541.29		3,494,108.00		6,199,649.29	

ที่มา: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th>



ภาพที่ 1-2 กราฟแสดงรายได้รวมจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย ย้อนหลัง 10 ปี

ที่มา: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th>

เมื่อพิจารณารายได้รวมจากการท่องเที่ยวย้อนหลัง 10 ปีดังตารางที่ 1-2 จะเห็นได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2550 สูงประมาณ 900,000 ล้านบาท และเมื่อพิจารณาในสัดส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติพบว่า สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเมืองไทยมีจำนวนเพียงร้อยละ 14.80 ในปี พ.ศ. 2550 แต่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยสูงถึง 547,782 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.02 โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีในอัตราที่สูงดังภาพที่ 1-2 แสดงให้เห็นถึง ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นรายได้หลักของประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและเกิดการจ้างงานในท้องถิ่น สร้างรายได้หมุนเวียนให้แก่ชุมชนอันจะนำมาซึ่งความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจโดยรวม (<http://www.tourism.go.th>)

จังหวัดนครศรีธรรมราชนับเป็นจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ยังคงเป็นทรัพยากรที่สำคัญ รอคอยค้นพบและนำมาจัดการให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จากข้อมูลการบริการและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชปี พ.ศ. 2548 ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมีจำนวน 473 แห่ง โดยแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 282 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน 103 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชุมชนและกิจกรรม 88 แห่ง โดยมีผู้มาท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2548 ทั้งหมด 1,233,396 คน สร้างรายได้ให้แก่จังหวัดถึง 2,922.29 ล้านบาท (<http://www.nakhonsi-thammarat.go.th>) โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงดังนี้ วัดพระมหาธาตุทิวามหาวิหาร น้ำตกอ้ายเขียว บ้านคีรีวง ยอดเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง อ่าวขนอม น้ำตกกะโรม น้ำตกสุนันทา ชายทะเลปากพ่องและแหลมตะลุมพุก เป็นต้น

อุทยานแห่งชาติเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งที่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งในประเทศไทยมีอุทยานแห่งชาติอยู่หลายแห่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวครอบคลุมตั้งแต่ ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ทะเล อ่างเก็บน้ำ เป็นต้น

ตารางที่ 1-3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง เทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศ

ปี	อุทยานแห่งชาติเขาหลวง		รวมทุกอุทยาน	
	จำนวน (คน)	%	จำนวน (คน)	%
2541	536,829	3.19	16,848,439	100.00
2542	255,055	1.65	15,503,978	100.00
2543	130,901	0.86	15,177,663	100.00
2544	125,264	0.85	14,700,503	100.00
2545	129,655	0.85	15,336,830	100.00
2546	135,794	0.95	14,364,262	100.00
2547	117,270	0.87	13,433,057	100.00
2548	173,207	1.30	13,374,674	100.00
2549	220,354	1.55	14,201,767	100.00
2550	89,114	0.73	12,232,785	100.00
รวม	1,913,443	1.32	145,173,958	100.00

ที่มา: สถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติและวนอุทยาน เข้าถึงได้จาก <http://www.dnp.go.th>

ตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติดังตารางที่ 1-3 ในรอบระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 – 2550 ทั้งหมดจำนวน 145,173,958 คน เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในรอบ 10 ปี จำนวน 777.05 ล้านคน พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติคิดเป็นร้อยละ 18.68 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (<http://www.dnp.go.th>)

นครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคใต้ของไทยด้านตะวันออกติดทะเลอ่าวไทย ด้านทิศตะวันตกมีเทือกเขานครศรีธรรมราชทอดยาวจากเหนือจรดใต้ เป็นเทือกเขาที่มียอดเขาสูงที่สุดในภาคใต้คือยอดเขาหลวงซึ่งมีความสูง 1,835 เมตร และเป็นที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง สถานที่ที่เป็นแหล่งกำเนิดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมายไม่ว่าจะเป็น น้ำตก ถ้ำ ป่าไม้ ลำธาร โดยหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งถูกค้นพบภายหลังความวุ่นวายในประวัติศาสตร์การต่อสู้ทางการเมืองในอดีตจบลงคือ น้ำตกกรุงชิง ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวงหรืออีกชื่อคือ น้ำตกฝนแสนห่า หรือในภาษาพื้นเมืองคือ หนานฝนแสนห่า ฝนแสนห่ามีที่มาจากละอองน้ำที่ตกกระทบโขดหินมี

ลักษณะเหมือนละอองฝนจึงเป็นที่มาของชื่อน้ำตกฝนแสนห่าที่ขึ้นชื่อถึงความสวยงามจนกระทั่งได้มีโอกาสไปปรากฏในธนบัตรฉบับละ 1,000 บาท แบบเก่าของไทยอีกด้วย ปัจจุบันมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นที่ให้บริการนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง อาทิ โรงแรมหน้าไพรวัลย์ โรงแรมบ้านวังศิลา โรงแรมสวนฝากฟ้า โรงแรมปันตะวันอีโคลอจ และโรงแรมกรุงชิง ซีวิว ซึ่งส่วนใหญ่ให้บริการทั้งที่พักและบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศแก่นักท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ เช่น เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ล่องแก่ง ดูนก เทียน้ำตก แคมป์ปิ้ง ชมพรรณไม้ เดินถ้ำ และชมทะเลหมอก เป็นต้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวงในรอบ 10 ปี ดังตารางที่ 1-3 มีจำนวน 1,913,443 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติทั้งหมด (<http://www.dnp.go.th>)

ตารางที่ 1-4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง

เดือน	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน (คน)	%	จำนวน (คน)	%	จำนวน(คน)	%
ต.ค.-50	152	61.79	94	38.21	246	100.00
พ.ย.-50	624	95.56	29	4.44	653	100.00
ธ.ค.-50	5,088	99.10	46	0.90	5,134	100.00
ม.ค.-51	3,838	98.92	42	1.08	3,880	100.00
ก.พ.-51	6,859	99.06	65	0.94	6,924	100.00
มี.ค.-51	6,604	98.74	84	1.26	6,688	100.00
เม.ย.-51	25,044	99.73	69	0.27	25,113	100.00
พ.ค.-51	3,184	98.91	35	1.09	3,219	100.00
มิ.ย.-51	1,933	94.57	111	5.43	2,044	100.00
ก.ค.-51	3,231	97.44	85	2.56	3,316	100.00
ส.ค.-51	4,721	98.11	91	1.89	4,812	100.00
ก.ย.-51	2,976	98.94	32	1.06	3,008	100.00
รวม	64,254	98.80	783	1.20	65,037	100.00

ที่มา: สถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติและวนอุทยาน เข้าถึงได้จาก <http://www.dnp.go.th>

จากเดือนตุลาคม พ.ศ. 2550 ต่อเนื่องถึงเดือนกันยายน 2551 รายงานจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวงดังตารางที่ 4 จะพบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวงส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งสูงถึงร้อยละ 98.80

จากความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศและจังหวัดนครศรีธรรมราช การสร้างความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของสถานที่ที่เกี่ยว รวมถึงการมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อการดำรงอยู่ของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นทรัพยากรที่คงความอุดมสมบูรณ์ในอนาคต ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีจุดประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง และศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย (พ.ศ. 2548 -2549) ในแผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แห่งชาติ ปี พ.ศ. 2548 – 2549 ในหัวข้อแผนงานการตลาดและประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มุ่งเน้นให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน โดยมุ่งหวังเพื่อนำความรู้ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหนึ่งในองค์ความรู้ในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของจังหวัดนครศรีธรรมราชและของไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา (Objectives of the Study)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Result)

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ทำให้ทราบถึงความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ย ของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. ทำให้ได้ข้อมูลในการวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตการศึกษา (Scope of the Study)

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา มีดังนี้

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ระยะเวลาในการศึกษา

ผู้วิจัยทำการศึกษาในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2553

นิยามคำศัพท์ (Definition of Terms)

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนักท่องเที่ยว (Tourists) ที่พักค้างคืน และนักท่องเที่ยวที่ไม่นอนพักค้างคืน

บทที่ 2

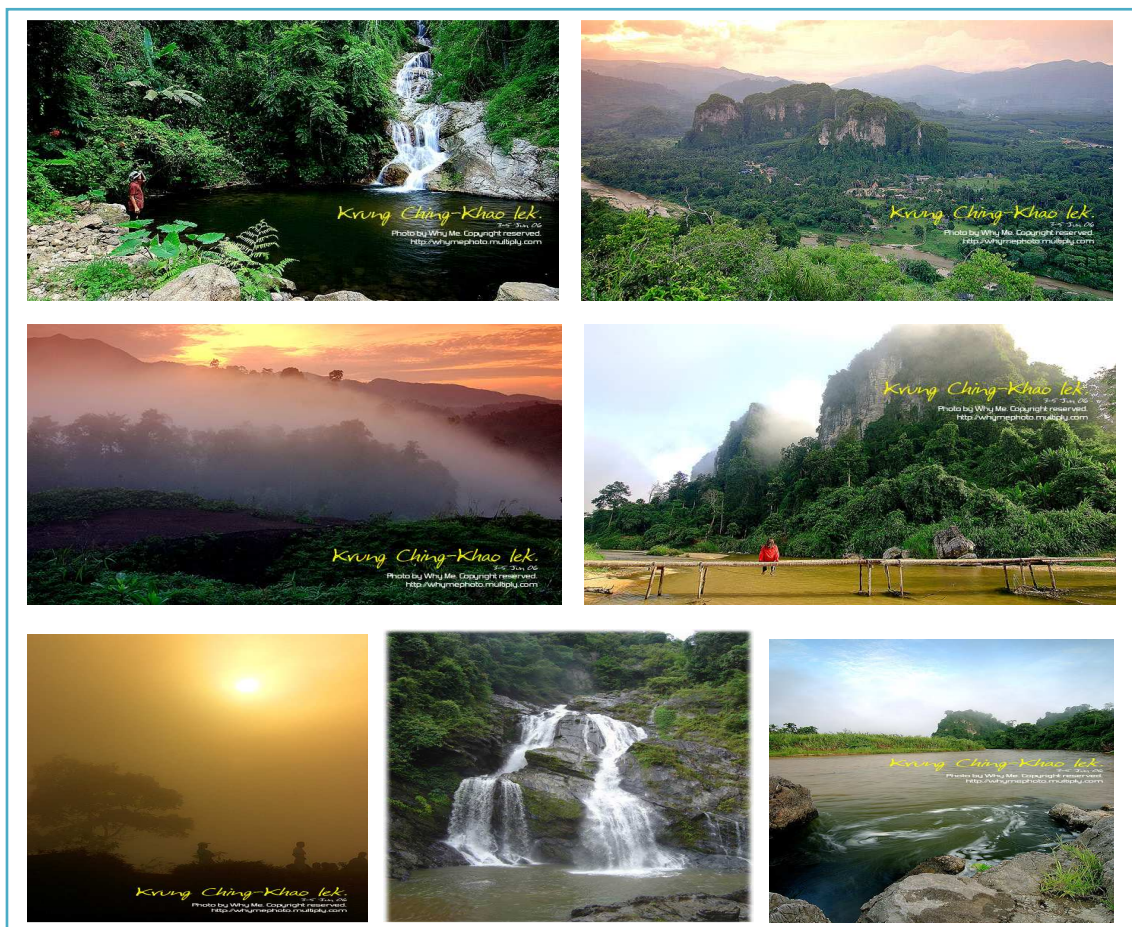
การตรวจเอกสาร (REVIEW OF RELATED LITERATURE)

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎี ตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามรายละเอียดดังนี้

- 1 ประวัติและความเป็นมาของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง
- 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 2.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
 - 2.3 ความหมายของนักท่องเที่ยว
 - 2.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
 - 2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
 - 2.6 ทรัพยากรการท่องเที่ยว
 - 2.7 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 2.8 ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและการตลาดบริการ
 - 3.1 ความหมายของพฤติกรรม
 - 3.2 แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค
 - 3.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
 - 3.4 ส่วนประสมการตลาดบริการ
- 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1 ประวัติและความเป็นมาของอุทยานแห่งชาติเขาลงน้ำตกรุงชิง

น้ำตกรุงชิง ตั้งอยู่ในเขต อุทยานแห่งชาติเขาลงน้ำตกรุงชิง “กรุงชิง” เป็นชื่อสถานที่แห่งหนึ่งในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตำนานของป่าแห่งนี้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล่าขานถึงเมืองโบราณกลางป่าลึก หรือประวัติที่เคยเป็นหลักฐานที่ม่นใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในภาคใต้ของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยและยังมีร่องรอยหลงเหลืออยู่ เช่น สนามบาสเกตบอล หรือถ้ำที่ใช้เป็นเสบียงกรัง ทำให้ป่าน้ำตกรุงชิงมีเสน่ห์ลึกลับชวนสัมผัสอย่างยิ่ง ซึ่งเชื่อกันว่าเคยเป็นชุมชนมาแต่สมัยโบราณ เป็นพื้นที่ที่มีประวัติการต่อสู้อันเกิดจากความขัดแย้งในด้านความคิด ในการปกครองพื้นที่ผืนป่ากรุงชิง โดยพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2517 ต่อมาฝ่ายรัฐบาลสามารถยึดพื้นที่ได้ ทำให้พรรคคอมมิวนิสต์ที่กรุงชิงแตกในปี 2524 คำว่า “ชิง” เป็นชื่อของ ต้นชิง ซึ่งเป็นพันธุ์ไม้ในตระกูลปาล์มชนิดหนึ่งที่มีมากในเขตนี้และอุดมไปด้วยพรรณไม้นานา (<http://www.nakhonsi-thammarat.go.th>) ดังแสดงในภาพที่ 2-1 ที่แสดงถึงบรรยากาศภายในอุทยานฯ



ภาพที่ 2-1 แสดงภาพบรรยากาศที่อุทยานแห่งชาติเขาลงน้ำตกรุงชิง

ที่มา: <http://www.nakhonsi-thammarat.go.th>

สภาพพื้นที่ของกรุงชิงเป็นพื้นที่ราบสูงและมีภูเขาล้อมรอบ ซึ่งชาวบ้านเรียกกันว่า “อ่าวกรุงชิง” น้ำตกกรุงชิงเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ เกิดจากคลองกรุงชิงซึ่งไหลตัดผ่านหุบผาหินแกรนิต ลดระดับตามความลาดเอียงของภูเขา ก่อเกิดเป็นชั้นน้ำตกอันงดงาม น้ำตกกรุงชิงเปิดให้เที่ยวชมจำนวน 7 ชั้น จากที่ทำการอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเมื่อเดินไปถึงน้ำ ตกจะพบชั้นที่ 7 ก่อนแล้วจึงจะไต่ป็นลงเนินเขาไปชมน้ำตกชั้นอื่น ๆ ต่อไป แต่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะไปเที่ยวชมน้ำตกกรุงชิงเฉพาะน้ำตกชั้นที่ 7 ชั้นของน้ำตกมีดังนี้ (<http://www.nakhonsithammarat.go.th>)

1. ชั้นที่ 7 วังเรือบิน ลักษณะน้ำเป็นวัง น้ำเป็นสีเขียวอ่อน ตรงกลางมีเนินทรายให้นักท่องเที่ยวใช้พักผ่อนเล่นน้ำ มีก้อนหินก้อนสายน้ำเป็นเขื่อนหินคนสามารถเดินข้ามไปอีกฝากหนึ่งได้ ในน้ำจะมีฝูงปลาแหวกว่ายให้ชม

2. ชั้นที่ 6 ต้นตอ ที่เรียกต้นตอ เพราะเดิมมีสะดอป่าต้นสูงใหญ่หลายต้นขึ้นหนาบอยู่สองฝั่ง น้ำตกเป็นกระแสน้ำตามหน้าผาหักชันสูงประมาณ 20 เมตร ลงสู่อ่างใหญ่กว้างและลึกมาก น้ำเป็นสีเขียวอ่อน จากวังเรือบินถึงต้นตอ จะต้องเดินลงเนินเขาสองข้างทางมีต้นไม้ใหญ่ขึ้นอยู่เต็ม

3. ชั้นที่ 5 หนานจัน จากต้นตอ เดินลงเนินเขามาอีก 700 เมตร ทางชันมากและมีหน้าผา "หนานจัน" สูงประมาณ 20 เมตร กระแสน้ำแผ่กว้างเป็นผืนผ้า ที่เรียกว่า หนานจัน เพราะจะต้องไต่ขอบลำธารลงไปถึงแอ่งน้ำตก จึงจะพบหน้าผาชันสองข้างลำธาร ทางน้ำหักชันพุ่งตกลงไป อีก 30 เมตร ไหลลงมาเป็นสองข้างทาง ทำให้เกิดไอน้ำกระทบหินดูสวยงามมาก ซึ่งเป็นจุดจัน หนทางไต่ขอบลำธารไปไม่ได้อีก

4. ชั้นที่ 4 หนานโจน จากหนานจัน จะต้องเดินลงจากเนินเขาซึ่งทางแคบและชัน ที่เรียกว่า "หนานโจน" เพราะกระแสน้ำรวมตัวเป็นเกลียวกระโจนลงมาเป็นวงโค้ง และมีแอ่งน้ำลึกมาก น้ำเป็นสีเขียวแก่ มีก้อนหินเป็นหน้าผาใหญ่ เมื่อน้ำไหลตามช่องหน้าผาสายน้ำกระทบกับก้อนหิน ทำให้เกิดไอน้ำสวยงาม

5. ชั้นที่ 3 หนานปลิว จากหนานโจน ปีนเนินเขาลงมาข้างทางจะมีถ้ำวัลย์และต้นไม้ให้เป็นที่ ยึดเกาะกุม "หนานปลิว" สูงประมาณ 40 เมตร ที่เรียกหนานปลิวเพราะผาของน้ำตกเป็นชอก เล็กปรับมัด ทำให้น้ำแยกเป็นละอองปลิวกระจาย น้ำไหลตามช่องหน้าผาเป็น 2 สาย ตกกระทบ ก้อนหินขนาดใหญ่ ทำให้เกิดไอน้ำเหมือนหนานโจน น้ำในแอ่งมีลักษณะสีเขียวใส

6. ชั้นที่ 2 หนานฝนแสนห่า หนานฝนแสนห่า เป็นชั้นที่สวยงามที่สุด ของน้ำตกกรุงชิงจากหนานปลิวจะต้อง ปีนลงมาจากหน้าผาสูงชันมาก จึงต้องระมัดระวังการปีนมากกว่าชั้นอื่น ๆ ลักษณะเป็นอ่าวและมีหน้าผาสูง น้ำไหลเป็นสองสายไหลลงมากกระทบกับหน้าผาสูง 100 เมตร และกระทบกับก้อนหิน เบื้องล่าง น้ำกระจายออกเป็นละอองเหมือนเม็ดฝนหรือห่าฝนคล้ายฝนตก

จึงเรียกว่า ฝนแสนห่า สีของน้ำในแอ่งเป็นสีเขียวแกมมีก้อนหินเล็กใหญ่มากมาย แต่ละก้อนเป็นสีดำ และมีตะไคร่น้ำเกาะ อยู่ตามผนังหิน

7. ชั้นที่ 1 หนานมัดแพ เมื่อเดินไต่เขาลงมาจะพบ หนานมัดแพ น้ำตกเป็นกระแสน้ำสาย ไหล โอบชะง่อนหินลงมารวมเป็นสายเดี่ยว ตกกระทบหินหักลาดเป็นชั้นบันไดสามชั้น สูงประมาณ ชั้นละ 10 เมตร ลงสู่แอ่งลึกและกว้างน้ำเป็นสีเขียวอ่อน ๆ แต่ลงเล่นได้ไม่เป็นอันตราย สองข้าง มี ชะง่อนหินราบเป็นแผ่นเรียบ และต้นไม้ให้ร่มทั่วไป

นอกจากการเที่ยวชมน้ำตกและศึกษาประวัติศาสตร์แล้ว น้ำตกกรุงชิงยังมีแหล่งธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพที่สวยงาม มีเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ เข้าค่ายอนุรักษ์ ธรรมชาติ ศึกษาพันธุ์ไม้ ชมนกและล่องแก่งอีกด้วย (<http://www.nakhonsithammarat.go.th>)

1.1 ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่อุทยานฯ ครอบคลุมเทือกเขานครศรีธรรมราชตอนกลาง ประกอบด้วยเทือกเขาสูง สลับซับซ้อนทอดยาวเหนือจรดใต้ มีที่ราบตามหุบเขาเล็กน้อย ดินบนภูเขาเป็นดินที่เกิดจากการผุ สลายของหินแกรนิต มียอดเขาสูงสุดคือ ยอดเขาหลวง สูงจากระดับน้ำทะเล 1,835 เมตร เป็นต้น กำเนิดของต้นน้ำลำธารหลายสาย เช่น คลองกรุงชิง คลองเขาแก้ว คลองท่าแพและคลองละลาย เป็นต้น (<http://www.nakhonsithammarat.go.th>)

1.2 ลักษณะภูมิอากาศ

ด้วยเหตุที่อุทยานแห่งชาติแห่งนี้ตั้งอยู่บนคาบสมุทรมุข จึงได้รับลมมรสุมที่พัดผ่านทะเลทั้ง สองด้าน ทำให้ฝนตกเกือบตลอดปีและมีอากาศค่อนข้างเย็น ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยตลอดปี 3,500 - 4,000 มิลลิเมตร อุณหภูมิต่ำสุดประมาณ 15 - 17 องศาเซลเซียส ในช่วงเดือนธันวาคม และ อุณหภูมิสูงสุดประมาณ 28 - 30 องศาเซลเซียส ในช่วงเดือนเมษายน (<http://www.nakhonsi-thammarat.go.th>)

1.3 พันธุ์ไม้และสัตว์ป่า

อุทยานแห่งชาติเขาหลวง มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเทือกเขาสูง ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมทั้ง สองด้าน ทำให้มีสภาพชื้นและปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยสูง พืชพรรณไม้ส่วนใหญ่จึงเป็นสังคมพืชป่าดง ดิบชื้น ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ (<http://www.nakhonsi-thammarat.go.th>)

ป่าดิบเขา (Hill Evergreen Forest) เป็นป่าที่ขึ้นอยู่เหนือระดับน้ำทะเลปานกลางตั้งแต่ 100 เมตรขึ้นไปจนถึงยอดเขาที่มีเมฆหมอกคลุม พันธุ์ไม้ที่สำคัญได้แก่ เหเมียด กายาน แดงเขา ก่อ เขา บุญนาคนา จำปูนช้าง พืชคลุมดินส่วนใหญ่คล้ายป่าดิบเขาระดับต่ำแต่จะมีพืชหญ้าขึ้นมาก ได้แก่ บัวแฉกใบใหญ่ บัวแฉกใบมน

ป่าดงดิบชื้น (Tropical Forest หรือ Tropical Evergreen Forest) ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของอุทยานแห่งชาติเกือบทั้งหมด พืชประจำถิ่นและไม้ที่มีค่าทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ได้แก่ ไม้ยาง ตะเคียนทอง ไซเขียว ตะเคียนทราย สยาขาว กระบากดำ กระบากขาว พันจำ หลุมพอ เอียนเซียด อบเชย เทพธำโร จำปาป่า ก่อต่างๆ แดงคาน แดงเขา และยมป่า เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี กุหลาบพันปี กุหลาบป่าหรือกุหลาบเขาหลวง เต่าร้าง บีโกเนีย หรือ ก้ามกุ้งหลายชนิด และ มหาสดำ (เฟิร์นต้น Tree Fern) เป็นต้น

พืชในวงศ์กล้วยไม้ที่เขาลงคาดว่าจะมีอยู่มากกว่า 300 ชนิด บางชนิดเป็นกล้วยไม้เฉพาะถิ่นที่พบเพียงแห่งเดียวในโลก เช่น สิงโตพัดเหลือง สิงโตอาจารย์เต็ม ขนตาสิงโต เอื้องสายเสียดสั้น เอื้องแดงหิน กล้วยปลอก เอื้องคีรีวง เป็นต้น

ในส่วนของสัตว์ป่า พบว่าในอุทยานแห่งชาติเขาลงเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าไม่น้อยกว่า 327 ชนิด สัตว์ป่าที่พบเห็น เช่น สมเสร็จ เลียงผา ลิงกัง เม่นหางพวง เสือลายเมฆ เก้ง กวาง เสือด่า เสือโคร่ง หมีหมา ค่างดำ ค่างแว่นถิ่นใต้ สัตว์จำพวกนก เช่น นกอินทรีดำ ไก่ฟ้าหน้าเขียว ไก่ป่า นกเขาเปล้าธรรมดา นกกะหัว นกเงือกหัวหงอก นกเงือกปากดำ นกกก นกชนหิน นกโพระดกหลากหลาย และนกกินปลี ฯลฯ (<http://www.nakhonsithammarat.go.th>)

1.4 การเดินทาง

น้ำตกกรุงชิงอยู่บริเวณหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาลง ที่ขล.4 (น้ำตกกรุงชิง) เดินทางโดยออกจากตัว เมืองนครศรีธรรมราชไปตามเส้นทาง 4015 แล้วเลี้ยวขวาเข้าเส้นทาง 4016 ผ่านทางเข้าน้ำตกพรมโลก น้ำตก อ้ายเขียว น้ำตกยอดเหลือง แล้วไปต่อตามเส้นทาง 4186 ถึงบ้านห้วยพาน เลี้ยวซ้ายเข้าเส้นทาง 4188 ราว 62 กิโลเมตร จะพบป้ายทางเข้าน้ำตกกรุงชิงอยู่ทางซ้ายมือ ไปตามทางลูกรังอีก 8 กิโลเมตร (<http://www.nakhonsithammarat.go.th>) แสดงรูปแผนที่ได้ดังภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2-2 แสดงแผนที่อุทยานแห่งชาติเขาลง น้ำตกกรุงชิง

ที่มา: <http://www.thaitraveltalk.com>

1.5 กิจกรรม

นอกจากการเที่ยวชมน้ำตกและศึกษาประวัติศาสตร์แล้ว น้ำตกกรุงชิงยังมีแหล่งธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพที่สวยงาม มีเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ เข้าค่ายอนุรักษ์ธรรมชาติ ศึกษาพันธุ์ไม้ ชมนก เทียวถ้ำ ชมทะเลหมอก แค้มป์ปิ้ง และล่องแก่ง ฯลฯ (<http://www.nakhonsithammarat.go.th>) แสดงภาพกิจกรรมดังกล่าวที่ 2-3



ภาพที่ 2-3 แสดงกิจกรรมภายในอุทยานแห่งชาติเขาลงน้ำตกกรุงชิง
ที่มา: <http://www.thaitraveltalk.com>

2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

โดยทั่วไปการท่องเที่ยวจะหมายถึง ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอาจหมายรวมถึง บุคคลที่เดินทางเข้าไปร่วมการประชุมทางวิชาการ ทางการเมือง การประชุมธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วย (วิมล จิโรจพันธุ์, ประชิต สกฤษณ์พัฒน์ และอุดม เขยกิจวงศ์, 2548, 47)

วรรณ วรชวานิช (2539, 7) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้มีความหมายเพียงแต่การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมถึงการเดินทางทั้งภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของคนที่เดินทางและพักผ่อนในสถานที่ที่แตกต่างจากสิ่งแวดล้อมตามปกติของพวกเขา (McIntosh, Goeldner and Ritchie, 1995, 11)

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543, 19) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อทำการศึกษาและพักผ่อน

หย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ

ยุพดี เสตพรพรณ (2543, 188) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางตามเงื่อนไขที่กำหนดเป็นสากล 3 ประการ คือ เดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราว เดินทางโดยสมัครใจและไม่ใช่เดินทางไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และไม่ใช่นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในจังหวัดที่เดินทางไป

นิคม จารุมณี (2544, 1) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

- 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนอื่น ๆ (วิมล จิโรจพันธุ์ และคณะ, 2548, 48)

2.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

จุดประสงค์ของการเดินทาง ไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อน หรือสนุกสนานรื่นเริง แต่ยังรวมถึงเพื่อประชุมสัมมนา ศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา ติดต่อธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ (ยุพดี เสตพรพรณ, 2543, 188)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, 13-14) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ใดก็ได้ ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเดินทาง แบ่งออกเป็น 9 อย่าง ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday – Mass Popular Individual) เป็นการเดินทางในวันหยุดหรือพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร เป็นการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป

2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะ การแสดง ฯลฯ

3) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Education) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬา หรือเดินทางเพื่อความสนุกบันเทิงใจ

5) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์

6) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น วาดรูป ถ่ายภาพ ฯลฯ

7) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend/Relation) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตร อันเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพให้ดียิ่งขึ้น

8) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่ได้จัดเวลาให้เหลือหรือว่างจากการปฏิบัติธุรกิจในประเทศนั้นเพื่อถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวอีกสักพักหนึ่ง

9) การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเพื่อร่วมการประชุมสัมมนา

กวี วรกวิน, พิพัฒน์ นวลอนันต์ และพิเศษ เสนาวงษ์. (2546, 9) ได้กล่าวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่เกิดจากการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมในเรื่องเกี่ยวกับการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ กัน ที่ไม่ใช่เพื่อการย้ายถิ่นฐานแบบถาวร โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1) เพื่อความบันเทิงหรือความสนุกสนานหรือความสำราญใจ และการพักผ่อนหย่อนใจ จากภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม รวมทั้งจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วย เช่น การชมวิวกจากภูเขาสูง การชมดนตรี การชมงานศิลปะ การอาบแดดเล่นน้ำทะเล การเล่นของเล่นในสวนสนุก เป็นต้น

2) เพื่อการศึกษาทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม เช่น การเดินป่าเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับพืชพรรณและสัตว์ป่า การศึกษาโบราณสถานและโบราณวัตถุ การศึกษาดูงานในต่างประเทศ เป็นต้น

3) เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการเล่นกีฬา เพื่อมีสการสังคีตศิลป์ การพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง เป็นต้น

จากวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การติดต่อทางธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ แต่การท่องเที่ยวต้องเป็นกร

เดินทางเพียงชั่วคราว ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพถาวร และไม่เป็นการถาวรบังคับ ต้องเดินทางด้วยความสมัครใจ

2.3 ความหมายของนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, 136) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยว (Tourist) ไว้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางอยู่ในประเทศหนึ่งประเทศใดที่มีใช้บ้านเมืองที่อยู่อาศัยเป็นประจำเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ยุพดี เสตพรรณ (2543, 287) ได้ให้ความหมายของ นักท่องเที่ยว (Tourist) ไว้ว่า นักท่องเที่ยว คือผู้เยี่ยมชมที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้นโดยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น ทั้งนี้ ต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน หรืออยู่เกิน 24 ชั่วโมงขึ้นไป แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาพำนักในประเทศไทยครั้งหนึ่งไม่น้อยกว่า 1 คืน (24 ชั่วโมง) และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์มาพักผ่อน เยี่ยมญาติ ประชุม เป็นตัวแทนสมาคมหรือหน่วยงาน ติดต่อธุรกิจ หรือมากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอดไม่น้อยกว่า 1 คืน

2) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist, Foreign Tourist) คือคนไทยหรือต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางจากจังหวัดที่อาศัยเป็นปกติไปยังจังหวัดอื่น โดยมีใช้ไปเพื่อหารายได้และพักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวโดยได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้ (โกมุทพันธุ์ ผลสิทธิ์, 2542, 14)

1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือบุคคลที่มีได้มีที่พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย

2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่ค้างคืน (International Tourist) คือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ครั้งอย่างน้อย 1 ครั้ง แต่ไม่เกิน 60 วัน

3) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) คือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ครั้งโดยมิได้ค้างคืน

4) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทยและเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช้เป็นที่

ที่อยู่ประจำของเขา เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา การประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น

5) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) คือนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

6) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) คือนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี (ราณี อธิชัยกุล, 2546, 34)

2.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ หรือที่เรียกว่า 3 As อันได้แก่ (Collier and Harraway, 1997, 184)

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นสิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Sites) และเหตุการณ์ (Events) สถานที่นั้นอาจเกิดจากธรรมชาติเป็นผู้สร้าง หรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างเพียงอย่างเดียว

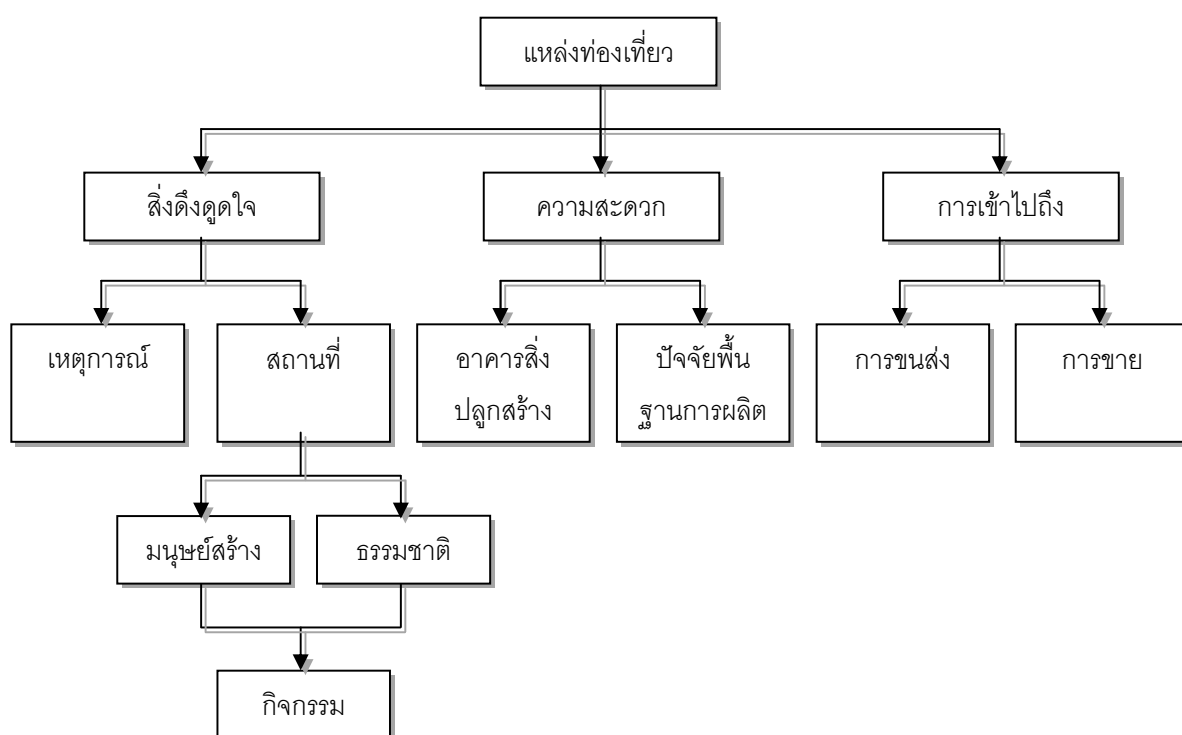
2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยว หรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานในการผลิต (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้สิ่งก่อสร้างอื่น ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก โรงพยาบาล ตลอดจนระบบการกำจัดของเสีย ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไปกับแหล่งท่องเที่ยว

3) การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง (The Way) พาหนะ (The Vehicle) สถานี (The Terminal) และผู้ประกอบการ (The Carrier) การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคน และสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทาง หรือต่อลำเลียง

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการดังกล่าว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) แต่การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะอย่าง เช่น กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มผจญภัย และกลุ่มนักวิชาการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ หรือปัจจัยพื้นฐานในการผลิตบางอย่างอาจมีความจำเป็นน้อย เพราะกลุ่มเหล่านี้ต้องการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติ

และวัฒนธรรมเดิม การสร้างปัจจัยการผลิตและสิ่งอำนวยความสะดวก หากขาดการวางแผนที่ดีก็ย่อมกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ

องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประการ เป็นผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (The Tourism Product) ซึ่งทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นได้รับการต้อนรับจากผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยวองค์ประกอบทั้ง 3 As สามารถเขียนเป็นแผนภูมิ สังเกตได้จากภาพที่ 2-4 ดังนี้ (Collier and Harraway, 1997, 184)



ภาพที่ 2-4 แสดงองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา: Collier and Harraway, 1997, 184

ซูสิทธิ์ ชูชาติ (2542, 8) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน คือ

1) การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้คนสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ถ้าปราศจากการขนส่ง การท่องเที่ยวก็ไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก การขนส่งทางน้ำ และการขนส่งทางอากาศ

2) ที่พัก (Accommodation) จำเป็นต้องมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม (Hotel) รีสอร์ท (Resorts) เรือนแรม (Guest House) ฯลฯ การจัดการที่พัก

อาจแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3) สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่างๆ (Attraction, Activity and Ancillary Services) นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจ และความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ความประทับใจอาจเกิดขึ้นได้จาก สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริง ตลอดจนกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย และการฟ้อนรำ เป็นต้น

4) การขาย (Sales) การขายทำให้เกิดการกระจายผลผลิตด้านการท่องเที่ยว จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้ขายส่งบริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Retain Travel Agency) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ (Specially Chandlers) เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน หรือรถไฟ เป็นต้น

2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

วิชัย เทียนน้อย (2540, 3) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1) ความเครียดจากการทำงาน เพราะการทำงานต้องใช้กำลังกายและกำลังสมอง ร่างกายจึงต้องได้รับการพักผ่อน ซึ่งขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล

2) รายได้ของประชากรดีขึ้น ทำให้มีเงินออม และเหลือพอที่จะนำไปใช้เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวได้

3) การคมนาคมสะดวก เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญมาก ถ้าขาดการคมนาคมที่ดีแล้ว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะต้องเดินทางในระยะทางไกล ๆ ก็จะทำด้วยความยากลำบาก

4) มีเวลาว่าง เพราะเมื่อคนมีเวลาว่างจากการประกอบอาชีพ มักหาเวลาเพื่อการพักผ่อน และการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ

5) จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ชุมชนมีสภาพแออัด สิ่งแวดล้อมเป็นพิษ สถานที่ท่องเที่ยวตามย่านเมืองมีข้อจำกัด ในขณะที่สถานที่ชนบทมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการด้านสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชากรที่เพิ่มมากขึ้น

6) เหตุผลส่วนบุคคล เช่น ความอยากรู้อยากเห็น การที่ต้องเดินทางไปติดต่อธุรกิจ เดินทางไปเยี่ยมญาติ การเข้าร่วมประชุมสัมมนา เป็นต้น

2.6 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจปรากฏในลักษณะรูปธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ชายทะเล หรืออาจปรากฏในลักษณะนามธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึก เช่น ภาษา การละเล่น การแต่งกาย ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น (ราณี อธิชัยกุล, 2545, 5)

วินิจ วีรยางกูล (2532, 70) ได้ให้คำจำกัดความของทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรม ประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และได้แบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภท คือ

1) ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด และอ่างเก็บน้ำ เป็นต้น

2) ประเภทโบราณวัตถุสถานและศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ชุมชนโบราณ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

3) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สถาปัตยกรรมในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก และเหมือง

วรรณภา วงษ์วานิช (2539, 58) ให้ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งทีมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ชนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น ประเพณีสงกรานต์ หรือแข่งเรือ เป็นต้น โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Attractions) ทรัพยากรประเภทนี้นับว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อาจจะมีสวยงาม หรือแปลกประหลาด เช่น น้ำตก น้ำพุร้อน ถ้ำ ชายหาด ฝั่งทะเล เกาะ และอุทยานแห่งชาติ ซึ่งประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามมากประเทศหนึ่ง

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attractions) จะมีลักษณะตรงข้ามกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น เมืองใหญ่ ๆ ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาทิ สถานเริงรมย์ ศูนย์การค้า สวนสนุก โรงแรม ตลอดจนเทคโนโลยีที่ทันสมัย แต่ละแห่งจะมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ต่างกันไป บางเมืองจะมีสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจ สถาปัตยกรรมต่าง ๆ พระราชวัง ศาสนสถาน พิพิธภัณฑ์ อาคารที่ทำการของรัฐบาล ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ซึ่งทรัพยากรประเภทนี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวได้มากเช่นกัน

ยุพดี เสตพรธ (2543, 189-190) ให้ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรม ประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมของท้องถิ่น มีความเด่นเป็นเอกลักษณ์ ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน และแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท คือ ประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา และประเภทวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

ราณี อธิชัยกุล (2546, 38) ได้ให้ความหมายของ ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) ไว้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ซึ่งเมื่อจำแนกตามลักษณะของทรัพยากร แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

- 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ
- 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนสถาน
- 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี
- 4) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้น

2.7 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองแนวคิด การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมหรือ แบบประเพณีนิยม ซึ่งหมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยมุ่งส่งเสริมการขายบริการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ แต่ไม่ คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว

คำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นศัพท์บัญญัติที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นำมาใช้อย่างเป็นทางการใน พ.ศ. 2541 โดยให้ความหมายตรงกับคำว่า Ecotourism ใน ภาษาอังกฤษ ศัพท์บัญญัตินี้ได้รับความเห็นชอบจากราชบัณฑิตยสถาน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับการบัญญัติศัพท์แล้ว Ecotourism เป็นคำที่เกิดใหม่ในวงการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยนำคำ 2 คำมารวมกัน ได้แก่ Eco และ Tourism คำว่า Eco แปลตามรูปศัพท์ว่า บ้านหรือที่อยู่ อาศัย ส่วน Tourism แปลว่า การท่องเที่ยว Ecotourism จึงแปลว่า การท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่อยู่ อาศัย หมายความว่า การท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อมอันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่างๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์ ส่วนคำว่า นิเวศ ซึ่งเป็นคำภาษาสันสกฤตที่นำมาใช้ในภาษาไทย ก็แปลว่า บ้านหรือที่อยู่อาศัยเช่นกัน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2526)

นอกจากคำว่า Ecotourism แล้ว ยังมีคำอื่นๆ ที่มีความหมายใกล้เคียงหรือเกี่ยวข้อง กัน อีกหลายคำ ได้แก่ Green Tourism แปลว่า การท่องเที่ยวสีเขียว หมายถึง การท่องเที่ยวสถานที่ ทางธรรมชาติ โดยสีเขียวเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ Bio Tourism แปลว่า การท่องเที่ยวเชิงชีวภาพ ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ และ Agro Tourism แปลว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในด้านเกษตรกรรม เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของพืชผลไร่ นา และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความ ของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่น หลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทาง เศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย เพื่อขยายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จะขอ

กล่าวถึงคำนิยามที่มีบุคคลหรือองค์กรต่างๆให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย เป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งและได้รับการอ้างอิงถึงเสมอ ที่สำคัญมีดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, 2)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยววัฒนธรรม และการท่องเที่ยวนันทนาการ ประชุม สัมมนา (วิมล จิโรจพันธ์, ประชิด สกุนะพัฒน์ และอุดม เขยกิจวงศ์, 2548, 81-83)

การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเรียนรู้ ความเข้าใจในธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยยึดหลักการแห่งการแห่งการเคารพซึ่งศักดิ์ศรีของระบบนิเวศและเอื้ออำนวยประโยชน์และโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนและท้องถิ่นเป็นสำคัญ (วรรณษา วงษ์วานิช, 2539, 74)

เสรี เวชบุษกร (2538) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานโบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย"

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542, 44) กล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีหลักยึดเป็นแนวปฏิบัติที่สำคัญอยู่ 8 ประการ คือ

1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ทั้งสิ่งแวดล้อมด้านชีวภาพ ภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบทอดต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักการที่ว่าต้องไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือให้กระทบน้อยที่สุด เพื่อส่งผลต่อเนื่องถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ทำให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้ความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในสิ่งที่จะทะนุถนอมไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัว

5) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การกระจายรายได้

6) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านของจำนวนนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ชุมชน และสภาพแวดล้อมโดยรอบ

7) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

8) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ต้องการเข้ามาท่องเที่ยวหรือกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้กิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วิมล จิโรจพันธุ์ และคณะ (2548, 83) ได้อธิบายถึงลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ดังนี้

1) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและสัตว์ป่า

2) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มุ่งให้คนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ และได้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจให้มากที่สุด

3) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจหลักอยู่อยู่ที่สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและ/หรือวัฒนธรรมที่ยังคงความดั้งเดิมและบริสุทธิ์ ห่างไกลความเจริญแบบสังคมเมือง

4) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว ให้มีความสมดุลกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่

2.8 ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วิมล จิโรจพันธ์ และคณะ (2548, 85-86) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ

1) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental Education-Based Tourism)

2) องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-System) ในพื้นที่นั้น ๆ

3) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of Local Community or People Participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

4) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible Travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีองค์ประกอบที่หลัก 4 ประการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) ซึ่งประกอบด้วย

1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ

2) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible Travel) ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึก

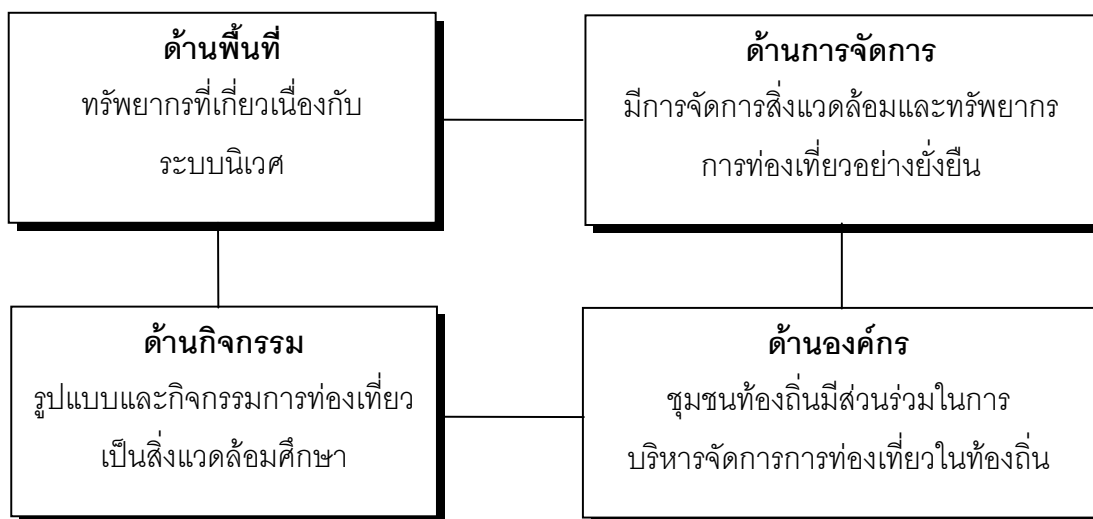
4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชน ท้องถิ่นที่มีส่วนร่วม เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น ยกกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตน อีกทั้งยังเป็น การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย

กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, 2-3) ได้อธิบายถึง องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ประกอบด้วย 4 ประการด้วยกัน คือ

1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-System) ในพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-Based Tourism)

2) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental Education-Based Tourism)

3) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of Local Community or People Participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการรับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดแล้วท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี่เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Grass Root) จนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation-Based Tourism) ดังภาพที่ 2-5



ภาพที่ 2-5 แสดงองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ที่มา: กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, 3

3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและการตลาดบริการ

3.1 ความหมายของพฤติกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมานานแล้ว เพราะมนุษย์ทุกคนจำเป็นต้องบริโภคสินค้าและบริการเพื่อการดำรงชีพ ในโลกปัจจุบันวิวัฒนาการทำให้มนุษย์มีความต้องการที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น กระบวนการสร้างความพึงพอใจจึงมีความซับซ้อนมากขึ้น เช่นเดียวกัน (สุกร เสรีรัตน์, 2544, 5) ดังนั้นกระบวนการในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์จึงจำเป็นต้องอาศัยความรู้พื้นฐานจากพฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้รู้ได้มีการให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การศึกษาบุคคล กลุ่มบุคคลและองค์กรมีการเลือก การซื้อ การใช้ และการทำให้หมดไปซึ่งสินค้าและบริการ ความคิด หรือประสบการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของคนเหล่านั้นอย่างไร (Kotler and Keller, 2006, 163)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การศึกษากระบวนการที่เกี่ยวข้องเมื่อบุคคล หรือกลุ่มบุคคลทำการเลือก การซื้อ การใช้หรือการทำให้หมดไปซึ่งสินค้าและบริการ ความคิด หรือประสบการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนา (Solomon, 2004, 7)

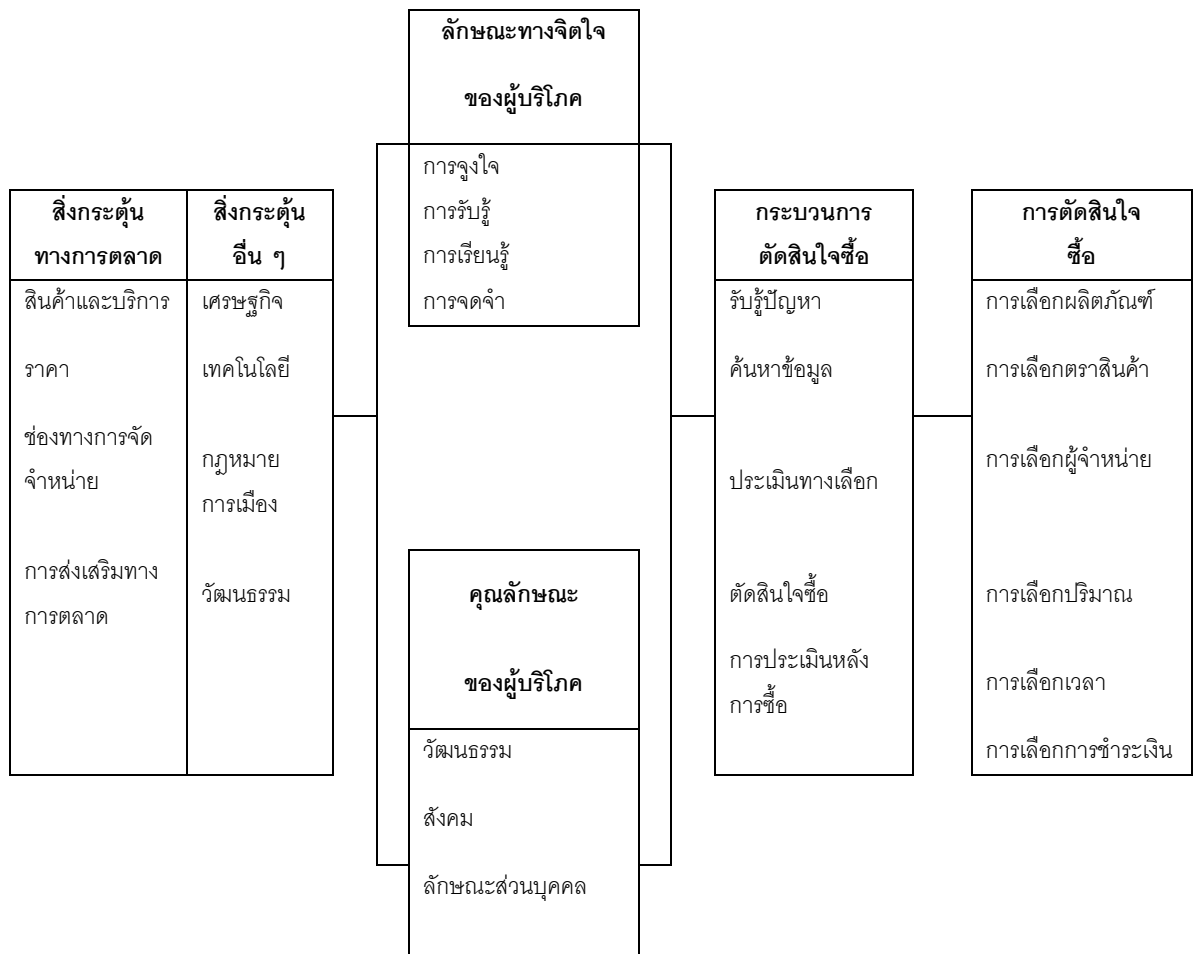
พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว (ศุภกร เสรีรัตน์, 2540, 6)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือ กิจกรรมต่างๆที่บุคคลกระทำเมื่อได้รับบริโภคสินค้าหรือบริการรวมไปถึงการจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภคด้วย (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2545, 6)

จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยาและกระบวนการทางสังคมของตัวผู้บริโภค และกระบวนการของพฤติกรรมของแต่ละบุคคลก็มีลักษณะที่คล้าย ๆ กัน แต่รูปแบบของพฤติกรรมที่แสดงออกมาในสถานการณ์ต่าง ๆ นั้น จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปอันเนื่องมาจากปัจจัยที่มากระตุ้นนั้นแตกต่างกัน จึงทำให้คนเหล่านั้นแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ทำให้สามารถเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริงได้ และสามารถกำหนดกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจในสูงสุด

3.2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ โดยอธิบายถึงรูปแบบการตอบสนอง (Response) ของผู้บริโภคหรือพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมาจากการที่ได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ ทั้งสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) และสิ่งกระตุ้นอื่น (Other Stimuli) สิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคหรือที่เรียกว่า “กล่องดำผู้บริโภค (Customer Black Box)” ซึ่งความรู้สึกนึกคิดเหล่านี้จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ภายในตัวของผู้บริโภค และจะมีการตอบสนองออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมการซื้อและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Customer's Purchase Decision) แสดงได้ดังภาพที่ 2-6 (Kotler, 2006, 174)



ภาพที่ 2-6 แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: Kotler, 2006, 174

รายละเอียดของทฤษฎีมีดังนี้

1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus)

สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากความต้องการภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก ซึ่งสิ่งกระตุ้นจากภายนอกเป็นสิ่งที่นักการตลาดให้ความสนใจเพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ที่นักการตลาดสามารถควบคุมได้ ซึ่งประกอบด้วย

- (1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์

- (2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา
- (3) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- (4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมทางการตลาด

1.2) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

- (1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ
- (2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี
- (3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง
- (4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

2) กล่องดำผู้บริโภค (Customer Back Box)

เป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งภายในกล่องดำผู้บริโภคนี้จะประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญคือ คุณลักษณะของผู้บริโภค (Customer's Characteristics) ซึ่งมีอิทธิพลในกระบวนการแปลความหมายของตัวกระตุ้นต่างๆ ที่ได้รับเข้ามาและ กระบวนการตัดสินใจ (Decision making Process) ซึ่งจะเป็นส่วนที่ อธิบายพฤติกรรมกรบริโภค

2.1) คุณลักษณะของผู้บริโภค (Customer's Characteristics) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยภายใน อันได้แก่ ปัจจัยเชิงจิต ความเข้าใจและการรับรู้ การเรียนรู้ และการจดจำ และอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยภายนอก ได้แก่ วัฒนธรรม และสังคม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวกำหนดและก่อให้เกิดคุณลักษณะของแต่ละบุคคลโดยมีอิทธิพลจากภายในตัวผู้บริโภคเอง

2.1.1) แรงจูงใจ (Motive) แรงจูงใจเป็นรากฐานที่สำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากแรงจูงใจจะเกิดขึ้นพร้อมกับความต้องการของบุคคลและกำหนดทิศทางของพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งหมด (ศุภร เสรีรัตน์, 2554, 125) มีการให้ความหมายของแรงจูงใจไว้หลากหลาย ดังนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2542, 54) กล่าวว่า การจูงใจหรือสิ่งจูงใจ (Motive) หมายถึงพลังแรงกระตุ้น (Drive) ภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรม แรงจูงใจเป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ธรรมชาติแรงจูงใจของมนุษย์นั้น ประกอบด้วย

(1) แรงจูงใจมีพื้นฐานมาจากความต้องการ (Best on Needs) กล่าวคือ แรงจูงใจเกิดขึ้นจากความต้องการ (Motives) เกิดขึ้นจากความต้องการ (Needs) ซึ่งความต้องการแบบนี้มีก็ได้ หรือไม่มีก็ได้ ไม่จัดว่าเป็นแรงจูงใจ แต่เมื่อความต้องการนั้นรุนแรงขึ้น จนเกิดความตึงเครียด กลายเป็นแรงจูงใจขึ้นมา

(2) แรงจูงใจเป็นความหงุดหงิดหรือความตึงเครียด (Frustration/Tension) ถ้าหากเกิดแล้วไม่ได้ขจัดให้หมดไป มนุษย์ก็จะหงุดหงิด

(3) การมุ่งความสำคัญที่เป้าหมาย (Goal-Directed) คือการพยายามที่จะแก้ไขปัญหาคือต่าง ๆ ซึ่งจะต้องมีทิศทางที่แน่ชัด และทิศทางที่ว่ามันจะต้องมุ่งตรงเข้าสู่เป้าหมายของชีวิต เป็นการรวมพลัง

(4) การรวบรวมความพยายาม (Muster up All the Efforts) เมื่อพยายาม จะรวมพลังรวมความพยายามต่าง ๆ ทั้งหลายเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่เราต้องการจะแก้ไขให้ได้

แรงจูงใจ หมายถึง แรงขับเคลื่อนที่อยู่ภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้บุคคลนั้นเกิดการกระทำ (Schiffman & Kanuk, 1991, 69)

แรงจูงใจมีลักษณะที่แน่นอน 6 ประการ คือ (1) แรงจูงใจที่มีรากฐานมาจากความต้องการ (2) แรงจูงใจเป็นการกำหนดทิศทางของการกระทำของผู้บริโภค (3) แรงจูงใจทำให้ความตึงเครียดของผู้บริโภคลดลง (4) แรงจูงใจต้องเกิดขึ้นภายใต้สภาวะสิ่งแวดล้อม (5) แรงจูงใจเป็นกลไกอันหนึ่งในการป้องกันตนเองของผู้บริโภค และ (6) แรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดจากการรวบรวมความพยายามของผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, 54)

นฤมล สมิตินันท์ (2547, 37) กล่าวว่า ในทางพฤติกรรมศาสตร์ การแสดงพฤติกรรม ทุกอย่างของมนุษย์เกิดจากแรงกระตุ้นแต่ไม่จำเป็นว่าการแสดงพฤติกรรมอย่างเดียวกันจะมาจากแรงกระตุ้นอย่างใดที่เหมือนเสมอ การเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลอาจมีแรงจูงใจขึ้นพื้นฐานที่กระตุ้นให้มนุษย์ออกเดินทางแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

(1) แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physical Motivator) หมายถึง แรงจูงใจเพื่อสุขภาพอนามัย พักผ่อนทางร่างกาย การกีฬา การเล่นตามชายหาด การรื่นเริงอื่น ๆ ที่ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด

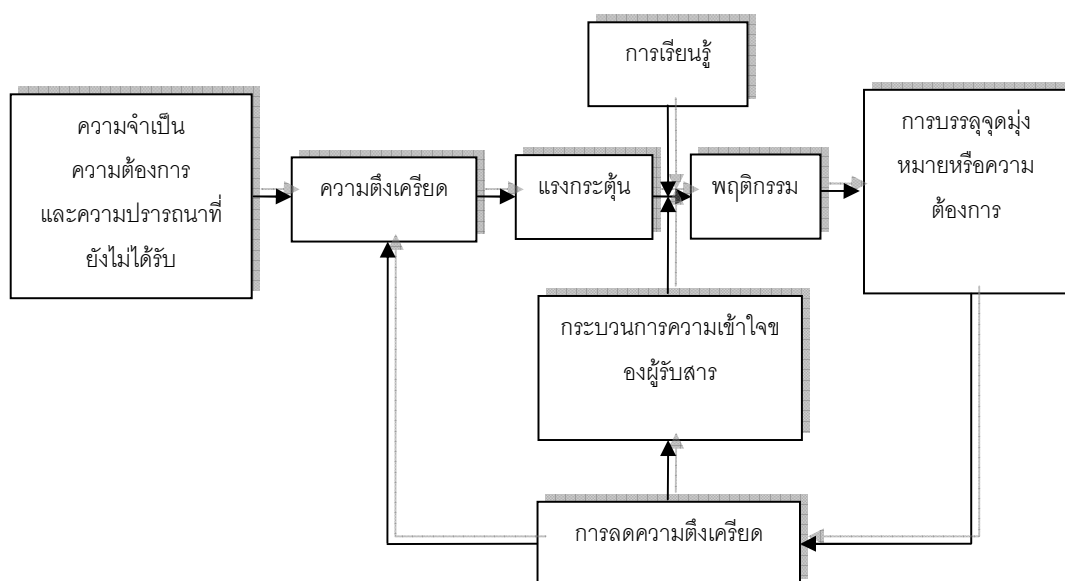
(2) แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivator) เป็นความต้องการที่จะรู้เกี่ยวกับประเทศอื่น ๆ ในทุกด้าน รวมทั้งดนตรี ศิลปะ วิถีชาวบ้าน การเดินป่า การวาดเขียน ศาสนา และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางด้านวัฒนธรรมอื่น ๆ

(3) แรงจูงใจที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivator) รวมความต้องการที่จะพบคนใหม่ ๆ เยี่ยมเยียนเพื่อนหรือญาติ หลีกหนีจากการดำเนินชีวิตประจำวัน หลีกหนีจากครอบครัวและเพื่อนบ้าน

(4) แรงจูงใจทางสถานภาพและเกียรติยศชื่อเสียง (Status and Prestige Motivator) มีความสัมพันธ์ความต้องการยกย่องและการพัฒนาตนเอง ซึ่งการเดินทางในด้านนี้เป็นการเดินทางเพื่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา และการศึกษา

แรงจูงใจพื้นฐานดังกล่าวข้างต้นเป็นแรงจูงใจที่กระตุ้นให้มนุษย์เกิดการเดินทาง ถ้ามนุษย์แสดงพฤติกรรมตอบสนองในลักษณะที่สอดคล้องกับแรงจูงใจพื้นฐานพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นถือว่าเป็นการท่องเที่ยว

รูปแบบของกระบวนการจูงใจ ซึ่งประกอบด้วย สภาพความตึงเครียด (Tension) อันเกิดจากความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desires) ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled) ซึ่งผลักดันให้บุคคลเกิดพฤติกรรมที่บรรลุจุดมุ่งหมาย คือ ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองและสามารถลดความตึงเครียดได้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2545, 54) ดังภาพที่ 2-7



ภาพที่ 2-7 แสดงรูปแบบการจูงใจ

ที่มา: เสรี วงษ์มณฑา, 2545, 54

เสรี วงษ์มณฑา (2542, 55) กล่าวไว้ว่า ลักษณะของแรงจูงใจไว้ 6 ประการ คือ (1) แรงจูงใจที่เป็นรากฐานมาจากความต้องการ (2) แรงจูงใจเป็นการกำหนดทิศทางของการกระทำของผู้บริโภค (3) แรงจูงใจทำให้ความตึงเครียดของผู้บริโภคลดลง (4) แรงจูงใจต้องเกิดขึ้นภายใต้ภาวะสิ่งแวดล้อม (5) แรงจูงใจเป็นกลไกอันหนึ่งในการป้องกันตนเองของผู้บริโภคและ (6) แรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดจากการรวบรวมความพยายามของผู้บริโภค

ศุภร เสรีรัตน์ (2540, 101) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจสามารถจำแนกได้ 5 ลักษณะ ได้ดังนี้ แรงจูงใจทั่วไป แรงจูงใจด้านร่างกายกับด้านจิตวิทยา แรงจูงใจที่รีบด่วน แรงจูงใจลำดับแรกกับแรงจูงใจลำดับสอง และแรงจูงใจที่รู้สึกตัวกับแรงจูงใจที่ไม่รู้สึกตัว สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1) แรงจูงใจทั่วไป ซึ่งหมายถึงแรงจูงใจที่มีพื้นฐานมาจากความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ การต่อสู้เพื่อการดำรงชีวิต ความภาคภูมิใจ ความสามารถเข้าถึงสังคมได้ ความอยากรู้อยากเห็น ความกลัว และการปกป้องตัวเอง เป็นต้น

2) แรงจูงใจด้านร่างกายกับด้านจิตวิทยา แรงจูงใจด้านร่างกายนั้น เป็นแรงจูงใจที่เกี่ยวกับการทำหน้าที่พื้นฐานของร่างกายด้านกายภาพ เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ การขจัดของเสียออกจากร่างกาย การพักผ่อน การทำงาน และความสุขสบายทางร่างกาย เป็นต้น ส่วนแรงจูงใจด้านจิตวิทยา คือ แรงจูงใจทั้งหลายที่อยู่ในจิตใจ เช่น ความปลอดภัย ความรัก การบรรลุความปรารถนา ความภาคภูมิใจ การสร้างชื่อเสียงให้กับตัวเอง การแสวงหาสถานภาพ การเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ๆ ความสุข ความเศร้า และการมีอำนาจ เป็นต้น

3) แรงจูงใจที่รีบด่วน เป็นการพิจารณาในแง่ของการที่ต้องตอบสนองทันทีทันใด หรือไม่สามารถเลื่อนการตอบสนองออกไปได้ โดยแรงจูงใจที่รีบด่วนเป็นแรงจูงใจที่ต้องการมีการตอบสนองในทันที คอยไม่ได้ เราอาจจะระบุชนิดของแรงจูงใจที่เป็นแบบรีบด่วนได้เพราะขึ้นอยู่กับความแตกต่างของผู้บริโภคแต่ละคนและช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ความหิว อาจมีความสำคัญมากกว่าความภาคภูมิใจในขณะหนึ่ง แต่ในเวลาอื่นอาจจะไม่เป็นเช่นนั้น

4) แรงจูงใจลำดับแรก และแรงจูงใจลำดับรอง แรงจูงใจลำดับแรก จำแนกจากลักษณะของความสำคัญเป็นหลัก โดยแรงจูงใจเบื้องต้นจะเป็นแรงจูงใจที่เกิดความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นต่อการยังชีพของบุคคล ส่วนแรงจูงใจลำดับสอง เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการด้านสังคมและด้านจิตวิทยา โดยปกติแล้วแรงจูงใจลำดับสองจะเริ่มมีความสำคัญได้ก็ต่อเมื่อแรงจูงใจที่เกี่ยวกับความต้องการลำดับแรกได้รับการตอบสนองให้เป็นที่พอใจแล้วเท่านั้น นั่นคือ แรงจูงใจลำดับสองจะเป็นแรงจูงใจที่ต่อเนื่องมาจากแรงจูงใจลำดับแรก

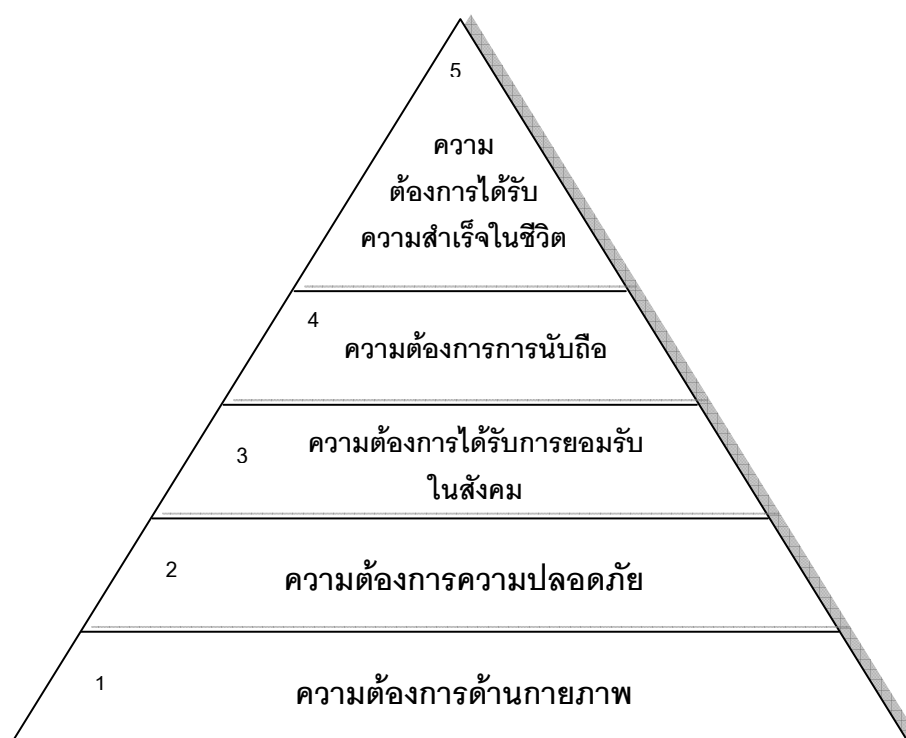
5) แรงจูงใจที่รู้สึกตัวกับแรงจูงใจที่ไม่รู้สึกตัว จำแนกโดยคำนึงถึงสถานะของความรู้สึกตัวในการกระทำการซื้อหรือไม่ซื้อ บุคคลส่วนน้อยที่จะรู้สึกถึงแรงจูงใจในการซื้อของตน ซึ่งโดยทั่วไปความต้องการที่มีอยู่ของบุคคลมักจะเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจหลายชนิด และ

ผู้บริโภคอาจจะรู้ถึงแรงจูงใจดังกล่าวในเวลาใดเวลาหนึ่งเพียง 1-2 อย่างเท่านั้น นอกจากนี้บุคคลก็อาจไม่รู้ถึงแรงจูงใจที่แท้จริงของเขาเองได้

จากแรงจูงใจดังกล่าวข้างต้น ถึงแม้จะมีความยากในการจำแนกแยกแยะออกเป็นประเภทให้ชัดเจน แต่ในมนุษย์ทุกคนจะมีแรงจูงใจภายในที่สามารถสนองตอบสิ่งจูงใจต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบประสาทสัมผัสได้

ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs)

ทฤษฎีการแบ่งสิ่งจูงใจของมนุษย์ในปัจจุบันที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไป เนื่องจากการแบ่งที่มีเงื่อนไขกำกับได้ถูกเสนอโดยนักจิตวิทยาที่มีนามว่า Dr. Abraham Maslow ที่ได้ทำการแบ่งประเภทของสิ่งจูงใจออกเป็นลำดับตามความสำคัญ ซึ่ง Maslow ได้เสนอให้แบ่งประเภทสิ่งจูงใจตามลำดับความต้องการขั้นต่ำสุดไปสู่ขั้นสูงสุด 5 ขั้นดังภาพที่ 2-8 (Kotler, 2006, 175)



ภาพที่ 2-8 แสดงลำดับชั้นความต้องการของ Maslow

ที่มา: Kotler, 2006, 175

1) ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs) คือ ความต้องการเบื้องต้นต่างๆ เพื่อการอยู่รอด เพื่อรักษาชีวิต ตัวอย่างเช่น ความต้องการด้านอาหาร ซึ่ง

เป็นความต้องการทางด้านร่างกายและเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและ ยารักษาโรค

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) คือ เมื่อความต้องการระดับแรกได้รับการตอบสนองพอสมควรแล้ว ก็จะมีความต้องการที่สูงกว่าตามมานั้นคือความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคงทางด้านร่างกาย ซึ่งมีความหมายรวมถึงความมั่นคงในกิจวัตรประจำวันอีกด้วย เช่น ความมั่นคงในหน้าที่การงาน ความมั่นคงด้านการดำรงชีวิตในสภาพสังคมปัจจุบัน เป็นต้น

3) ความต้องการได้รับการยอมรับในสังคม (Social Needs) คือ ความต้องการที่จะให้ตนเป็นที่ยอมรับในสังคมหรือความต้องการด้านความรัก (Belonging Needs & Love) การมีส่วนร่วม

4) ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) คือ ความต้องการที่จะให้ตนได้รับการยกย่องจากสังคม มีเกียรติ มีฐานะในสังคม ต้องการที่จะให้ตนมีฐานะเหนือคนอื่น บางครั้งเรียกความต้องการนี้ว่า Egoistic Needs

5) ความต้องการได้รับความสำเร็จ สูงสุดชีวิต (Self-Actualization Needs) คือ ความต้องการที่จะให้ตนได้รับความสำเร็จและสมหวังในสิ่งที่ตนคิด หรือที่ต้องการทุกอย่าง

จากแนวความคิดการแบ่งประเภทสิ่งจูงใจข้างต้นจะได้ให้ความเห็นว่า ความต้องการในลำดับที่สูงขึ้นไปจะไม่เกิดขึ้นจนกว่าความต้องการชั้นที่อยู่ต่ำลงไปจะได้รับการตอบสนองแล้วเท่านั้น และมีข้อสมมติฐานที่สำคัญคือ สิ่งจูงใจแต่ละประเภทจะไม่มีทางได้รับการตอบสนองจนครบถ้วนจริงๆ ดังนั้นความต้องการของแต่ละประเภทที่ยังคงเหลืออยู่บางส่วนจึงยังมีได้รับการตอบสนอง และด้วยเหตุนี้เองแหล่งที่มาของการกระตุ้นทางการตลาดจึงยังคงมีอยู่เสมอโดยไม่ขาดหายไป (ธงชัย สันติวงษ์, 2540, 83)

Swarbrooke and Horner (1999, 13) ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาอธิบายพฤติกรรม การเดินทางของมนุษย์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจมากกว่าหนึ่งปัจจัยสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว โดยทั่วไปแล้วความต้องการในการท่องเที่ยวมักเริ่มต้นจาก ความต้องการในการตอบสนอง ความต้องการของร่างกายเป็นอันดับแรก และหลังจากนั้นจะเป็นความต้องการความ ตื่นเต้น แต่เน้นความปลอดภัย ความต้องการสร้างสัมพันธภาพและความต้องการชั้นสูงสุดคือ ความต้องการความสมบูรณ์ ความสงบสุขและความสุข เช่นเดียวกับ Dann (1981, 187-219) ซึ่ง ได้นำผลการจัดลำดับขั้นความต้องการของ Maslow มาทำการศึกษาและเชื่อมโยงกับแนวคิด

ทฤษฎีของตนเองโดยได้อธิบายว่า การเดินทางของคนนั้นมีปัจจัยมาจาก 2 ปัจจัยที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว คือ แรงผลัก (Push Factors) และ แรงดึง (Pull Factors) ซึ่งอธิบายได้ว่า

1) แรงผลัก (Push Factors) คือปัจจัยที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทาง เป็นเหตุจูงใจ ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว และต่อจากนั้นในการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางไปยังที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังสถานที่เหล่านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้คือ แรงดึง

2) แรงดึง (Pull Factors) คือปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่ จุดหมายปลายทางที่จะไป แรงดึงต่าง ๆ จะเป็นตัวกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักในการเดินทางคือ ความต้องการไปผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ก็อาจจะเลือกไปสถานที่ที่เงียบสงบ ต้องการความเป็นส่วนตัว แต่หากแรงผลักในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การสร้างความภูมิใจให้กับตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นสถานที่ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ

มูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว และพักผอนนั้นเป็นความต้องการโดยสัญชาตญาณของมนุษย์ทุกคนแต่มูลเหตุจูงใจให้ท่องเที่ยวนี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละคน แต่ละช่วงเวลา แต่ละวัฒนธรรม แต่ละสังคม ฯลฯ ซึ่งมูลเหตุจูงใจต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นเหตุกระตุ้นให้คนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ และโอกาสต่าง ๆ กัน ดังบทความในวารสาร ASTA Travel News ที่เขียนโดย John A. Thomas ได้เขียนอธิบายไว้ว่า มูลเหตุจูงใจที่สำคัญ ๆ ที่กระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวนั้น มีด้วยกันทั้งหมด 17 ประการ โดยแบ่งออกตามวัตถุประสงค์สำคัญ 4 ประเภท

- 1) เพื่อการศึกษาและวัฒนธรรม
 - (1) เพื่อที่จะศึกษาว่าคนในประเทศอื่น ๆ เชื้อชาติอื่น ๆ เขาดำรงชีวิตอยู่ในปัจจุบัน
- 2) เพื่อไปดูสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สนใจ
 - (2) เพื่อไปดูให้เห็นจริง และเข้าใจต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ตกเป็นข่าวอยู่ในปัจจุบัน
- 3) เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
 - (4) เพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจ และความยุ่งยาก
 - (5) เพื่อไปหามุมสงบ

- (6) เพื่อแสวงหาความสุขทางเพศที่แปลกใหม่
- 4) เพื่อการเยี่ยมเยียน
 - (7) เพื่อไปเยี่ยมเยียนถิ่นกำเนิด สถานที่ไปโรงเรียน หรือศึกษาอยู่
 - (8) เพื่อไปเที่ยวในสถานที่ที่ครอบครัวหรือเพื่อนเคยไปมาแล้ว และสมาชิกชอบหรือแนะนำให้ไปเที่ยว
- 5) อื่น ๆ
 - (9) เพื่อหนีอากาศหนาว
 - (10) เพื่อสุขภาพ (อาบแดด รักษาโรค ฯลฯ)
 - (11) เพื่อการกีฬา (ว่ายน้ำ เล่นสกี ตกปลา เล่นเรือใบ ฯลฯ)
 - (12) เพื่อเหตุผลทางเศรษฐกิจ (ค่าครองชีพไม่สูง)
 - (13) เพื่อการผจญภัย (แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ และประสบการณ์ใหม่ ๆ)
 - (14) เพื่อการฝึกงาน
 - (15) เพื่อทำตามคนอื่น ๆ
 - (16) เพื่อไปร่วมกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ (ชมโบราณสถาน ชมงานแสดง แสงและเสียง ชุมชนโบราณ อนุสรณ์สถาน ฯลฯ)
 - (17) เพื่อสังคม (อยากรู้จักโลกให้กว้างขวาง)

จากที่กล่าวมาแล้วจะเห็นว่า การที่บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง อาจจะมีวัตถุประสงค์หลายอย่างประกอบกันและแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล แต่โดยทั่วไปแล้ว มักจะเพื่อการพักผ่อนทางด้านร่างกายและจิตใจ ต้องการมีสุขภาพที่ดี เพื่อความสนุกสนานและตื่นเต้น ได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ หาความสงบสุขทางใจ เพื่อทำธุรกิจหรือหน้าที่การงาน รวมทั้งเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จึงกล่าวได้ว่า มูลเหตุที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวมีพื้นฐานมาจาก ความต้องการความต้องการ และความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคล การที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางท่องเที่ยวของตัวเองได้รับการตอบสนอง เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางไปที่ท่องเที่ยวยังสถานที่เหล่านั้น โดยสรุปแล้ว แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่กระตุ้น ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรม หรือกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งอย่างมีจุดหมายปลายทาง มีทิศทางและมีพลังอำนาจ ผลักดันเพื่อให้ประสบความสำเร็จ หรือบรรลุตามเป้าหมาย และสำหรับการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.1.2) การรับรู้ (Perception) กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ การได้กลิ่น ได้ยิน ได้เห็น ได้รู้สึก และได้รสชาติ ในการรับรู้นั้นมีกระบวนการในการรับรู้ ดังนี้

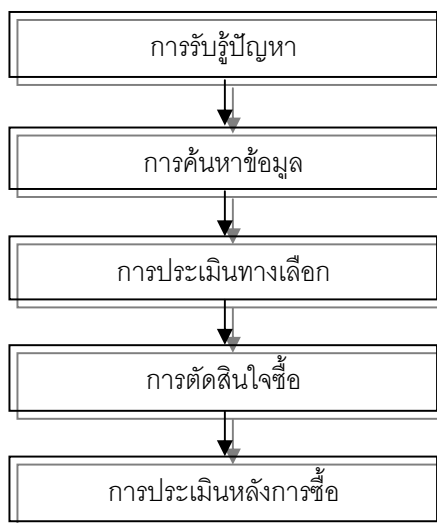
1) การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure) ในแต่ละวันบุคคลจะเปิดรับข้อมูลจากโฆษณาเข้ามาสู่ตัวเอง ไม่ว่าจะป็นสื่อใดก็ตามแต่จะมีโฆษณาใดบ้างที่จะถูกเปิดรับข้อมูลอย่างเลือกสรร นักการตลาดต้องใช้ความพยายามทั้งหมดเพื่อให้สินค้าและบริการของตนอยู่ในรายการเลือกสรรนั้น

2) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Attention) หมายถึง บริโภคตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว

3) การเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehension) คือความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมาให้ตรงกับความหมายของลูกค้า แต่บางครั้งลูกค้าอาจขัดแย้งกับข้อมูล มีความลำเอียงในการรับรู้ (Perceptual Biases) อันเนื่องมาจากความเชื่อถือทัศนคติ และประสบการณ์ ซึ่งเป็นความต้องการภายในตนเอง

4) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Retention) จะเกิดความทรงจำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อในโอกาสต่อไป

2.2) กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 5 กระบวนการ ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในแต่ละครั้งแสดงโดยแผนผังกระบวนการตัดสินใจซื้อได้ (Kotler, 2006, 181) ดังภาพที่ 2-9



ภาพที่ 2-9 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: Kotler, 2006, 181

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.2.1 การรับรู้ความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition & Problem Recognition) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น ผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการมีคอมพิวเตอร์ไว้สำหรับใช้งานและเพื่อความบันเทิง หรือการรับรู้จากปัญหาการประมวลผลที่ทำด้วยมือมีความล่าช้าจำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการประมวลผลข้อมูลที่มีมากขึ้น เป็นต้น ซึ่งขั้นตอนนี้สามารถเกิดได้จากการกระตุ้นของหน่วยธุรกิจผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางการตลาด

2.2.2 การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อมีความต้องการผู้บริโภคก็จะเริ่มทำการค้นหาข้อมูลเพื่อช่วยนำมาตัดสินใจซื้อ ซึ่งข้อมูลที่ได้มาจากสื่อหลายรูปแบบ รวมถึงมาจากผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ เช่น เพื่อน พ่อ แม่ เป็นต้น

2.2.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่เพียงพอแล้วก็จะประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อประเมินทางเลือกต่างๆแล้ว ผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ตนพอใจมากที่สุด

2.2.5 กระบวนการประเมินหลังการซื้อ (Post-Purchase Evaluation) ภายหลังจากการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคยังคงแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจเกิดจากความไม่มั่นใจหรือความต้องการสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อที่ทำให้เกิดการเกิดการกระตุ้นพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง

3) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

เป็นการตอบสนองของผู้บริโภคหรือตัดสินใจซื้อ โดยมีประเด็นต่าง ๆ ในการตัดสินใจซื้อดังนี้

- 3.1) การเลือกผลิตภัณฑ์
- 3.2) การเลือกตราสินค้า
- 3.3) การเลือกผู้จำหน่าย
- 3.4) การเลือกปริมาณการซื้อ
- 3.5) การเลือกเวลาในการซื้อ
- 3.6) การเลือกวิธีการชำระเงิน

2.3.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

รชพร จันทรส์ว่าง (2546, 13) กล่าวว่า แมื่อนักท่องเที่ยวจะมีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเพื่อหาความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลินและประสบการณ์จากการท่องเที่ยว แต่ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใดก็จะมีพฤติกรรม เพื่อใช้สำหรับการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การศึกษาแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ที่มีการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่นั้น ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่นั้นอยู่ที่ไหน การเดินทาง ที่พัก ราคา และทำการศึกษาภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
2. การศึกษาประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษาประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปเยือน เพื่อเป็นพื้นฐานความรู้ ซึ่งจะทำให้การเดินทางมีความน่าสนใจ และได้ความรู้เพิ่มเติมจากการได้เห็น หรือได้สัมผัสด้วยตัวเอง
3. การเข้าใจเส้นทางทางการท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ควรทำความเข้าใจเส้นทางทางการท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้ก่อนออกเดินทาง ทั้งนี้เพื่อกำหนดทิศทาง กำหนดจุดเยี่ยมชม แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจระหว่างทางได้อย่างถ่องแท้ ตลอดจนกำหนดยานพาหนะให้ถูกต้องเหมาะสมด้วย
4. การรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการช่วยรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
5. การประพฤติปฏิบัติของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องไม่ประพฤติปฏิบัติขัดต่อวิถีชีวิต และประเพณีนิยมของคนในท้องถิ่นที่ไปเยือน ต้องฝึกตนให้เป็นคนช่างสังเกต

รู้จักกาลเทศะอันควร เพราะนอกจากจะช่วยให้ปฏิบัติตนถูกต้อง ได้ความเป็นมิตรไมตรีแล้วยังได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วย

6. การปฏิบัติตนของการท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว เป็นหมู่คณะจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่ม ฟังคำแนะนำของหัวหน้าคณะ และมัคคุเทศก์ ตรงต่อเวลา ไม่ประพฤติตนให้เป็นที่รำคาญ หรือรบกวนหมู่คณะ

7. การระมัดระวังอันตรายในการท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่จะต้อง ระมัดระวังอันตรายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง ต้องไม่ประมาท และต้องคำนึงถึงความปลอดภัยให้มากที่สุด

8. การเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการช่วยเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมทั้งข้อเสนอแนะ การปรับปรุงแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวให้แก่หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543, 64) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมที่พบเห็นโดยทั่วไปไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือต่างประเทศก็มักจะมีพฤติกรรม ดังนี้

1. การชมเมืองโบราณ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ชอบนั่งรถเดินทางชมเมือง หรือใช้ยานพาหนะอื่น ๆ เช่น รถสามล้อ รถม้า สันจรผ่านบริเวณสำคัญต่าง ๆ ของเมือง

2. การเข้าชมสถานที่สำคัญและสถานที่ที่น่าสนใจ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวประเภทนี้ไป มักจะ เป็นสถาปัตยกรรมเชิงวัฒนธรรม บ้านบุคคลสำคัญในอดีต พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ

3. การขึ้นที่สูงเพื่อชมเมือง อาจจะเป็นหอคอย เจดีย์สูง เช่น ภูเขาทอง พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม หรือภูเขาที่อยู่ในเมือง เช่น เขารัง จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

4. การชมการละเล่นพื้นเมือง หรือชมนิทรรศการในงานเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลงานลอยกระทง เทศกาลแข่งเรือ ฯลฯ ซึ่งจัดขึ้นตามเมืองต่าง ๆ หรือเทศกาลที่จัดขึ้น เฉพาะที่ เช่น เทศกาลหุ่นฟางนก จังหวัดชัยนาท เทศกาลแห่สิงโต จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น

5. การนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวลักษณะนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย กิจกรรมที่ทำ ได้แก่ การไหว้พระ ปิดทอง การรดน้ำมนต์ การแก้บน เป็นต้น

6. การพนัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวลักษณะนี้มีจุดประสงค์เพื่อการพนันเป็นหลัก ส่วนใหญ่มักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางการเงินดี และเป็นผู้ทรงอิทธิพล

7. การแข่งขันกีฬาและดูกีฬา การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะพบทั้งชาวไทยชาวต่างชาติที่ชอบ การแข่งขันประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะการแข่งขันกอล์ฟ การแข่งเรือ และการชมชกมวยไทยของ ชาวต่างชาติ

8. การจับจ่ายซื้อของ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์พื้นเมืองต่าง ๆ เช่น ไนท์บาซาร์ของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

9. การผจญภัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวลักษณะมักจะเดินทางไปตามสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อแสดงออกถึงการเสี่ยงภัยและการผจญภัย เช่น การปีนหน้าผาสูง การเล่นเรือแบบโลดโผน และการกระโดดหอคอย เป็นต้น

ดังที่กล่าวมานั้นอาจสรุป พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ถ้าพิจารณาในแง่ของสังคมวิทยาแล้ว มักจะเกิดจากสาเหตุที่แตกต่างกันไป เพราะพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลายของแต่ละบุคคลย่อมเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงภูมิหลัง ทิศทางและเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังแตกต่างกันไป นั้นหมายถึงความสุขหรือความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับอันเกิดจากพฤติกรรมหรือการกระทำที่เป็นเป้าหมายสูงสุดของชีวิต

2.3.4 ส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix of Service)

Lovelock and Wirtz (2007, 15) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการ คือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่นำเสนอโดยฝ่ายหนึ่งต่อฝ่ายหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเป็นการกระทำที่นำมาซึ่งผลที่ต้องการหรือคุณค่าที่ได้รับจากการซื้อบริการนั้น ๆ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) โดยทั่วไปจะประกอบด้วย 4 P's อันได้แก่ สินค้า/บริการ (Product/Service) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังภาพที่ 2-10



ภาพที่ 2-10 แสดงส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา: Kotler, 2009, 63

สำหรับการตลาดบริการนั้น ส่วนประสมการตลาดบริการเป็นส่วนประสมที่เพิ่มเติมจาก 4 P's ซึ่งได้แก่ บุคลากร (People), ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) กระบวนการ (Process) และผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and Quality) ซึ่งมีรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 8 P's ดังนี้ (Lovelock and Wirtz 2007, 15)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าโดยการตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า (Goods) บริการ (Services) และความคิด (Ideas) ที่ธุรกิจได้พัฒนาหรือผลิตขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ และความหมายของผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า

(Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) การรับประกัน (Guarantee) และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality) อีกด้วย สำหรับผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยว เช่น น้ำตกกรุงชิง บรรยากาศภายใน ที่พัก กิจกรรมต่างๆ ประวัติศาสตร์ของอุทยานฯ ฯลฯ

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินที่ผู้บริโภคต้องชำระให้แก่องค์กรทางการตลาดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการกำหนดราคามีความหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับที่ธุรกิจยังคงความมีกำไรอยู่ได้ สำหรับราคาของการท่องเที่ยว เช่น ค่าธรรมเนียมการเข้าชมอุทยาน ราคาที่พัก ค่าร่วมกิจกรรมต่างๆ ค่าแพ็คเกจทัวร์ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าอาหาร ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ ฯลฯ

3. การจัดจำหน่าย (Place/ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่มีส่วนในการจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด ด้วยการนำผลิตภัณฑ์ไปส่งมอบให้แก่ลูกค้าภายในระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว เช่น บริษัททัวร์ อินเทอร์เน็ต ททท. อุทยานแห่งชาติ ฯลฯ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยในปัจจุบันรูปแบบการส่งเสริมการขายได้เปลี่ยนไปเป็นรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication, IMC) ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดดังนี้

1) การโฆษณา (Advertising) รูปแบบการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยธุรกิจเป็นผู้เสียค่าใช้จ่าย

2) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) รูปแบบของวิธีการเพื่อเพิ่มยอดขายของธุรกิจในระยะสั้น เพื่อกระตุ้นในลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

3) การประชาสัมพันธ์ (Public Related) รูปแบบของการบอกข่าว และการแจ้งข่าวแก่สาธารณชน

4) การใช้พนักงานขาย (Salesperson) รูปแบบของการใช้การสื่อสารการตลาดแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคล

5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) รูปแบบของการใช้สื่อหรือเครื่องมือต่างๆในการสื่อสารไปยังลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

5. คน (People) หมายถึง คนทุกคนที่มีส่วนร่วมในการส่งมอบบริการ รวมถึงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการ ซึ่งคนเหล่านี้หมายถึง พนักงาน ลูกค้า และลูกค้ารายอื่นในสภาพแวดล้อมของการบริการ โดยทั่วไปผู้ที่ให้บริการจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้การให้บริการผ่านทาง การแต่งกาย บุคลิกภาพ ทักษะ และพฤติกรรม ในบางสถานการณ์ผู้รับบริการเองก็มีอิทธิพลต่อกระบวนการส่งมอบบริการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าของบริษัทที่ปรึกษาสามารถสร้างอิทธิพลต่อคุณภาพของบริการที่ได้รับด้วยการให้ข้อมูลที่สำคัญ เพียงพอ และทันเวลา แก่บริษัทที่ปรึกษาเพื่อที่จะรับคำแนะนำที่มีคุณภาพจากบริษัทที่ปรึกษา อีกทั้งลูกค้าเองก็มีส่วนในการสร้างอิทธิพลต่อผลของการรับบริการของลูกค้ารายอื่น เช่น ในโรงพยาบาลในหอเรียน ลูกค้าสามารถสร้างอิทธิพลต่อคุณภาพของการรับบริการของลูกค้ารายอื่น ไม่ว่าจะเป็คุณภาพที่ดีขึ้นหรือด้อยลงต่อประสบการณ์ของลูกค้ารายอื่น สำหรับคนของการท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ของอุทยานที่คอยให้ความรู้ พนักงานของแห่งที่พักต่างๆ เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วงเหลือ เป็นต้น

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มีการส่งมอบบริการ สถานที่ซึ่งบริษัทและผู้บริโภคเกิดการแลกเปลี่ยนและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน รวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องได้ที่ช่วยในการสื่อสารและประสิทธิภาพของบริการ ลักษณะทางกายภาพของบริการยังรวมไปถึง สิ่งที่จำเป็นต้องได้ที่สื่อถึงบริการ อาทิเช่น โบรชัวร์ หัวจดหมาย นามบัตร รูปแบบรายงาน อุปกรณ์ต่าง ๆ ในบางกรณีรวมถึง อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการนำเสนอบริการ ยกตัวอย่างเช่น แก้วน้ำในร้านอาหารในธนาคาร บางครั้งลักษณะทางกายภาพก็ไม่จำเป็นต้องเป็นอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโดยตรง อาทิเช่น รถซ่อมของหน่วยบำรุงชุมสายโทรศัพท์ของธุรกิจโทรศัพท์มือถือ ลูกค้าจะตัดสินคุณภาพของการให้บริการผ่านทางการใช้งานโทรศัพท์มิใช่ผ่านทางรถซ่อม แต่ลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ก็สามารถสร้างโอกาสที่สำคัญในการตอกย้ำถึงคุณค่าของบริการและส่งข้อความถึงกลุ่มเป้าหมายขององค์กรได้ สำหรับลักษณะทางกายภาพของการท่องเที่ยว เช่น บรรยากาศภายในสวยงาม สะอาด การแต่งกายของพนักงาน/เจ้าหน้าที่ ป้ายบอกทิศทางหรือป้ายให้ข้อมูลต่างๆ เป็นต้น

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอน กลไก และลำดับของกิจกรรม ที่เกิดขึ้นในการส่งมอบการบริการ ขั้นตอนในการส่งมอบบริการและประสบการณ์แก่ลูกค้าหรือลำดับของการบริการ เพราะในการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้านั้น ต้องมีการออกแบบและจัดการกระบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่า เป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบการบริการต้องดำเนินไป กระบวนการผลิตบริการที่ออกแบบมาไม่ดีมักจะ

สร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้า เนื่องจากอาจมีความล่าช้า มีขั้นตอนมาก และมีประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ในขณะที่เดียวกันกระบวนการการผลิตบริการที่ไม่ดีก็ส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงคุณภาพของผลผลิตในการบริการและความล้มเหลวในการบริการในที่สุด สำหรับกระบวนการของการท่องเที่ยว เช่น ขั้นตอนในการจองที่พัก เป็นต้น

8. ผลผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and Quality) องค์ประกอบนี้ไม่ควรแยกพิจารณาที่ละส่วน เพราะการปรับปรุงผลผลิตเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพ และต้องระวังไม่ให้มีการลดคุณภาพและระดับบริการลงอย่างไม่เหมาะสมจนลูกค้าเกิดความไม่พอใจ คุณภาพบริการตามที่ลูกค้ากำหนดเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งจะเป็นตัวที่ทำให้เห็นถึงความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ธุรกิจจำเป็นต้องมีการรักษาระดับบริการ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคพอใจและเกิดความภักดีในการใช้บริการ อย่างไรก็ตามการลงทุนปรับปรุงคุณภาพโดยปราศจากความเข้าใจถึงต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่เพิ่มขึ้น อาจทำให้บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรน้อยลง กับมีความเสี่ยงสูงในเวลาเดียวกัน

Kotler and Keller (2006, 372) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการ คือ การกระทำหรือการปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอสิ่งที่ไม่ใช่ตัวตนอย่างแท้จริงและไม่เป็นผลในความเป็นเจ้าของของสิ่งนั้น ๆ ต่ออีกฝ่ายหนึ่ง

เมื่อพิจารณากลยุทธ์ทางการตลาดสินค้าที่ผลิตจากอุตสาหกรรม โดยปกตินักการตลาดยึดถือองค์ประกอบของกลยุทธ์เบื้องต้น 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion Communication) ส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ เป็นตัวแปรที่สำคัญในการตัดสินใจและการวางแผนทางการตลาด โดยแต่ละส่วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ประสิทธิภาพของส่วนประสมทางการตลาด คือ การสร้างความสมดุลของทั้ง 4 ปัจจัยให้เหมาะสมกับตลาด ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง การจัดการส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญกับการบริหารทางการตลาดทั่วไป แต่สำหรับการตลาดบริการนั้น จำเป็นจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มเติมสำหรับการตลาดบริการ โดยธรรมชาติของการให้บริการนั้น ตัวสินค้าและบริการจะถูกบริโภคโดยผู้บริโภคในเวลาเดียวกัน หรือพูดด้านหนึ่งคือสินค้าและบริการจะถูกสร้างขึ้นพร้อม ๆ กัน ผู้ส่งมอบบริการ เช่น คนขายตั๋ว พยาบาล พนักงานรับโทรศัพท์ ฯลฯ จะถูกรวมเข้ากับกระบวนการในการให้บริการ เนื่องจากการบริการนั้นจะถูกผลิตและถูกบริโภคในเวลาเดียวกัน ผู้บริโภคจึงมักจะปรากฏอยู่หรือติดต่อกับผู้ให้บริการ และเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ อีกทั้งการบริการนั้นเป็นสิ่งที่จับ

ต้องไม่ได้ แต่ผู้บริโภคมักจะให้คุณค่าในสิ่งซึ่งจับต้องได้ผ่านทางประสบการณ์การเข้ารับบริการ ดังนั้น การตลาดบริการ จึงจำเป็นต้องมีตัวแปรที่เพิ่มขึ้นในการที่จะสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น ในอุตสาหกรรมโรงแรม การออกแบบและการตกแต่งของโรงแรม รวมถึง ภาพลักษณ์และทัศนคติของพนักงาน มักจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ

4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จักรกฤษณ์ เรืองเวช (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล วัตถุประสงค์ และความรู้พื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เพื่อนพักผ่อนหย่อนใจ และเมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และความรู้พื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อาชีพและสถานภาพสมรส ซึ่งพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านวิชาการ เนื่องจากศูนย์ศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ยังขาดสิ่งเหล่านี้อยู่มาก ด้านการประชาสัมพันธ์ มีการเสนอแนะให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ร้อยละ 84 ด้านวิชาการ มีการเสนอแนะให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ร้อยละ 73.33 และด้านการบริการ มีการเสนอแนะให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ร้อยละ 57.14

ปรัศนี นัยนานนท์ (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ และเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน

อุทยานแห่งชาติเอราวัณ พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเอราวัณ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 56.7 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคมนาคมในระดับมาก ในเรื่องระยะทางไกลจากกรุงเทพ สะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย เดินทางไปยังจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในอุทยานได้สะดวก และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไม่สูงเกินไป ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีถ้ำพระธาตุที่มีหินงอกหินย้อยที่สวยงาม ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเล่นน้ำตก เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติและชมความงามมากที่สุด ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องทางอุทยานมีการจัดการด้านที่พัก อาหาร และร้านขายของที่ระลึก รองลงมาระบบการจัดการขยะ น้ำเสียและสุขาที่ดี รวมทั้งการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม สำหรับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวในอุทยานฯ แล้ว 1-2 ครั้ง และใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 2-3 วัน ค่าใช้จ่ายที่เสียในการเดินทางส่วนใหญ่น้อยกว่า 1,000 บาท ชอบหรือสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวของอุทยานฯ จากญาติหรือเพื่อนหรือคนรู้จัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมก่อนการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในเรื่อง หาข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางกรเดินทางก่อนท่องเที่ยว มีการวางแผนการเดินทางไว้ก่อน และศึกษาประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับพฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรม ดังนี้ ทั้งขณะในบริเวณที่อุทยานฯ กำหนด ไม่ซื้อสินค้าที่ทำมาจากธรรมชาติ ไม่ทำกายต้นไม้ สัตว์ป่า และพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว ได้แก่ ประชาสัมพันธ์หรือเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวของอุทยานฯ ให้คนอื่นทราบ และตั้งใจจะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ทางอุทยานฯ ปรับปรุงมากที่สุดคือเรื่องร้านค้า ร้านอาหาร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานฯเอราวัณ

อิตถีรัตน์ จันทรแสงทอง (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษา เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยพื้นฐานอันได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจและการรับสาร และปัจจัยภายนอกอันได้แก่ ปัจจัยทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพนั้นมีผลต่อพฤติกรรมด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ

1 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านพื้นฐานแรงจูงใจ และการรับข่าวสารนั้น พบว่า ปัจจัยจูงใจทั้งทางด้านร่างกายและจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสำหรับปัจจัยภายนอก ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า ด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านจำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนพฤติกรรมด้านอื่นมีความสัมพันธ์กันบ้างในปัจจัยย่อยของปัจจัยทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ในด้านของความเงียบสงบทางทะเล บรรยากาศ และกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านจำนวนคนที่เดินทางมาด้วยกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านอื่นมีความสัมพันธ์กันบ้างในบางปัจจัยย่อยของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ระบบไฟฟ้า ประปา และถนนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้าน จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในรอบ 1 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมฤทัย เสงสธนกุล (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ยกเว้น อาชีพที่มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว 2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ลักษณะบุคลิกภาพ พบว่า บุคลิกภาพด้านชอบค้นหาผจญภัย ชอบเดินทางในสถานที่แปลกใหม่ มีความยึดมั่นในตนเองสูง มีความสนุกสนาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มวัยทำงานในด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำมากและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 4) แบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

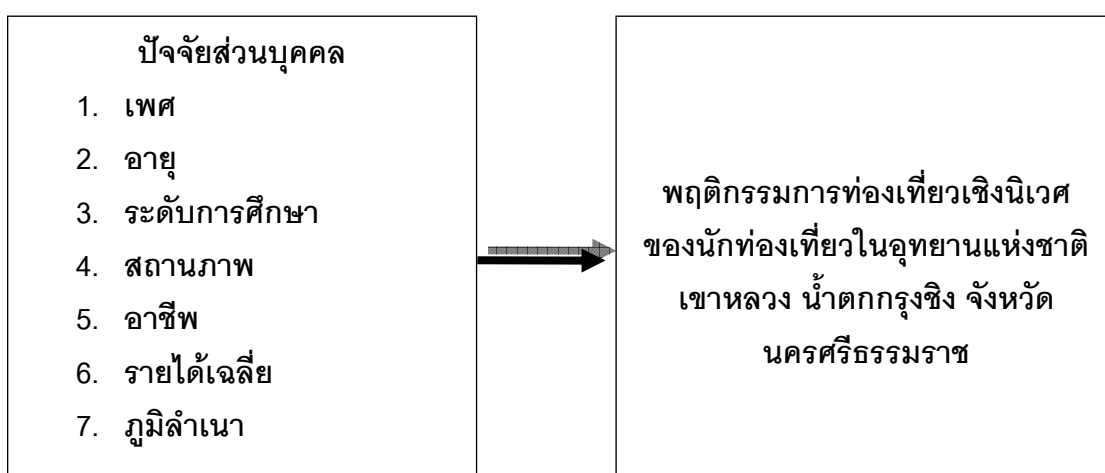
ศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง พบว่า 1) วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้างโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางคือเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด 2) การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้างโดยสื่อวิทยุสาร

เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด 3) ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง 4) การให้คุณค่าสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง

ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์ (2545) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ และมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน แต่เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน 3) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ 4) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ 5) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ 6) ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ 7) ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงรายละเอียดได้ดังภาพประกอบ



สมมุติฐานการวิจัย (Hypotheses)

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้วิจัยตั้งสมมุติฐานในการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ค่าเฉลี่ย ของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

(REREARCH METHODOLOGY)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(Population and Samples)

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวิธีการวิจัยดังนี้

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มตัวอย่าง (Samples)

กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาค้นคว้า ได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร โดยอ้างอิงสูตรการคำนวณเป็นตาม บุญชม ศรีสะอาด (2538, 185) ดังนี้

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

n = ขนาดตัวอย่าง

p = ค่าประมาณเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวังมีค่าเท่ากับ 0.5 หรือ 50%

z = ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่าเท่ากับ 1.96

e = ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ให้เท่ากับ 0.05 หรือ 5%

$$n = \frac{0.05(1-0.5)^{1.962}}{0.05^2}$$

$$= 384.16$$

เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความเหมาะสมในการคำนวณ จึงได้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling)

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) สอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Instrument of the study)

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการศึกษาความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 ชุด โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง ประกอบกับการพูดคุยและสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ เพื่อสอบถามความคิดเห็นทั่วไป ทั้งนี้ผู้วิจัยจะขอความอนุเคราะห์และร่วมมือจากอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ในการอำนวยความสะดวกในการดำเนินการ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน อาทิเช่น เอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ขนาดของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ความถี่ (Frequency) ใช้ในการวัดความถี่ของปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการแจกแจงความถี่ วัดแนวโน้มการเข้าสู่ส่วนกลาง เพื่อนำมาใช้เปรียบเทียบกับข้อมูลชุดต่าง ๆ เพื่อแปลความหมายของข้อมูล

4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติไคร้สแควร์ (Chi-Square) เป็นเครื่องมือในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร และเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของจำนวนวันและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ t-test, One-Way ANOVA เป็นเครื่องมือในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยและใช้การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe'

สถานที่ในการวิจัย

(Location of the Study)

การวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ระยะเวลาในการวิจัย

(Research Duration)

ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาทั้งสิ้น 12 เดือน ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2553

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ (RESULTS AND DISCUSSION)

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for the Social Science) ซึ่งแบ่งการนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา สามารถอธิบายผลการศึกษารูปแบบร้อยละดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4-1 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	195	48.8
หญิง	205	51.2
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นเพศหญิงจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 และเพศชายจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

ตารางที่ 4-2 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	68	17
20 – 34 ปี	155	38.7
35 – 44 ปี	85	21.5
45 – 59 ปี	79	19.8
60 ปีขึ้นไป	10	2.5
Missing	2	0.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20 – 34 ปีมากที่สุด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคืออายุระหว่าง 35 – 44 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 อายุระหว่าง 45 – 59 ปี จำนวน 79 จำนวน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน

68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และไม่ระบุ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานะภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	205	51.2
สมรส	167	41.8
ม่าย/หย่าร้าง	26	6.5
Missing	2	0.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 สถานภาพม่าย/หย่าร้าง จำนวน 26 คิดเป็นร้อยละ 6.5 และไม่ระบุ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	169	42.2
ปริญญาตรี	204	51
สูงกว่าปริญญาตรี	27	6.8
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-4 แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 169 คิดเป็นร้อยละ 42.2 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	113	28.2
พนักงานบริษัท	112	28
เกษตรกร	43	11.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	72	18
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	35	8.8
อาชีพอิสระ/รับจ้าง	22	5.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 รองลงมาพนักงานบริษัท จำนวน 112 คิดเป็นร้อยละ 28 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 72 คิดเป็นร้อยละ 18 เกษตรกร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 35 คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอาชีพอิสระ/รับจ้าง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-6 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5000 บาท	117	29.3
5001 – 10000 บาท	103	25.6
10001 – 20000 บาท	125	31.3
20001 – 30000 บาท	48	12
มากกว่า 30000 บาท	6	1.5
ไม่ระบุ	1	0.3
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-6 แสดงให้เห็นว่า รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วง 10001 – 20000 บาทมากที่สุด จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาอยู่ในช่วงรายได้ต่อเดือน ไม่

เกิน 5000 บาท จำนวน 117 คิดเป็นร้อยละ 29.3 ช่วงรายได้ต่อเดือน 5001 – 10000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 ช่วงรายได้ต่อเดือน 20001 – 30000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ช่วงรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และไม่ระบุรายได้ต่อเดือน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-7 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นครศรีธรรมราช	295	37.8
ภาคใต้ตอนบน	50	12.4
ภาคใต้ตอนล่าง	28	7
ภาคกลาง	20	5
ภาคเหนือ	7	1.8
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราชมากที่สุด จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีธรรมราช) จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ตอนล่าง จำนวน 28 คิดเป็นร้อยละ 7 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง จำนวน 20 คิดเป็นร้อยละ 5 และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4-8 จำนวนความถี่เกี่ยวกับพฤติกรรมกาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการค้นหาข้อมูล/รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิงจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	56	49
วิทยุ/โทรทัศน์	97	24.3
อินเทอร์เน็ต	210	52.5
แผ่นพับ/โบรชัวร์	58	32
หนังสือแนะนำ	23	30.8
บริษัทนำเที่ยว	157	29.3
การประชาสัมพันธ์ของ ททท.	47	11.8
ผู้อื่นแนะนำ	215	53.8

จากตารางที่ 4-8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างค้นหาข้อมูล/รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากผู้อื่นแนะนำ มากที่สุด จำนวน 215 รองลงมาค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 210 บริษัทนำเที่ยว จำนวน 157 วิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 97 แผ่นพับ/โบรชัวร์ จำนวน 58 หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จำนวน 56 การประชาสัมพันธ์ของ ททท. จำนวน 47 และหนังสือแนะนำ จำนวน 23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-9 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน	249	62.3
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	30	7.4
ประชุมสัมมนา	56	14
สัมผัสธรรมชาติ	55	13.7
ทัศนศึกษา/ดูงาน	9	2.3
อื่นๆ เช่น ทำวิจัย	1	0.3
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-9 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือประชุมสัมมนา จำนวน 56 คิดเป็นร้อยละ 14 สัมผัสธรรมชาติ จำนวน 55 คิดเป็นร้อยละ 13.7 เยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 30 คิดเป็นร้อยละ 7.4 ทัศนศึกษา/ดูงาน จำนวน 9 คิดเป็นร้อยละ 2.3 และมีวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ทำวิจัย จำนวน 1 คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-10 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเดินทางมากับบริษัททัวร์

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากับบริษัททัวร์	103	25.8
ไม่ได้มากับบริษัททัวร์	297	74.2
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-10 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยว ไม่ได้เดินทางมากับบริษัททัวร์ จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.2 และเดินทางมากับบริษัททัวร์ จำนวน 103 คิดเป็นร้อยละ 25.8ตามลำดับ

ตารางที่ 4-11 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว (กรณีที่ไม่ได้มากับบริษัททัวร์)

วิธีการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถเช่า/รถเหมา	40	13.47
รถส่วนตัว	240	80.81
รถโดยสารประจำทาง	17	5.72
รวม	297	100.00

จากตารางที่ 4-11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ จำนวน 297 คนเดินทางมากับรถส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 240 คิดเป็นร้อยละ 80.81 รองลงมา รถเช่า/รถเหมา จำนวน 40 คิดเป็นร้อยละ 13.47 และรถโดยสารประจำทาง จำนวน 17 คิดเป็นร้อยละ 5.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-12 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวด้วย

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาคนเดียว	43	10.75
ครอบครัว/ญาติ	159	39.75
เพื่อนสนิท	95	23.75
เพื่อนร่วมงาน	103	25.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-12 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติในสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาเพื่อนร่วมงาน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 เพื่อนสนิท จำนวน 95 คิดเป็นร้อยละ 23.75 และมาคนเดียว จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-13 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ น้ำตกกรุงชิง

จำนวนครั้งที่มาเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาเป็นครั้งแรก	177	44.3
2 - 3 ครั้ง	171	42.7
มากกว่า 3 ครั้ง	52	13
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-13 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ น้ำตกกรุงชิง มาเป็นครั้งแรกมากที่สุด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมา 2 – 3 ครั้ง จำนวน 171 คิดเป็นร้อยละ 42.7 และมามากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 52 คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-14 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการพักค้างคืน

ลักษณะการพักค้างคืน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่พักค้างคืน	169	42.3
พักค้างคืนในเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง	125	31.3
พักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง	106	26.4
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-14 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงโดยไม่พักค้างคืนสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาพักค้างคืนในเขตอุทยานฯ จำนวน 125 คิดเป็นร้อยละ 31.3 และพักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ จำนวน 106 คิดเป็นร้อยละ 26.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-15 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการพักค้างคืน (กรณีที่พักค้างคืนในเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง)

รูปแบบการพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กางเต็นท์/ตั้งแคมป์	29	23.2
บ้านหลังเดียวสำหรับ 2 คน	19	15.2
บ้านหลังใหญ่สำหรับหลายคน	35	28
ห้องพักสำหรับ 2 คน	42	33.6
รวม	125	100.00

จากตารางที่ 4-15 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่พักค้างคืนในเขตอุทยานฯ จำนวน 125 คน พักค้างคืนในรูปแบบของห้องพักสำหรับ 2 คนมากที่สุด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 รองลงมา พักแบบบ้านหลังใหญ่สำหรับหลายคน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 28 กางเต็นท์/ตั้งแคมป์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 และบ้านหลังเดียวสำหรับ 2 คน จำนวน 19 คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-16 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการพักค้างคืนในเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	103	25.8
พนักงานคอยดูแลช่วยเหลือ	75	18.8
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน	68	17
บรรยากาศภายในสวย	72	18
ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ	68	17
ราคาไม่แพง	78	19.5
มีความเป็นส่วนตัว	78	19.5
จองห้องพักง่ายและสะดวก	58	14.5
บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	61	15.3
ไม่รู้จักรักที่พักรื่น	50	12.5

จากตารางที่ 4-16 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักค้างคืนในเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง เพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 103 คน รองลง ราคาไม่แพงและมีความเป็นส่วนตัว จำนวน 78 คน พนักงานคอยดูแลช่วยเหลือ จำนวน 75 คน บรรยากาศภายในสวย จำนวน 72 คน มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครันและลักษณะห้องพักสำหรับ 2 คนใช้วัสดุจากธรรมชาติ จำนวน 68 คน บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ จำนวน 61 คน และไม่รู้จักรักที่พักที่อื่น จำนวน 50 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4-17 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่พักค้างแรม (กรณีที่พักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง)

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หน้าไพลวัลย์	24	22.64
คุ่มตาน้อย	18	16.98
ถ้ำหงส์รีสอร์ท	31	29.25
กรุงชิงซีวิว	17	16.04
วังศิลา	13	12.26
อื่น ๆ เช่น บ้านเพื่อน/ญาติ	3	2.83
รวม	106	100.00

จากตารางที่ 4-17 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่พักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง จำนวน 106 คน ที่พักค้างคืนที่ถ้ำหงส์รีสอร์ทเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาหน้าไพลวัลย์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 22.64 คุ่มตาน้อย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.04 วังศิลา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.26 และอื่นๆ เช่น บ้านเพื่อน/ญาติ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-18 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการพักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	47	11.8
พนักงานคอยดูแลช่วยเหลือ	18	4.5
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน	23	5.8
บรรยากาศภายในสวย	36	9
ลักษณะใช้วัสดุจากธรรมชาติ	31	7.8
ราคาไม่แพง	69	17.3
มีความเป็นส่วนตัว	47	11.8
จองห้องพักง่ายและสะดวก	36	9
บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	29	7.3
ไม่รู้จักที่พักที่อื่น	32	8

จากตารางที่ 4-18 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่พักค้างคืนตามสถานที่จากตารางที่ 4-17 เพราะราคาไม่แพง เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 69 คน รองลงมาเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและมีความเป็นส่วนตัว จำนวน 47 คน บรรยากาศภายในสวยและจองห้องพักสำหรับ 2 คนง่ายและสะดวก จำนวน 36 คน ไม่รู้จักที่พักที่อื่น จำนวน 32 คน ลักษณะห้องพักสำหรับ 2 คนใช้วัสดุจากธรรมชาติ จำนวน 31 คน บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ จำนวน 29 คน มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน จำนวน 23 คน และมีพนักงานคอยดูแลช่วยเหลือ จำนวน 18 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4-19 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการพักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผลที่เลือก	หน้าไฟลว์ลีย์ (24 คน)		คุ่มตาน้อย (18 คน)		ถ้ำหงส์รีสอร์ท (31 คน)		กรุงชิงซีวิว (17 คน)		วังศิลา (13 คน)		ที่อื่นๆ (3คน)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	9	37.5	6	33.33	25	80.65	3	17.65	4	30.77	0
พนักงานคอยดูแลช่วยเหลือ	3	12.5	2	11.11	5	16.13	3	17.65	5	38.46	0	0
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน	6	25	4	22.22	12	38.71	0	0	1	7.69	0	0
บรรยากาศภายในสวย	8	33.33	12	66.67	7	22.58	3	17.65	6	46.15	0	0
ลักษณะห้องพักสำหรับ 2 คนใช้วัสดุจากธรรมชาติ	6	25	6	33.33	13	41.94	14	82.35	2	15.38	0	0
ราคาไม่แพง	16	66.67	12	66.67	11	35.48	17	100	11	84.61	2	66.67
มีความเป็นส่วนตัว	10	41.67	11	61.11	16	51.61	6	35.29	3	23.08	1	33.33
จองห้องพักสำหรับ 2 คนง่ายและสะดวก	8	33.33	11	61.11	7	22.58	5	29.41	5	38.46	0	0
บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	3	12.5	3	16.67	17	54.84	2	11.76	4	30.77	0	0
ไม่รู้จักที่พักที่อื่น	8	33.33	9	50	3	9.68	6	35.29	5	38.46	1	33.33

จากตารางที่ 4-19 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่พิกนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง จำนวน 106 คน มีจำนวน 5 สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกพักเพราะราคาไม่แพงคิดเป็นร้อยละมากที่สุด คือหน้าไพลวัลย์ คุ่มตาน้อย กรุงชิงชีวิ วังศิลา และที่อื่นๆ มีจำนวน 1 ร้านที่กลุ่มตัวอย่างเลือกพักเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ คือ ถ้ำหงส์รีสอร์ท และมีจำนวน 1 ร้านที่กลุ่มตัวอย่างเลือกพักเพราะบรรยากาศภายในสวย คือคุ่มตาน้อย โดยจำแนกเหตุผลที่เลือกพักดังนี้

ผู้ที่เลือกพักที่หน้าไพลวัลย์ จำนวน 24 คน เลือกพักเพราะราคาไม่แพง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ รองลงมาเลือกพักเพราะมีความเป็นส่วนตัว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 เลือกพักเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 เลือกพักเพราะบรรยากาศภายในสวย จองห้องพักสำหรับ 2 คนง่ายและสะดวกและไม่รู้จักรักที่พักรักที่อื่น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 เลือกพักเพราะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครันและลักษณะห้องพักสำหรับ 2 คนใช้วัสดุจากธรรมชาติ จำนวน 6 คน เลือกพักเพราะ พนักงานคอยดูแลช่วยเหลือและบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผู้ที่เลือกพักที่คุ่มตาน้อย จำนวน 18 คน เลือกพักเพราะบรรยากาศภายในสวยและราคาไม่แพง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาเลือกพักเพราะมีความเป็นส่วนตัวและจองห้องพักสำหรับ 2 คนง่ายและสะดวก จำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 61.11 เลือกพักเพราะไม่รู้จักรักที่อื่น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 50 เลือกพักเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและลักษณะห้องพักสำหรับ 2 คนใช้วัสดุจากธรรมชาติ จำนวน 33.33 เลือกพักเพราะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 เลือกพักเพราะบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และเลือกพักเพราะพนักงานคอยดูแลช่วยเหลือ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ตามลำดับ

ผู้ที่เลือกพักที่ถ้ำหงส์รีสอร์ท จำนวน 31 คน เลือกพักเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 80.65 รองลงมาเลือกพักเพราะบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 54.84 เลือกพักเพราะมีความเป็นส่วนตัว 16 คน คิดเป็นร้อยละ 51.61 เลือกพักเพราะลักษณะห้องพักสำหรับ 2 คนใช้วัสดุจากธรรมชาติ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 41.94 เลือกพักเพราะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครันจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 38.71 เลือกพักเพราะราคาไม่แพง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ เลือกพักเพราะบรรยากาศภายในสวยและจองห้องพักสำหรับ 2 คนง่ายและสะดวก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 22.58 เลือกพักเพราะ

พนักงานคอยดูแลช่วยเหลือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.13 เลือกพักเพราะไม่รู้จักระงับที่พักรู้จักที่พักรู้จักที่อื่น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.68 ตามลำดับ

ผู้ที่เลือกพักที่กรุงชิงชีวิ จำนวน 17 คน เลือกพักเพราะราคาไม่แพง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาเลือกพักเพราะลักษณะห้องพักรู้จักที่พักรู้จักที่อื่น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 82.35 เลือกพักเพราะมีความเป็นส่วนตัวและไม่รู้จักระงับที่พักรู้จักที่อื่น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 เลือกพักเพราะจองห้องพักรู้จักที่พักรู้จักที่อื่น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 เลือกพักเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ พนักงานคอยดูแลช่วยเหลือและบรรยากาศภายในสวย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 และเลือกพักเพราะบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 ตามลำดับ

ผู้ที่เลือกพักที่วังศิลา จำนวน 13 คน เลือกพักเพราะราคาไม่แพง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 84.61 รองลงมาเลือกพักเพราะบรรยากาศภายในสวย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 เลือกพักเพราะพนักงานคอยดูแลช่วยเหลือ จองห้องพักรู้จักที่พักรู้จักที่อื่น และไม่รู้จักระงับที่พักรู้จักที่อื่น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 38.46 เลือกพักเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77 เลือกพักเพราะมีความเป็นส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08 เลือกพักเพราะลักษณะห้องพักรู้จักที่พักรู้จักที่อื่น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38 และเลือกพักเพราะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69 ตามลำดับ

ผู้ที่เลือกพักที่อื่นๆ จำนวน 3 คน เลือกพักเพราะราคาไม่แพง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาเลือกพักเพราะราคาไม่แพงและไม่รู้จักระงับที่พักรู้จักที่อื่น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-20 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการจองห้องพักสำหรับ 2 คน

วิธีการจองที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จองที่อุทยาน/แหล่งที่พัก	57	24.6
จองผ่านโทรศัพท์	66	28.6
บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	87	37.6
จองผ่านอินเทอร์เน็ต	1	0.4
คนอื่นจองให้	17	7.5
อื่น ๆ	3	1.3
รวม	231	100.00

จากตารางที่ 4-20 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจองห้องพักสำหรับ 2 คนโดยบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาจองผ่านโทรศัพท์จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 จองที่อุทยาน/แหล่งที่พัก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 ให้คนอื่นจองให้ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 จองด้วยวิธีอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และจองผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-21 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์ - ศุกร์	150	37.5
วันเสาร์ - อาทิตย์	192	48
วันหยุดเทศกาล	43	10.7
วันลาพักร้อน	11	2.8
อื่น ๆ เช่น วันที่สะดวก	4	1
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-21 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์เป็นส่วนมาก จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาเที่ยวในช่วงวันจันทร์ - ศุกร์ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มาเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 มาเที่ยวในช่วงวันลาพักร้อน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และมาเที่ยวในช่วงอื่น ๆ เช่น วันที่สะดวก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-22 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เลือกทำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

กิจกรรมที่ทำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์	273	68.3
เล่นน้ำตก	269	67.3
ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน	367	96.8
เดินถ้ำ	157	39.3
ล่องแก่ง	184	46
ชมทะเลหมอก	223	55.8
ตั้งแคมป์	101	25.3
อื่นๆ เช่น คำนคว้าหาข้อมูล	8	2

จากตารางที่ 4-22 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง เลือกทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน ส่วนของการดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน ในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 367 คน รองลงมา เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ จำนวน 273 คน เล่นน้ำตก จำนวน 269 คน ชมทะเลหมอก 223 คน ล่องแก่ง จำนวน 184 คน เดินถ้ำ จำนวน 157 คน ตั้งแคมป์ จำนวน 101 คน และอื่น ๆ เช่น คำนคว้าหาข้อมูล จำนวน 8 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4-23 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

ความตั้งใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มา	371	92.8
ไม่มา	3	0.8
ไม่แน่ใจ	26	6.4
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-23 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งมากที่สุด จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8 รองลงมา ไม่แน่ใจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และไม่มา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-24 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกความตั้งใจในการแนะนำ/เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

ความตั้งใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนะนำ	374	93.5
ไม่แนะนำ	5	1.3
ไม่แน่ใจ	21	5.2
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-24 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะแนะนำ/เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมา ไม่แน่ใจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และไม่แนะนำ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-25 จำนวนร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

สิ่งดึงดูดใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้สัมผัสกับธรรมชาติ	382	95.5
ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ	302	75.5
เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	296	74
ขอรับการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	261	65.3
อื่นๆ เช่น ชอบความท้าทาย ชอบเที่ยวป่า	36	9

จากตารางที่ 4-25 แสดงให้เห็นว่าสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คือได้สัมผัสกับธรรมชาติ ในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 382 คน รองลงมาได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ จำนวน 302 คน เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 296 คน ขอรับการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จำนวน 261 คน และอื่นๆ เช่นชอบความท้าทาย ชอบเที่ยวป่า จำนวน 36 คน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4-26 ภาพรวมของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้		ภูมิฐานะ	
	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์
1. การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร														
1.1 จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	0.004*	✓	0.000*	✓	0.001*	✓	0.000*	✓	0.003*	✓	0.000*	✓	0.016*	✓
1.2 จากวิทยุโทรทัศน์	0.868	X	0.027*	✓	0.667	X	0.499	X	0.611	X	0.038*	✓	0.058	X
1.3 จากอินเทอร์เน็ต	0.745	X	0.391	X	0.004*	✓	0.003*	✓	0.001*	✓	0.064	X	0.676	X
1.4 จากแผ่นพับ/โบรชัวร์	0.764	X	0.002*	✓	0.987	X	0.056	X	0.009*	✓	0.103	X	0.128	X
1.5 จากหนังสือแนะนำเที่ยว	0.017*	✓	0.005*	✓	0.196	X	0.002*	✓	0.020*	✓	0.073	X	0.712	X
1.6 จากบริษัทนำเที่ยว	0.184	X	0.001*	✓	0.133	X	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓
1.7 จากการประชาสัมพันธ์ของ ททท.	0.552	X	0.141	X	0.039*	✓	0.002*	✓	0.000*	✓	0.007*	✓	0.526	X
1.8 จากผู้อื่นแนะนำ	0.077	X	0.000*	✓	0.003*	✓	0.292	X	0.002*	✓	0.022	X	0.894	X

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

X หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4-26 ภาพรวมของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้		ภูมิลำเนา	
	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์
2. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	0.467	X	0.509	X	0.231	X	0.306	X	0.000*	✓	0.077	X	0.000*	✓
3. การเลือกเดินทางมาเที่ยวกับทัวร์	0.614	X	0.000*	✓	0.001*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓
4. รูปแบบการเดินทาง	0.550	X	0.233	X	0.217	X	0.131	X	0.216	X	0.171	X	0.746	X
5. บุคคลที่เดินทางมาด้วย	0.982	X	0.000*	✓	0.447	X	0.177	X	0.000*	✓	0.089	X	0.000*	✓
6. จำนวนครั้งที่มาเที่ยว	0.557	X	0.058	X	0.094	X	0.353	X	0.060	X	0.083	X	0.000*	✓
7. การเลือกพักค้างคืน	0.256	X	0.084	X	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓
8. รูปแบบการพักค้างคืนในอุทยาน	0.065	X	0.054	X	0.213	X	0.659	X	0.199	X	0.150	X	0.360	X
9. เหตุผลในการเลือกพักในอุทยาน														
9.1 ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	0.038*	✓	0.045*	✓	0.203	X	0.117	X	0.000*	✓	0.001*	✓	0.055	X
9.2 เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ	0.099	X	0.016*	✓	0.114	X	0.210	X	0.000*	✓	0.001*	✓	0.117	X
9.3 มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ	0.091	X	0.021*	✓	0.122	X	0.088	X	0.000*	✓	0.001*	✓	0.212	X
9.4 บรรยากาศภายในสวย	0.098	X	0.012*	✓	0.980	X	0.070	X	0.000*	✓	0.000*	✓	0.088	X

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

X หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4-26 ภาพรวมของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้		ภูมิลำเนา	
	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์
9.5 ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ	0.062	X	0.024*	✓	0.171	X	0.231	X	0.000*	✓	0.000*	✓	0.106	X
9.6 ราคาไม่แพง	0.073	X	0.003*	✓	0.089	X	0.222	X	0.000*	✓	0.000*	✓	0.112	X
9.7 ี่มีความเป็นส่วนตัว	0.100	X	0.008*	✓	0.113	X	0.063	X	0.000*	✓	0.001*	✓	0.134	X
9.8 การจองห้องพักง่ายและสะดวก	0.030*	✓	0.004*	✓	0.227	X	0.052	X	0.000*	✓	0.000*	✓	0.447	X
9.9 บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	0.100	X	0.022*	✓	0.447	X	0.071	X	0.000*	✓	0.002*	✓	0.053	X
9.10 ไม่รู้จักที่พักที่อื่น	0.098	X	0.009*	✓	0.194	X	0.510	X	0.000*	✓	0.001*	✓	0.065	X
10. สถานที่ที่เลือกพักนอกอุทยานฯ	0.827	X	0.089	X	0.042*	✓	0.232	X	0.872	X	0.914	X	0.111	X

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

X หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4-26 ภาพรวมของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้		ภูมิลำเนา	
	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์
11. เหตุผลในการเลือกพักผ่อนอกอุทยานฯ														
11.1 ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	0.997	X	0.639	X	0.117	X	0.086	X	0.257	X	0.697	X	0.101	X
11.2 เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ	0.044*	✓	0.252	X	0.070	X	0.987	X	0.512	X	0.646	X	0.544	X
11.3 มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน	0.942	X	0.452	X	0.286	X	0.055	X	0.584	X	0.992	X	0.089	X
11.4 บรรยากาศภายในสวย	0.550	X	0.229	X	0.255	X	0.133	X	0.052	X	0.599	X	0.077	X
11.5 ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ	0.639	X	0.084	X	0.217	X	0.100	X	0.065	X	0.339	X	0.121	X
11.6 ราคาไม่แพง	0.291	X	0.061	X	0.247	X	0.554	X	0.509	X	0.877	X	0.389	X
11.7 มีความเป็นส่วนตัว	0.154	X	0.262	X	0.321	X	0.724	X	0.862	X	0.305	X	0.921	X
11.8 การจองห้องพักง่ายและสะดวก	0.791	X	0.221	X	0.255	X	0.196	X	0.304	X	0.654	X	0.071	X
11.9 บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	0.480	X	0.222	X	0.071	X	0.051	X	0.101	X	0.108	X	0.111	X
11.10 ไม่รู้จักที่พักที่อื่น	0.989	X	0.240	X	0.081	X	0.220	X	0.091	X	0.975	X	0.222	X

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

X หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4-26 ภาพรวมของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้		ภูมิลำเนา	
	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์
12. วิธีการจองที่พัก	0.082	X	0.000*	✓	0.298	X	0.000*	✓	0.001*	✓	0.044*	✓	0.000*	✓
13. ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว	0.844	X	0.337	X	0.285	X	0.283	X	0.055	X	0.450	X	0.007*	✓
14. กิจกรรมที่ทำ														
14.1 เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์	0.019*	✓	0.000*	✓	0.494	X	0.000*	✓	0.008*	✓	0.011*	✓	0.132	X
14.2 เล่นน้ำตก	0.031*	✓	0.000*	✓	0.310	X	0.031*	✓	0.010*	✓	0.788	X	0.025	X
14.3 คุนุก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน	0.096	X	0.000*	✓	0.320	X	0.000*	✓	0.000*	✓	0.002*	✓	0.003*	✓
14.4 เดินถ้ำ	0.123	X	0.000*	✓	0.076	X	0.001*	✓	0.000*	✓	0.051	X	0.002*	✓
14.5 ล่องแก่ง	0.287	X	0.001*	✓	0.806	X	0.000*	✓	0.000*	✓	0.076	X	0.003*	✓
14.6 ชมทะเลหมอก	0.176	X	0.000*	✓	0.223	X	0.216	X	0.282	X	0.019*	✓	0.000*	✓
14.7 ตั้งแคมป์	0.956	X	0.013*	✓	0.929	X	0.000*	✓	0.001*	✓	0.132	X	0.000*	✓

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

X หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4-26 ภาพรวมของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้		ภูมิลำเนา	
	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์	sig.	สัมพันธ์
15. ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวอีก	0.595	X	0.846	X	0.370	X	0.768	X	0.072	X	0.958	X	0.459	X
16. แนะนำ/เผยแพร่ข้อมูล	0.676	X	0.870	X	0.216	X	0.875	X	0.086	X	0.968	X	0.551	X
17. สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาเที่ยวที่กรุงชิง														
17.1 ได้สัมผัสกับธรรมชาติ	0.283	X	0.038*	✓	0.787	X	0.249	X	0.754	X	0.048*	✓	0.120	X
17.2 ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ ฯลฯ	0.958	X	0.017*	✓	0.177	X	0.001*	✓	0.414	X	0.090	X	0.000*	✓
17.3 เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.452	X	0.014*	✓	0.777	X	0.000*	✓	0.238	X	0.174	X	0.027*	✓
17.4 ขอการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	0.562	X	0.005*	✓	0.509	X	0.000*	✓	0.058	X	0.012*	✓	0.042*	✓

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

X หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4-26 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ผลการทดสอบค่า Significant ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนี้

เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ด้าน ดังนี้ การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากหนังสือแนะนำเที่ยว เหตุผลในการเลือกพักในอุทยาน เช่น เพื่อได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ การจองห้องพักง่ายและสะดวก เหตุผลในการเลือกพักนอกอุทยานเพราะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ และกิจกรรมที่ทำ เช่น กิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ และเล่นน้ำตก ตามลำดับ

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 7 ด้าน ดังนี้ การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากวิทยุ/โทรทัศน์ จากแผ่นพับ/โบรชัวร์ จากหนังสือแนะนำเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากผู้อื่นแนะนำ การเลือกเดินทางมาเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์ บุคคลที่เดินทางมาด้วย เหตุผลในการเลือกพักในอุทยาน เช่น ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายในสวย ลักษณะห้องพักใช้วัสดุธรรมชาติ ราคาไม่แพง ความเป็นส่วนตัว มีการจองห้องพักง่ายและสะดวก บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ ไม่รู้จักที่พักอื่น วิธีการจองที่พัก กิจกรรมที่ทำ เช่น กิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เล่นน้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง ชมทะเลหมอก ตั้งแคมป์ และสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาเที่ยวกรุงชิง เช่น ได้สัมผัสกับธรรมชาติ ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ ฯลฯ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชอบผจญภัยและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตามลำดับ

สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ด้าน ดังนี้ การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากอินเทอร์เน็ต จากการประชุมสัมพันธของ ททท. จากผู้อื่นแนะนำ การเลือกเดินทางมาเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์ การเลือกพักค้างคืนและสถานที่ที่เลือกพักนอกอุทยานฯ ตามลำดับ

การศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 6 ด้าน ดังนี้ การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากอินเทอร์เน็ต จากหนังสือแนะนำเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากการประชุมสัมพันธของ ททท. การเลือกเดินทางมาเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์ การเลือก

พักค้างคืน วิธีการจองที่พัก กิจกรรมที่ทำ เช่น เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เล่น น้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง ตั้งแคมป์ และสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาเที่ยวที่กรุงชิง เช่น ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ ฯลฯ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมถึงขอการอนุญาต และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตามลำดับ

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 8 ด้าน ดังนี้ การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากอินเทอร์เน็ต จากแผ่นพับ/โบรชัวร์ จากหนังสือแนะนำ จากบริษัทนำเที่ยว จากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. จากผู้แนะนำ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง การเลือกเดินทางมาเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์ บุคคลที่เดินทางมาด้วย การเลือกพักค้างคืน เหตุผลในการเลือกพักในอุทยาน เช่น ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายในสวย ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ ราคาไม่แพง มีความเป็นส่วนตัว การจองห้องพักง่ายและสะดวก บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ ไม่รู้จักที่พักอื่น วิธีการจองที่พัก และกิจกรรมที่ทำ เช่น เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เล่น น้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง ตั้งแคมป์ตามลำดับ

รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 7 ด้าน ดังนี้ การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากวิทยุ/โทรทัศน์ จากบริษัทนำเที่ยว จากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. การเลือกเดินทางมาเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์ การเลือกพักค้างคืน เหตุผลในการเลือกพักในอุทยานเช่น ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายในสวย ลักษณะห้องพักใช้วัสดุธรรมชาติ ราคาไม่แพง มีความเป็นส่วนตัว มีการจองห้องพักง่ายและสะดวก บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ ไม่รู้จักที่พักอื่น วิธีการจองที่พัก กิจกรรมที่ทำ เช่น กิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน ชมทะเลหมอก และสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาเที่ยวกรุงชิง เช่น ได้สัมผัสกับธรรมชาติ ขอใบอนุญาตและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตามลำดับ

ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 10 ด้าน ดังนี้ การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากบริษัทนำเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง การเดินทางมาเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์ บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนครั้งที่มาเที่ยว การเลือกพักค้างคืน วิธีการจองที่พัก ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำ เช่น ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง ชมทะเลหมอก ตั้งแคมป์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4-27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

เพศ	แหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร								รวม
	หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร	วิทยุ/โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/โบร ชัวร์	หนังสือแนะนำ	บริษัทนำ เที่ยว	การประชาสัมพันธ์ ของ ททท.	ผู้อื่นแนะนำ	
ชาย	110 (19.64)	48 (8.57)	104 (18.57)	61 (10.89)	71 (12.69)	51 (9.11)	21 (3.75)	94 (16.78)	560 (100)
หญิง	86 (15.03)	49 (8.56)	106 (18.53)	67 (11.71)	52 (9.10)	66 (11.54)	26 (4.55)	120 (20.98)	572 (100)
รวม	196 (17.31)	97 (8.57)	210 (18.55)	128 (11.31)	123 (10.87)	117 (10.34)	47 (4.15)	214 (18.90)	1132 (100)
Chi-square	8.361	0.280	0.106	0.090	5.725	1.763	0.353	5.128	
sig.	0.004*	0.868	0.745	0.764	0.017*	0.184	0.552	0.077	

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีค่า Chi-square = 8.361 sig. = 0.004 และความสัมพันธ์ระหว่างเพศและแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารและจากหนังสือพิมพ์ ๓ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้ำตกกรุงชิงจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร โดยเพศชายมีสัดส่วนร้อยละ 19.64 มากกว่าเพศหญิงมีสัดส่วนร้อยละ 15.03 ส่วนแหล่งข้อมูลจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารเพศชายมีสัดส่วนร้อยละ 12.69 มากกว่าเพศหญิงมีสัดส่วนร้อยละ 9.10

ตารางที่ 4-28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

เพศ	เหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง										
	ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ	มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ	บรรยากาศภายในสวย	ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ	ราคาไม่แพง	มีความเป็นส่วนตัว	การจองห้องพักง่ายและสะดวก	บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	ไม่รู้จักรักที่พักรื่น	อื่น
ชาย	45 (15.00)	31 (10.33)	29 (9.67)	30 (10.00)	25 (8.33)	34 (11.34)	32 (10.67)	28 (9.33)	25 (8.33)	21 (7.00)	30 (10.00)
หญิง	58 (14.11)	44 (10.70)	39 (9.49)	42 (10.22)	43 (10.46)	44 (10.71)	46 (11.19)	30 (7.30)	36 (8.76)	29 (7.06)	44 (10.90)
รวม	103 (14.49)	55 (7.74)	68 (9.56)	72 (10.12)	68 (9.56)	78 (10.97)	78 (10.97)	58 (8.16)	61 (8.56)	50 (7.03)	74 (10.20)
Chi-square	6.555	4.621	4.803	4.650	5.571	5.246	4.604	7.020	4.601	4.647	5.246
sig.	0.038*	0.099	0.091	0.098	0.062	0.073	0.100	0.030*	0.100	0.098	0.073

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีค่า Chi-square = 8.555 sig. = 0.038 และความสัมพันธ์ระหว่างเพศและเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะการจูงมือพักง่ายและสะดวก มีค่า Chi-square = 7.020 sig. = 0.030 แสดงว่า ปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และเพราะการจูงมือพักง่ายและสะดวก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนใหญ่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยเพศชายมีสัดส่วนร้อยละ 15 มากกว่าเพศหญิงที่มีสัดส่วนร้อยละ 14.1 สำหรับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะการจูงมือพักง่ายและสะดวก เพศชายมีสัดส่วนมากกว่าเพศหญิงร้อยละ 9.33 และเพศหญิงมีสัดส่วนร้อยละ 7.30

ตารางที่ 4-29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมนอกเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

เพศ	เหตุผลที่เลือกพักค้างแรมนอกอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง										
	ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ	มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ	บรรยากาศภายในสวย	ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ	ราคาไม่แพง	มีความเป็นส่วนตัว	การจองห้องพักง่ายและสะดวก	บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	ไม่รู้จักที่พักที่อื่น	รวม
ชาย	23 (13.22)	4 (2.30)	12 (6.89)	15 (8.62)	13 (7.47)	30 (17.24)	28 (16.09)	16 (9.20)	17 (9.78)	16 (9.19)	17 (10.00)
หญิง	24 (12.37)	14 (7.21)	11 (5.67)	21 (10.82)	18 (9.28)	39 (20.10)	19 (9.79)	20 (10.31)	12 (6.19)	16 (8.26)	19 (10.00)
รวม	47 (12.77)	18 (4.89)	23 (6.25)	36 (9.78)	31 (8.42)	69 (18.75)	47 (12.77)	36 (9.78)	29 (7.88)	32 (8.70)	36 (10.00)
Chi-square	0.006	6.254	0.120	1.197	0.895	2.467	3.744	0.470	1.467	0.022	
sig.	0.997	0.044*	0.942	0.550	0.639	0.291	0.154	0.791	0.480	0.989	

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมนอกอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมนอกอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีค่า Chi-square = 6.254 sig. = 0.044 แสดงว่า ปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมนอกอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนใหญ่เลือกพักค้างแรมนอกอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ โดยเพศหญิงมีสัดส่วนร้อยละ 7.21 มากกว่าเพศชายมีสัดส่วนร้อยละ 2.30 จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เพศหญิงต้องการให้มีเจ้าหน้าที่ที่คอยดูแลช่วยเหลือมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4-30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้

เพศ	กิจกรรม							รวม
	เดินป่าศึกษาเส้นทาง ธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์	เล่นน้ำตก	ดูนก/ชมพรรณไม้ภายใน อุทยาน	เดินถ้ำ	ล่องแก่ง	ชมทะเลหมอก	ตั้งแคมป์	
ชาย	144 (20.06)	121 (16.85)	138 (19.22)	69 (9.61)	95 (13.23)	102 (14.21)	49 (6.82)	718 (100)
หญิง	129 (17.06)	148 (19.58)	129 (17.06)	88 (11.64)	89 (11.77)	121 (16.01)	52 (6.88)	756 (100)
รวม	273 (18.52)	269 (18.25)	267 (18.11)	157 (10.65)	184 (12.48)	223 (15.13)	101 (6.85)	1474 (100)
Chi-square	5.499	4.669	2.769	2.384	1.132	1.828	0.003	
sig.	0.019*	0.031*	0.096	0.123	0.287	0.176	0.956	

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและกิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ มีค่า Chi-square = 5.499 sig. = 0.019 และความสัมพันธ์ระหว่างเพศและกิจกรรมเล่นน้ำตก มีค่า Chi-square = 4.669 sig. = 0.031 แสดงว่าปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์และกิจกรรมเล่นน้ำตก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เลือกทำในส่วนของ การเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ พบว่าเพศชายมีสัดส่วนร้อยละ 20.06 มากกว่าเพศหญิงที่มีสัดส่วนร้อยละ 17.06 จึงอาจกล่าวได้ว่าเพศชายชอบทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเรื่องการเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ แต่ผู้หญิงชอบเล่นน้ำตกมากกว่า

ตารางที่ 4-31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

อายุ	แหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร								รวม
	หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร	วิทยุ/ โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/โบรชัวร์	หนังสือแนะนำ	บริษัทนำ เที่ยว	การประชาสัมพันธ์ ของ ททท.	ผู้อื่นแนะนำ	
ต่ำกว่า 20 ปี	9 (6.98)	12 (9.39)	32 (24.80)	10 (7.75)	8 (6.20)	9 (6.98)	2 (1.55)	47 (36.43)	129 (100)
20 - 34 ปี	58 (12.83)	30 (6.64)	89 (19.69)	49 (10.84)	48 (10.62)	57 (12.61)	20 (4.42)	101 (22.35)	452 (100)
35 - 44 ปี	69 (25.94)	24 (9.02)	47 (17.67)	30 (11.28)	32 (12.03)	23 (8.65)	11 (4.14)	30 (11.28)	266 (100)
45 - 59 ปี	52 (20.39)	29 (11.37)	37 (14.51)	36 (14.12)	29 (11.37)	28 (10.98)	12 (4.71)	32 (12.50)	255 (100)
60 ปีขึ้นไป	7 (29.17)	2 (8.33)	4 (16.67)	2 (8.33)	4 (16.67)	0 (0.00)	2 (8.33)	3 (12.5)	24 (100)
รวม	195 (17.32)	97 (8.61)	209 (18.56)	127 (11.27)	121 (10.75)	117 (10.39)	47 (4.17)	213 (18.92)	1126 (100)
Chi-square	87.405	10.995	4.114	17.057	14.990	18.469	6.904	40.358	
sig.	0.000*	0.027*	0.391	0.002*	0.005*	0.001*	0.141	0.000*	

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีค่า Chi-square = 87.405 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์ มีค่า Chi-square = 10.995 sig. = 0.027 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากแผ่นพับ/โบรชัวร์ มีค่า Chi-square = 17.057 sig. = 0.002 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารจากหนังสือพิมพ์ มีค่า Chi-square = 14.990 sig. = 0.005 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยว มีค่า Chi-square = 18.469 sig. = 0.001 และความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากผู้อื่นแนะนำ มีค่า Chi-square = 40.358 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้ำตกกรุงชิงจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร วิทยุ/โทรทัศน์ แผ่นพับ/โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสารจากบริษัทนำเที่ยวและจากผู้อื่นแนะนำ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยผู้ที่ค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้ำตกกรุงชิงจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารคือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 29.17 ผู้ที่รับทราบข้อมูลจากวิทยุ/โทรทัศน์ คือผู้ที่มีอายุ 45 - 59 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 11.37 ผู้ที่ค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับ/โบรชัวร์คือผู้ที่มีอายุระหว่าง 45 - 59 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 14.12 ผู้ที่ค้นหาข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์คือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 16.67 ผู้ที่ค้นหา/ทราบข้อมูลข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยวคือผู้ที่มีอายุระหว่าง 20 - 34 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 12.61 ผู้ที่ค้นหา/ทราบข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นแนะนำ คือผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 36.43

ตารางที่ 4-32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์

อายุ	การเลือกเดินทาง		
	มากับบริษัททัวร์	ไม่มากับบริษัททัวร์	รวม
ต่ำกว่า 20 ปี	6	62	68
	(8.82)	(91.18)	(100)
20 – 34 ปี	29	126	155
	(18.71)	(81.29)	(100)
35 – 44 ปี	34	52	86
	(39.53)	(60.47)	(100)
45 – 59 ปี	31	48	79
	(39.24)	(60.76)	(100)
60 ปีขึ้นไป	3	7	10
	(30.00)	(70.00)	(100)
รวม	103	295	398
	(25.88)	(74.12)	(100)

Chi-square = 30.267 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Chi-square = 30.267 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์ โดยผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 91.18 รองลงมาคือผู้มีอายุระหว่าง 20 – 34 ปี ร้อยละ 81.29

ตารางที่ 4-33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย

อายุ	บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย				
	มาคนเดียว	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อนสนิท	เพื่อนร่วมงาน	รวม
ต่ำกว่า 20 ปี	2	19	38	9	68
	(2.90)	(27.90)	(55.90)	(13.30)	(100)
20 – 34 ปี	10	64	34	47	155
	(6.50)	(41.30)	(21.90)	(30.30)	(100)
35 – 44 ปี	17	36	15	18	86
	(19.80)	(41.90)	(17.40)	(20.90)	(100)
45 – 59 ปี	13	31	6	29	79
	(16.50)	(39.20)	(7.60)	(36.70)	(100)
60 ปีขึ้นไป	1	7	2	0	10
	(10.00)	(70.00)	(20.00)	(0.00)	(100)
รวม	43	157	95	103	398
	(10.80)	(39.40)	(23.90)	(25.90)	(100)

Chi-square = 72.377 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย พบว่า ค่า Chi-square = 72.377 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ โดยผู้มีอายุ 70 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 70 รองลงมา ผู้มีอายุระหว่าง 35 – 44 ปี ร้อยละ 41.90 ในขณะที่ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เดินทางมาเที่ยวกับเพื่อนสนิทมากที่สุด ร้อยละ 55.90

ตารางที่ 4-34 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

อายุ	เหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง										
	ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ	มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ	บรรยากาศภายในสวย	ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ	ราคาไม่แพง	มีความเป็นส่วนตัว	การจองห้องพักง่ายและสะดวก	บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	ไม่รู้จักรักที่พักรักที่อื่น	รวม
ต่ำกว่า 20 ปี	10 (23.81)	5 (11.90)	4 (9.52)	4 (9.52)	3 (7.14)	4 (9.52)	4 (9.52)	2 (4.76)	4 (9.52)	2 (4.76)	42 (100)
20 – 34 ปี	52 (14.48)	36 (10.03)	33 (9.19)	37 (10.31)	36 (10.03)	43 (11.98)	38 (10.58)	32 (8.91)	27 (7.52)	25 (6.96)	359 (100)
35 – 44 ปี	19 (15.97)	12 (10.08)	12 (10.08)	11 (9.24)	13 (10.92)	10 (8.40)	13 (10.92)	7 (5.88)	15 (12.60)	7 (5.88)	119 (100)
45 ปีขึ้นไป	22 (11.52)	22 (11.52)	19 (9.95)	20 (10.47)	16 (8.38)	21 (10.99)	23 (12.04)	17 (8.90)	15 (7.85)	16 (8.38)	191 (100)
รวม	103 (14.49)	75 (10.54)	68 (9.56)	72 (10.13)	68 (9.56)	78 (10.97)	78 (10.97)	58 (8.16)	61 (8.58)	50 (7.03)	711 (100)
Chi-square	15.806	18.763	18.049	19.705	17.631	22.953	20.544	22.525	17.854	20.502	
sig.	0.045*	0.016*	0.021*	0.012*	0.024*	0.003*	0.008*	0.004*	0.022*	0.009*	

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-34 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีค่า Chi-square = 15.806 sig. = 0.045 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีค่า Chi-square = 18.763 sig. = 0.016 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ มีค่า Chi-square = 18.049 sig. = 0.021 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะบรรยากาศภายในสวย มีค่า Chi-square = 19.705 sig. = 0.012 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ มีค่า Chi-square = 17.613 sig. = 0.024 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะราคาไม่แพง มีค่า Chi-square = 22.953 sig. = 0.003 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะมีความเป็นส่วนตัว มีค่า Chi-square = 20.544 sig. = 0.008 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะการจองห้องพักง่ายและสะดวก มีค่า Chi-square = 22.525 sig. = 0.004 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ มีค่า Chi-square = 17.854 sig. = 0.022 และความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะไม่รู้จักรักที่พักรักที่อื่น มีค่า Chi-square = 20.502 sig. = 0.009 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายในสวย ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ ราคาไม่แพง มีความเป็นส่วนตัว การจองห้องพักง่ายและสะดวก บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้และเพราะไม่รู้จักรักที่พักรักที่อื่น ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติเป็นผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 23.81 ผู้ที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือเป็นผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 11.90 ผู้ที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงเพราะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก

สะดวกครบเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 35 – 44 ปี มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 10.08 ผู้ที่เลือกพักเพราะบรรยากาศภายในสวยเป็นผู้ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 10.47 ผู้ที่เลือกพักเพราะลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 35 – 44 ปี มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 10.92 ผู้ที่เลือกพักเพราะราคาไม่แพงเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 20 – 34 ปี มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 11.98 ผู้ที่เลือกพักเพราะมีความเป็นส่วนตัวเป็นผู้ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 12.04 ผู้ที่เลือกพักเพราะการจองห้องพักง่ายและสะดวกเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 20 – 34 ปี มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 8.91 ผู้ที่เลือกพักเพราะบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 35 – 44 ปี มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 12.60 และผู้ที่เลือกพักเพราะไม่รู้จกที่พักที่อื่นเป็นผู้ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 8.38

ตารางที่ 4-35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีการจองที่พัก

อายุ	วิธีการจองที่พัก				รวม
	จองที่อุทยาน/ แหล่งที่พัก	จองผ่าน โทรศัพท์	บริษัททัวร์เป็น ผู้จัดการให้	คนอื่นจองให้/ผ่าน อินเทอร์เน็ต/อื่นๆ	
ต่ำกว่า 20 ปี	7 (21.30)	18 (54.50)	4 (12.10)	4 (12.10)	33 (100)
20 – 34 ปี	26 (25.70)	37 (36.60)	30 (29.80)	8 (7.90)	101 (100)
35 – 44 ปี	8 (20.00)	7 (17.50)	23 (57.50)	2 (5.00)	40 (100)
45 ปีขึ้นไป	16 (28.10)	4 (7.00)	30 (52.60)	7 (12.30)	57 (100)
รวม	57 (24.70)	66 (28.60)	87 (37.70)	21 (9.10)	231 (100)

Chi-square = 38.747 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีการจองที่พัก พบว่า ค่า Chi-square = 38.747 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับวิธีการจองที่พัก ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกวิธีการจองห้องพักด้วยการให้บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ โดยผู้ที่มีอายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 57.50 รองลงมาผู้ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป ร้อยละ 52.60 ในขณะที่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีและอยู่ระหว่าง 20 – 34 ปี จองที่พักผ่านโทรศัพท์มากที่สุด ร้อยละ 54.50 และ 36.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้

เพศ	กิจกรรม							รวม
	เดินป่าศึกษาเส้นทาง ธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์	เล่นน้ำตก	ดูนก/ชมพรรณไม้ภายใน อุทยาน	เดินถ้ำ	ล่องแก่ง	ชมทะเลหมอก	ตั้งแคมป์	
ต่ำกว่า 20 ปี	32 (16.41)	46 (23.59)	24 (12.31)	18 (9.23)	19 (9.74)	49 (25.13)	7 (3.59)	195 (100)
20 – 34 ปี	103 (16.32)	124 (19.65)	107 (16.96)	81 (12.84)	66 (10.46)	106 (16.80)	44 (6.97)	631 (100)
35 – 44 ปี	70 (23.03)	47 (15.46)	66 (21.71)	25 (8.22)	48 (15.79)	26 (8.55)	22 (7.24)	304 (100)
45 – 59 ปี	58 (18.89)	48 (15.64)	60 (19.54)	30 (9.77)	47 (15.31)	38 (12.38)	26 (8.47)	307 (100)
60 ปีขึ้นไป	8 (27.59)	3 (10.34)	8 (27.59)	2 (6.90)	3 (10.34)	4 (13.79)	1 (3.45)	29 (100)
รวม	271 (18.49)	268 (18.28)	265 (18.08)	156 (10.64)	183 (12.48)	223 (15.21)	100 (6.82)	1466 (100)
Chi-square	22.727	25.488	38.252	21.013	19.814	42.989	12.599	
sig.	0.000*	0.000*	0.001*	0.002*	0.001*	0.000*	0.013*	

*ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ มีค่า Chi-square = 22.727 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมเล่นน้ำตก มีค่า Chi-square = 25.488 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน มีค่า Chi-square = 38.252 sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมเดินถ้ำ มีค่า Chi-square = 21.013 sig. = 0.002 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมล่องแก่ง มีค่า Chi-square = 19.814 sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมชมทะเลหมอก มีค่า Chi-square = 42.989 sig. = 0.000 และความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกิจกรรมตั้งแคมป์ มีค่า Chi-square = 12.599 sig. = 0.013 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เล่นน้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง ชมทะเลหมอกและตั้งแคมป์ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เป็นผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 27.59 กิจกรรมเล่นน้ำตก เป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 23.59 กิจกรรมดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยานเป็นผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 27.59 กิจกรรมเดินถ้ำเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 45 – 59 ปีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 9.77 กิจกรรมล่องแก่งเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 35 – 44 ปีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 15.79 กิจกรรมชมทะเลหมอกเป็นผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 25.13 และกิจกรรมตั้งแคมป์เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 45 – 59 ปีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 8.47

ตารางที่ 4-37 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ในครั้งนี้

เพศ	สิ่งดึงดูดใจ				รวม
	ได้สัมผัสกับธรรมชาติ	ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ	เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	
ต่ำกว่า 20 ปี	62 (33.88)	43 (23.50)	42 (22.95)	36 (19.67)	183 (100)
20 – 34 ปี	150 (29.47)	127 (24.95)	118 (23.18)	114 (22.40)	509 (100)
35 – 44 ปี	84 (31.94)	60 (22.81)	64 (24.34)	55 (20.91)	263 (100)
45 ปีขึ้นไป	84 (29.89)	71 (25.27)	71 (25.27)	55 (19.57)	281 (100)
รวม	380 (30.74)	301 (24.35)	295 (23.87)	260 (21.04)	1236 (100)
Chi-square	10.122	12.029	12.433	14.821	
sig.	0.038*	0.017*	0.014*	0.005*	

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-37 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งดึงดูดใจที่ได้สัมผัสกับธรรมชาติ มีค่า Chi-square = 10.122 sig. = 0.038 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งดึงดูดใจที่ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ มีค่า Chi-square = 12.029 sig. = 0.017 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งดึงดูดใจที่ได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่า Chi-square = 12.433 sig. = 0.014 และความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งดึงดูดใจเพราะชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่า Chi-square = 14.821 sig. = 0.005 แสดงว่า ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คือ ได้สัมผัสกับธรรมชาติ ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ ได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยสิ่งดึงดูดใจด้านการได้สัมผัสกับธรรมชาติเป็นผู้ใช้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 33.88 สิ่งดึงดูดด้านการได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจเป็นผู้ใช้ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 25.27 สิ่งดึงดูดด้านการได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นผู้ใช้ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 25.27 และสิ่งดึงดูดด้านชอบการผจญภัยและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เป็นผู้ใช้ที่มีอายุระหว่าง 20 - 34 ปีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 22.40

ตารางที่ 4-38 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

สถานภาพ	แหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร								รวม
	หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร	วิทยุ/โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/โบร ชัวร์	หนังสือแนะนำ	บริษัทนำ เที่ยว	การประชาสัมพันธ์ ของ ททท.	ผู้อื่นแนะนำ	
โสด	108 (17.97)	53 (8.81)	124 (20.63)	66 (1.98)	70 (11.64)	53 (8.81)	24 (3.99)	103 (17.13)	601 (100)
สมรส	68 (15.07)	37 (8.20)	72 (15.96)	54 (11.97)	43 (9.53)	58 (12.86)	16 (3.54)	103 (22.83)	451 (100)
ม่าย/อยู่ย่ำร้าง	20 (25.97)	7 (9.09)	14 (18.18)	8 (10.38)	9 (11.68)	6 (7.79)	7 (9.09)	6 (7.79)	77 (100)
รวม	196 (17.36)	97 (8.59)	210 (18.60)	128 (11.33)	122 (10.80)	117 (10.36)	47 (4.16)	212 (18.77)	1129 (100)
Chi-square	13.796	0.781	11.158	0.026	3.259	4.029	6.501	15.876	
sig.	0.001*	0.677	0.004*	0.987	0.196	0.133	0.039*	0.003*	

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-38 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีค่า Chi-square = 13.796 sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต มีค่า Chi-square = 11.158 sig. = 0.004 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. มีค่า Chi-square = 6.501 sig. = 0.039 และ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากผู้อื่นแนะนำ มีค่า Chi-square = 15.876 sig. = 0.003 แสดงว่า ปัจจัยด้านสถานภาพมีความสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร อินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์ของ ททท. และจากผู้อื่นแนะนำ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยการค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารเป็นผู้ที่มีสถานภาพม่าย/หย่าร้างมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 25.97 ค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสดมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 20.63 ค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. เป็นผู้ที่มีสถานภาพม่าย/หย่าร้างมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 9.09 ค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารจากผู้อื่นแนะนำเป็นผู้ที่มีสถานภาพสมรสมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 22.83

ตารางที่ 4-39 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์

สถานภาพ	การเลือกเดินทาง		
	มากับบริษัททัวร์	ไม่มากับบริษัททัวร์	รวม
โสด	42	163	205
	(20.50)	(79.50)	(100)
สมรส	47	120	167
	(28.10)	(71.90)	(100)
ม่าย/หย่าร้าง	14	12	26
	(53.80)	(46.20)	(100)
รวม	103	295	398
	(25.90)	(74.10)	(100)

Chi-square = 14.154 sig. = 0.001

จากตารางที่ 4-39 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Chi-square = 14.154 sig. = 0.001 แสดงว่า ปัจจัยด้านสถานภาพมีความสัมพันธ์กับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์ ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์ โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 79.50 รองลงมาเป็นผู้ที่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 71.90 ในขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพม่าย/หย่าร้างเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์ในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 53.80

ตารางที่ 4-40 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการเลือกพักค้างคืน

สถานภาพ	การเลือกพักค้างคืน			รวม
	ไม่พักค้างคืน	พักในเขตอุทยานฯ	พักนอกเขตอุทยานฯ	
โสด	110 (53.70)	53 (25.80)	42 (20.50)	205 (100)
สมรส	48 (28.70)	68 (40.70)	51 (30.60)	167 (100)
ม่าย/หย่าร้าง	10 (38.50)	3 (11.50)	13 (50.00)	26 (100)
รวม	168 (42.20)	124 (31.20)	106 (26.60)	398 (100)

Chi-square = 32.784 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-40 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการเลือกพักค้างคืน พบว่า ค่า Chi-square = 32.784 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านสถานภาพมีความสัมพันธ์กับการเลือกพักค้างคืน ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่นอนพักค้างคืน โดยผู้ที่มีสถานภาพโสดมีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 53.70 ในขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพสมรสเลือกพักในเขตอุทยานแห่งชาติ เขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ร้อยละ 40.70 และผู้ที่มีสถานภาพม่าย/หย่าร้างเลือกพักนอกเขตอุทยานแห่งชาติ เขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ร้อยละ 50

ตารางที่ 4-41 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับสถานที่ที่เลือกพัก กรณีที่เลือกพักนอกเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

สถานภาพ	สถานที่						รวม
	หน้าไฟลวัลย์	คุ่มตาน้อย	ถ้ำหงส์รีสอร์ท	กรุงชิงซีวิว	วังศิลา	อื่นๆ	
โสด/ม่าย/หย่าร้าง	12 (21.80)	6 (10.90)	22 (40.00)	7 (12.70)	8 (14.60)	0 (0.00)	55 (100)
สมรส	12 (23.50)	12 (23.50)	9 (17.70)	10 (19.70)	5 (9.70)	3 (5.90)	51 (100)
รวม	24 (22.60)	18 (17.00)	31 (29.20)	17 (16.00)	13 (12.40)	3 (2.80)	106 (100)

Chi-square = 11.539 sig. = 0.042

จากตารางที่ 4-41 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับสถานที่ที่เลือกพัก ในกรณีที่เลือกพักนอกเขตอุทยานฯ พบว่า ค่าChi-square = 11.539 sig. = 0.042 แสดงว่า ปัจจัยด้านสถานภาพมีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่เลือกพักในกรณีที่เลือกพักนอกเขตอุทยานฯ ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่พักนอกเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เลือกพักที่ถ้ำหงส์รีสอร์ท โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด/ม่าย/หย่าร้าง มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 29.20 ในขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพสมรสเลือกพักที่หน้าไพลวัลย์และคุ้มตาน้อย ร้อยละ 23.50

ตารางที่ 4-42 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ระดับการศึกษา	แหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร								รวม
	หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร	วิทยุ/โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/โบร ชัวร์	หนังสือแนะนำ เที่ยว	บริษัทนำ เที่ยว	การประชาสัมพันธ์ ของ ททท.	ผู้อื่นแนะนำ	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	61 (15.92)	36 (9.39)	72 (18.79)	43 (11.22)	36 (9.39)	27 (7.04)	10 (2.61)	98 (25.58)	383 (100)
ปริญญาตรี	122 (18.62)	54 (8.24)	123 (18.77)	75 (11.45)	77 (11.75)	74 (11.29)	30 (4.58)	100 (15.26)	655 (100)
สูงกว่าปริญญาตรี	13 (13.82)	7 (7.21)	15 (15.95)	10 (10.63)	10 (10.63)	16 (17.02)	7 (7.21)	16 (17.02)	94 (100)
รวม	196 (17.31)	97 (8.56)	210 (18.55)	128 (11.30)	123 (10.86)	117 (10.33)	47 (4.15)	214 (18.90)	1132 (100)
Chi-square	20.800	1.389	11.708	5.728	12.274	31.002	12.496	4.953	
sig.	0.000*	0.499	0.003*	0.056	0.002*	0.000*	0.002*	0.292	

*ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-42 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีค่า Chi-square = 20.800 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต มีค่า Chi-square = 11.708 sig. = 0.003 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มีค่า Chi-square = 12.274 sig. = 0.002 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยว มีค่า Chi-square = 31.002 sig. = 0.000 และความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. มีค่า Chi-square = 12.496 sig. = 0.002 แสดงว่า ปัจจัยด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิงจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ บริษัทนำเที่ยว และจากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยการค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 18.62 ค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 18.79 ค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เป็นผู้ใช้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 11.75 ค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 17.02 ค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของ ททท.เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 7.21

ตารางที่ 4-43 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว
กับบริษัททัวร์

ระดับการศึกษา	การเลือกเดินทาง		
	มากับบริษัททัวร์	ไม่มากับบริษัททัวร์	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21 (12.40)	148 (87.60)	169 (100)
ปริญญาตรี	65 (31.90)	139 (68.10)	204 (100)
สูงกว่าปริญญาตรี	17 (63.00)	10 (37.00)	27 (100)
รวม	103 (25.80)	297 (74.20)	400 (100)

Chi-square = 39.235 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-43 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ พบว่า ค่า Chi-square = 39.235 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์ โดยผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 87.60 รองลงมาเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.10 ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 63

ตารางที่ 4-44 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกพักค้างคืน

ระดับการศึกษา	การเลือกพักค้างคืน			รวม
	ไม่พักค้างคืน	พักในเขตอุทยานฯ	พักนอกเขตอุทยานฯ	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	92 (54.40)	27 (16.00)	50 (29.60)	169 (100)
ปริญญาตรี	74 (36.30)	81 (39.70)	49 (24.00)	204 (100)
สูงกว่าปริญญาตรี	3 (11.10)	17 (63.00)	7 (25.90)	27 (100)
รวม	169 (42.30)	125 (31.30)	106 (26.50)	400 (100)

Chi-square = 40.920 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-44 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกพักค้างคืน พบว่า ค่า Chi-square = 40.920 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเลือกพักค้างคืน ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกไม่พักค้างคืน โดยผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 54.40 ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เลือกพักค้างคืนในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ในสัดส่วนที่มากที่สุด ร้อยละ 39.70 รองลงมาผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 39.70

ตารางที่ 4-45 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวิธีการจองที่พัก

ระดับการศึกษา	วิธีการจองที่พัก				รวม
	จองที่อุทยาน/ แหล่งที่พัก	จองผ่าน โทรศัพท์	บริษัททัวร์เป็น ผู้จัดการให้	คนอื่นจองให้/ผ่าน อินเทอร์เน็ต/อื่นๆ	
ต่ำกว่า	20	28	14	15	77
ปริญญาตรี	(26.00)	(36.40)	(18.20)	(19.50)	(100)
ปริญญาตรี	33	37	57	3	130
ปริญญาตรี	(25.40)	(28.50)	(43.80)	(2.30)	(100)
สูงกว่า	4	1	16	3	24
ปริญญาตรี	(16.70)	(4.20)	(66.70)	(12.50)	(100)
รวม	57	66	87	21	231
	(24.70)	(28.60)	(37.70)	(9.10)	(100)

Chi-square = 37.812 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-45 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวิธีการจองที่พัก พบว่า ค่า Chi-square = 37.812 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับวิธีการจองที่พัก ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกจองที่พักผ่านทางบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ โดยผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 66.70 รองลงมาคือผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 43.80 ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีเลือกจองที่พักผ่านโทรศัพท์ ในสัดส่วนที่มากที่สุด ร้อยละ 36.40

ตารางที่ 4-46 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้

ระดับการศึกษา	กิจกรรม							รวม
	เดินป่าศึกษาเส้นทาง ธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์	เล่นน้ำตก	ดูนก/ชมพรรณไม้ ภายในอุทยาน	เดินถ้ำ	ล่องแก่ง	ชมทะเลหมอก	ตั้งแคมป์	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	95 (18.63)	104 (20.39)	92 (18.04)	48 (9.41)	52 (10.20)	96 (18.82)	23 (4.51)	510 (100)
ปริญญาตรี	155 (18.50)	142 (16.95)	154 (18.38)	96 (11.46)	117 (13.96)	108 (12.89)	66 (7.86)	838 (100)
สูงกว่าปริญญาตรี	23 (18.25)	23 (18.25)	21 (16.67)	13 (10.32)	15 (11.90)	19 (15.08)	12 (9.52)	126 (100)
รวม	273 (18.52)	269 (18.25)	267 (18.11)	157 (10.65)	184 (12.48)	223 (15.13)	101 (6.85)	1474 (100)
Chi-square	20.499	6.962	20.044	14.454	27.360	3.068	22.856	
sig.	0.000*	0.031*	0.000*	0.001*	0.000*	0.216	0.000*	

*ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-46 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ มีค่า Chi-square = 20.499 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมเล่นน้ำตก มีค่า Chi-square = 6.962 sig. = 0.031 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน มีค่า Chi-square = 20.044 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมเดินถ้ำ มีค่า Chi-square = 14.454 sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมล่องแก่ง มีค่า Chi-square = 27.360 sig. = 0.000 และความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมตั้งแคมป์ มีค่า Chi-square = 22.856 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เล่นน้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง และตั้งแคมป์ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เลือกทำในส่วนของกิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 18.63 กิจกรรมเล่นน้ำตกเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 20.39 กิจกรรมดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยานเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 18.38 กิจกรรมเดินถ้ำเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 11.46 กิจกรรมล่องแก่งเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 13.96 และกิจกรรมตั้งแคมป์เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 9.52

ตารางที่ 4-47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

ระดับการศึกษา	สิ่งดึงดูดใจ				รวม
	ได้สัมผัสกับธรรมชาติ	ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ	เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชอบการผจญภัยและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	158 (33.98)	112 (24.09)	105 (22.58)	90 (19.35)	465 (100)
ปริญญาตรี	198 (29.20)	166 (24.48)	168 (24.78)	146 (21.53)	678 (100)
สูงกว่าปริญญาตรี	26 (26.53)	24 (24.49)	23 (23.47)	25 (25.51)	98 (100)
รวม	382 (30.78)	302 (24.34)	296 (23.85)	261 (21.03)	1241 (100)
Chi-square	2.780	14.200	21.529	23.219	
sig.	0.249	0.001*	0.000*	0.000*	

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ สิ่งดึงดูดใจที่ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ มีค่า $\text{Chi-square} = 14.200$ sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ สิ่งดึงดูดใจที่ได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่า $\text{Chi-square} = 21.529$ sig. = 0.000 และความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ สิ่งดึงดูดใจเพราะชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่า $\text{Chi-square} = 23.219$ sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คือ ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ ได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงในเรื่องของการได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 24.49 การได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 24.78 และชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 25.51

ตารางที่ 4-48 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

อาชีพ	แหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร								รวม
	หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร	วิทยุ/ โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/ โบรชัวร์	หนังสือ เที่ยว	บริษัทนำ เที่ยว	การประชาสัมพันธ์ ของ ททท.	ผู้อื่น แนะนำ	
นักเรียน/นักศึกษา	43 (14.87)	26 (8.99)	72 (24.91)	32 (11.07)	29 (10.03)	18 (6.22)	8 (2.76)	61 (21.10)	289 (100)
พนักงานบริษัท	56 (15.25)	33 (8.99)	59 (16.07)	45 (12.26)	36 (9.80)	53 (14.44)	11 (2.99)	74 (20.16)	367 (100)
เกษตรกร	18 (16.36)	10 (9.09)	18 (16.36)	13 (11.81)	8 (7.27)	12 (10.90)	2 (1.80)	29 (26.36)	110 (100)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	47 (19.58)	17 (7.08)	42 (17.50)	29 (12.08)	32 (13.33)	30 (12.50)	19 (7.91)	24 (10.00)	240 (100)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	32 (25.39)	11 (8.73)	19 (15.07)	9 (7.14)	18 (14.28)	4 (3.17)	7 (5.55)	26 (20.63)	126 (100)
รวม	196 (17.31)	97 (8.56)	210 (18.55)	128 (11.30)	123 (10.86)	117 (10.33)	47 (4.15)	214 (18.90)	1132 (100)
Chi-square	16.054	2.687	18.379	13.593	11.689	46.565	20.105	24.643	
sig.	0.003*	0.611	0.001*	0.009*	0.020*	0.000*	0.000*	0.002*	

*ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-48 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีค่า Chi-square = 16.054 sig. = 0.003 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต มีค่า Chi-square = 18.379 sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากแผ่นพับ/โบรชัวร์ มีค่า Chi-square = 13.593 sig. = 0.009 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีค่า Chi-square = 11.689 sig. = 0.020 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยว มีค่า Chi-square = 46.565 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. มีค่า Chi-square = 20.105 sig. = 0.000 และความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากผู้อื่นแนะนำ มีค่า Chi-square = 24.643 sig. = 0.002 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ/โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์ บริษัทนำเที่ยว การประชาสัมพันธ์ของ ททท. และจากผู้อื่นแนะนำ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยข้อมูลที่ค้นหา/ข่าวสารที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารเป็นผู้ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/รับจ้างมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 25.39 ค้นหา/รับข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ตเป็นผู้ที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 24.91 ค้นหา/รับข่าวสารที่ได้รับจากแผ่นพับ/โบรชัวร์เป็นผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 12.26 ค้นหา/รับข่าวสารที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารเป็นผู้ที่มีอาชีพเป็นค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/รับจ้างมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 14.28 ค้นหา/รับข่าวสารที่ได้รับจากบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 14.44 และค้นหา/รับข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ของ ททท.เป็นผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 7.91 ค้นหา/รับข่าวสารที่ได้รับจากผู้อื่นแนะนำมีอาชีพเป็นเกษตรกรมากที่สุดมีสัดส่วนร้อยละ 26.36

ตารางที่ 4-49 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

อาชีพ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				รวม
	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ/ เพื่อน	ประชุมสัมมนา/ทัศนะ ศึกษา/ดูงาน/อื่นๆ	สัมผัส ธรรมชาติ	
นักเรียน/นักศึกษา	78 (69.00)	8 (7.10)	13 (11.50)	14 (12.40)	113 (100)
พนักงานบริษัท	63 (56.30)	8 (7.10)	26 (23.20)	15 (13.40)	112 (100)
เกษตรกร	28 (60.90)	4 (8.70)	3 (6.50)	11 (23.90)	46 (100)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	35 (48.60)	2 (2.80)	22 (30.60)	13 (18.10)	72 (100)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	30 (85.70)	5 (14.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	35 (100)
อาชีพอิสระ/รับจ้าง	15 (68.20)	3 (13.60)	2 (9.10)	2 (9.10)	22 (100)
รวม	249 (62.30)	30 (7.50)	66 (16.50)	55 (13.80)	400 (100)

Chi-square = 44.815 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-49 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง พบว่า ค่า Chi-square = 44.815 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดย เป็นผู้ที่มาอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 85.70 รองลงมาคือนักเรียน/ นักศึกษา ร้อยละ 69

ตารางที่ 4-50 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกเดินทางมาเกี่ยวกับทัวร์

อาชีพ	การเลือกเดินทาง		
	มากับบริษัททัวร์	ไม่มากับบริษัททัวร์	รวม
นักเรียน/นักศึกษา	12 (10.60)	101 (89.40)	113 (100)
พนักงานบริษัท	38 (33.90)	74 (66.10)	112 (100)
เกษตรกร	8 (17.40)	38 (82.60)	46 (100)
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	38 (52.80)	34 (47.20)	72 (100)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	5 (14.30)	30 (85.70)	35 (100)
อาชีพอิสระ/รับจ้าง	2 (9.10)	20 (90.90)	22 (100)
รวม	103 (25.80)	297 (74.20)	400 (100)

Chi-square = 52.238 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-50 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกเดินทางมาเกี่ยวกับทัวร์ พบว่า ค่าChi-square = 52.238 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกเดินทางมาเกี่ยวกับทัวร์ ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์ โดยผู้มีอาชีพอิสระ/รับจ้าง มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 90.90 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 89.40 ในขณะที่ผู้มีที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์ ในสัดส่วนที่มากที่สุด ร้อยละ 52.80

ตารางที่ 4-51 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย

อาชีพ	บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย				รวม
	มาคนเดียว	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อนสนิท	เพื่อนร่วมงาน	
นักเรียน/นักศึกษา	8 (7.10)	28 (24.70)	63 (55.80)	14 (12.40)	113 (100)
พนักงานบริษัท	8 (7.10)	50 (44.60)	11 (9.80)	43 (38.50)	112 (100)
เกษตรกร	8 (17.40)	26 (56.60)	6 (13.00)	6 (13.00)	46 (100)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	11 (15.30)	19 (26.40)	9 (12.50)	33 (45.80)	72 (100)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	5 (14.30)	24 (68.60)	2 (5.70)	4 (11.40)	35 (100)
อาชีพอิสระ/รับจ้าง	3 (13.60)	12 (54.60)	4 (18.20)	3 (13.60)	22 (100)
รวม	43 (10.70)	159 (39.80)	95 (23.70)	103 (25.80)	400 (100)

Chi-square = 103.674 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-51 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย พบว่า ค่าChi-square = 103.674 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ โดยผู้มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 68.60 รองลงมาเป็นเกษตรกร ร้อยละ 56.60

ในขณะที่นักเรียน/นักศึกษาเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนสนิทมากที่สุด ร้อยละ 55.80 และผู้มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ร่วมเดินทางมากับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 45.80

ตารางที่ 4-52 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกพักค้างคืน

อาชีพ	การเลือกพักค้างคืน			รวม
	ไม่พักค้างคืน	พักในเขตอุทยานฯ	พักนอกเขตอุทยานฯ	
นักเรียน/นักศึกษา	67 (59.30)	19 (16.80)	27 (23.90)	113 (100)
พนักงานบริษัท	33 (29.50)	53 (47.30)	26 (23.20)	112 (100)
เกษตรกร	24 (52.20)	8 (17.40)	14 (30.40)	46 (100)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	21 (29.20)	30 (41.60)	21 (29.20)	72 (100)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/รับจ้าง	24 (42.10)	15 (26.30)	18 (31.60)	57 (100)
รวม	169 (42.30)	125 (31.30)	106 (26.50)	400 (100)

Chi-square = 40.417 = 0.000

จากตารางที่ 4-52 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกพักค้างคืน พบว่า ค่า Chi-square = 40.417 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกพักค้างคืน ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกไม่นอนพักค้างคืน โดยเป็นนักเรียน/นักศึกษา ในสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 59.30 รองลงมาเป็นเกษตรกร ร้อยละ 52.20 ในขณะที่ผู้มีอาชีพเป็น

พนักงานบริษัทเลือกพักในเขตอุทยานฯ ในสัดส่วนที่มากที่สุด ร้อยละ 47.30 รองลงมาเป็น
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 41.60

ตารางที่ 4-53 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

อาชีพ	เหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง										
	ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ	มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ	บรรยากาศภายในสวย	ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ	ราคาไม่แพง	มีความเป็นส่วนตัว	การจองห้องพักง่ายและสะดวก	บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้	ไม่รู้จักที่พักที่อื่น	รวม
นักเรียน/นักศึกษา	15 (19.73)	8 (10.52)	7 (9.21)	6 (7.89)	8 (10.52)	7 (9.21)	9 (11.84)	6 (7.89)	7 (9.21)	3 (3.94)	76 (100)
พนักงานบริษัท	43 (12.07)	37 (10.39)	35 (9.83)	38 (10.67)	37 (10.39)	38 (10.67)	39 (10.95)	29 (8.14)	31 (8.70)	29 (8.14)	356 (100)
เกษตรกร	7 (21.21)	4 (12.12)	3 (9.09)	2 (6.06)	2 (6.06)	5 (15.15)	5 (15.15)	3 (9.09)	1 (3.03)	1 (3.03)	33 (100)
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25 (13.51)	18 (9.72)	16 (8.64)	20 (10.81)	18 (9.72)	20 (10.81)	19 (10.27)	16 (8.64)	18 (9.72)	15 (8.10)	185 (100)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/รับจ้าง	13 (21.31)	8 (13.11)	7 (11.47)	6 (9.83)	3 (4.91)	8 (13.11)	6 (9.83)	4 (6.55)	4 (6.55)	2 (3.27)	61 (100)
รวม	103 (14.48)	75 (10.54)	68 (9.56)	72 (10.12)	68 (9.56)	78 (10.97)	78 (10.97)	58 (8.15)	61 (8.57)	50 (7.03)	711 (100)
Chi-square	33.256	37.823	39.308	47.072	49.210	39.377	40.800	38.848	43.255	49.372	
sig.	0000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	

ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-53 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีค่า Chi-square = 33.256 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีค่า Chi-square = 37.823 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ มีค่า Chi-square = 39.308 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะบรรยากาศภายในสวย มีค่า Chi-square = 47.072 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ มีค่า Chi-square = 49.210 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะราคาไม่แพง มีค่า Chi-square = 39.377 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะมีความเป็นส่วนตัว มีค่า Chi-square = 40.800 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะการจองห้องพักง่ายและสะดวก มีค่า Chi-square = 38.848 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ มีค่า Chi-square = 43.255 sig. = 0.000 และ ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะไม่รู้จักรักที่พักรักอื่น มีค่า Chi-square = 49.372 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงเพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายในสวย ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ ราคาไม่แพง มีความเป็นส่วนตัว การจองห้องพักง่ายและสะดวก บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้และเพราะไม่รู้จักรักที่พักรักอื่น ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-54 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้

อาชีพ	กิจกรรม							รวม
	เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์	เล่นน้ำตก	ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน	เดินถ้ำ	ล่องแก่ง	ชมทะเลหมอก	ตั้งแคมป์	
นักเรียน/นักศึกษา	73 (19.89)	72 (19.61)	65 (17.71)	31 (8.44)	43 (11.71)	62 (16.89)	21 (5.72)	367 (100)
พนักงานบริษัท	82 (16.43)	90 (18.03)	86 (17.23)	64 (12.82)	63 (12.62)	71 (14.22)	43 (8.60)	499 (100)
เกษตรกร	22 (15.82)	29 (20.86)	23 (16.54)	16 (11.51)	16 (11.51)	24 (17.26)	9 (6.47)	139 (100)
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	56 (19.58)	41 (14.33)	58 (20.27)	31 (10.83)	46 (16.08)	34 (11.88)	20 (6.99)	286 (100)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/รับจ้าง	40 (21.85)	37 (20.21)	35 (19.12)	15 (8.19)	16 (8.74)	32 (17.48)	8 (4.37)	183 (100)
รวม	273 (18.52)	269 (18.24)	267 (18.11)	157 (10.65)	184 (12.48)	223 (15.12)	101 (6.85)	1474 (100)
Chi-square	13.937	13.360	22.150	26.477	26.539	5.052	17.740	
sig.	0.008*	0.010*	0.000*	0.000*	0.000*	0.282	0.001*	

ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-54 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ มีค่า Chi-square = 13.937 sig. = 0.008 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมเล่นน้ำตก มีค่า Chi-square = 13.360 sig. = 0.010 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน มีค่า Chi-square = 22.150 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมเดินถ้ำ มีค่า Chi-square = 26.477 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมล่องแก่ง มีค่า Chi-square = 26.539 sig. = 0.000 และ ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมตั้งแคมป์ มีค่า Chi-square = 17.740 sig. = 0.001 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เล่นน้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง และตั้งแคมป์ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-55 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีการจองที่พัก

อาชีพ	วิธีการจองที่พัก				รวม
	จองที่อุทยาน/ แหล่งที่พัก	จองผ่าน โทรศัพท์	บริษัททัวร์เป็น ผู้จัดการให้	คนอื่นจองให้/ผ่าน อินเทอร์เน็ต/อื่นๆ	
นักเรียน/นักศึกษา	12 (26.10)	21 (45.70)	8 (17.30)	5 (10.90)	46 (100)
พนักงานบริษัท	16 (20.30)	21 (26.60)	37 (46.80)	5 (6.30)	79 (100)
เกษตรกร	7 (31.80)	9 (40.90)	4 (18.20)	2 (9.10)	22 (100)
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	10 (19.60)	8 (15.70)	32 (62.70)	1 (2.00)	51 (100)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ/รับจ้าง	12 (36.40)	7 (21.20)	6 (18.20)	8 (24.20)	33 (100)
รวม	57 (24.70)	66 (28.60)	87 (37.70)	21 (9.10)	231 (100)

Chi-square = 45.897 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-55 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีการจองที่พัก พบว่า ค่า Chi-square = 45.897 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับวิธีการจองที่พัก ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกจองที่พักผ่านทางบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ โดยผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 62.70 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 46.80 ในขณะที่นักเรียน/นักศึกษาเลือกจองที่พักผ่านโทรศัพท์ ในสัดส่วนที่มากที่สุด ร้อยละ 45.70 รองลงมาเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 40.90 และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/รับจ้าง เลือกจองที่พักที่อุทยาน/แหล่งที่พัก คิดเป็นร้อยละ 36.40

ตารางที่ 4-56 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

รายได้	แหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร								รวม
	หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร	วิทยุ/โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/โบร ชัวร์	หนังสือท่องเที่ยว	บริษัทนำ เที่ยว	การประชาสัมพันธ์ ของ ททท.	ผู้อื่นแนะนำ	
ต่ำกว่า 5000	40 (14.08)	25 (8.80)	67 (23.59)	28 (9.85)	27 (9.50)	18 (6.33)	8 (2.81)	71 (25.00)	284 (100)
5000 – 10000	42 (14.63)	24 (8.36)	43 (14.98)	35 (12.19)	30 (10.45)	42 (14.63)	7 (2.43)	64 (22.29)	287 (100)
10001 – 20000	81 (20.14)	40 (9.95)	72 (17.91)	48 (11.95)	48 (11.95)	38 (9.45)	21 (5.22)	54 (13.43)	402 (100)
มากกว่า 20000	32 (20.64)	7 (4.51)	27 (17.41)	16 (10.32)	18 (11.61)	19 (12.25)	11 (7.09)	25 (16.12)	155 (100)
รวม	195 (17.28)	96 (8.51)	209 (18.52)	127 (11.25)	123 (10.90)	117 (10.37)	47 (4.16)	214 (18.97)	1128 (100)
Chi-square	27.821	8.449	7.276	6.191	6.956	18.453	12.078	14.738	
sig.	0.000*	0.038*	0.064	0.103	0.073	0.000*	0.007*	0.022	

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-56 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีค่า Chi-square = 27.821 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากวิทยุ/โทรทัศน์ มีค่า Chi-square = 8.449 sig. = 0.038 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยว มีค่า Chi-square = 18.453 sig. = 0.000 และความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. มีค่า Chi-square = 12.078 sig. = 0.007 แสดงว่า ปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้ำตกกรุงชิงจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร วิทยุ/โทรทัศน์ บริษัทนำเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ของ ททท. ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-57 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกเดินทางมาเที่ยวกับทัวร์

รายได้	การเลือกเดินทาง		
	มากับบริษัททัวร์	ไม่มากับบริษัททัวร์	รวม
ต่ำกว่า 5000 บาท	15	102	117
	(12.80)	(87.20)	(100)
5000 – 10000 บาท	26	77	103
	(25.20)	(74.80)	(100)
10001 – 20000 บาท	40	85	125
	(32.00)	(68.00)	(100)
20001 – 30000 บาท	22	26	48
	(45.80)	(54.20)	(100)
มากกว่า 30000 บาท	0	6	6
	(0.00)	(100)	(100)
รวม	103	296	399
	(25.80)	(74.20)	(100)

Chi-square = 24.963 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-57 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกเดินทางมาเที่ยวกับทัวร์ พบว่า ค่า Chi-square = 24.963 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกเดินทางมาเที่ยวกับทัวร์ ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์ โดยผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30000 บาท มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 100 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5000 บาท ร้อยละ 87.20

ตารางที่ 4-58 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกพักค้างคืน

รายได้	การเลือกพักค้างคืน			รวม
	ไม่พักค้างคืน	พักในเขตอุทยานฯ	พักนอกเขตอุทยานฯ	
ต่ำกว่า 5000	67 (57.30)	19 (16.20)	31 (26.50)	117 (100)
5000 – 10000	36 (35.00)	40 (38.80)	27 (26.20)	103 (100)
10001 – 20000	52 (41.60)	41 (32.80)	32 (25.60)	125 (100)
20001 – 30000	10 (20.80)	23 (47.90)	15 (31.30)	48 (100)
มากกว่า 30000	3 (50.00)	2 (33.30)	1 (16.70)	6 (100)
รวม	168 (42.10)	125 (31.30)	106 (26.60)	399 (100)

Chi-square = 28.225 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-58 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเลือกพักค้างคืน พบว่า ค่า Chi-square = 28.225 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกพักค้างคืน ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5000 บาท มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 57.30 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50 ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20001 – 30000 บาท เลือกพักค้างคืนในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คิดเป็นร้อยละ 47.90 รองลงมาผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 5000 – 10000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.80

ตารางที่ 4-59 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

รายได้	เหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง										รวม
	ได้ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติ	เจ้าหน้าที่คอย ดูแลช่วยเหลือ	มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ	บรรยากาศ ภายในสวย	ลักษณะห้องพักใช้ วัสดุจากธรรมชาติ	ราคาไม่ แพง	มีความเป็น ส่วนตัว	การจองห้องพัก ง่ายและสะดวก	บริษัททัวร์เป็น ผู้จัดการให้	ไม่รู้จกที่ พักที่อื่น	
ต่ำกว่า 5000	14 (16.86)	10 (12.04)	7 (8.43)	7 (8.43)	8 (9.63)	7 (8.43)	9 (10.84)	6 (7.22)	10 (12.04)	5 (6.02)	83 (100)
5000 – 10000	31 (13.19)	27 (11.48)	23 (9.78)	23 (9.78)	27 (11.48)	25 (10.63)	29 (12.34)	17 (7.23)	18 (7.65)	15 (6.38)	235 (100)
10001 – 20000	36 (14.93)	22 (9.12)	25 (10.37)	25 (10.37)	22 (9.12)	29 (12.03)	25 (10.37)	19 (7.88)	21 (8.71)	17 (7.05)	241 (100)
มากกว่า 20000	22 (14.47)	16 (10.52)	13 (8.55)	17 (11.18)	11 (7.23)	17 (11.18)	15 (9.86)	16 (10.52)	12 (7.89)	13 (8.55)	152 (100)
รวม	103 (14.48)	75 (10.54)	68 (9.56)	72 (10.12)	68 (9.56)	78 (10.97)	78 (10.97)	58 (8.15)	61 (8.57)	50 (7.03)	711 (100)
Chi-square	23.830	23.180	23.079	24.403	26.480	25.335	4.061	26.604	21.248	3.982	
sig.	0.001*	0.001*	0.001*	0.000*	0.000*	0.000*	0.001*	0.000*	0.002*	0.001	

ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-59 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีค่า Chi-square = 23.830 sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีค่า Chi-square = 23.180 sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ มีค่า Chi-square = 23.079 sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะบรรยากาศภายในสวย มีค่า Chi-square = 24.403 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ มีค่า Chi-square = 26.480 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะราคาไม่แพง มีค่า Chi-square = 25.225 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะมีความเป็นส่วนตัวมีค่า Chi-square = 4.061 sig. = 0.001 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะการจองห้องพักง่ายและสะดวก มีค่า Chi-square = 26.604 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ มีค่า Chi-square = 21.248 sig. = 0.002 และความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะไม่รู้จักที่พักที่อื่น มีค่า Chi-square = 3.982 sig. = 0.001 แสดงว่า ปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เลือกพักค้างแรมในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพราะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายในสวย ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ ราคาไม่แพง มีความเป็นส่วนตัว การจองห้องพักง่ายและสะดวก บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้และเพราะไม่รู้จักที่พักที่อื่น ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-60 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับวิธีการจองที่พัก

รายได้	วิธีการจองที่พัก				รวม
	จองที่อุทยาน/ แหล่งที่พัก	จองผ่าน โทรศัพท์	บริษัททัวร์เป็น ผู้จัดการให้	คนอื่นจองให้/ผ่าน อินเทอร์เน็ต/อื่นๆ	
ต่ำกว่า 5000	10 (20.00)	21 (42.00)	11 (22.00)	8 (16.00)	50 (100)
5000 – 10000	16 (23.90)	21 (31.30)	23 (34.30)	7 (10.50)	67 (100)
10001 – 20000	19 (26.00)	17 (23.30)	33 (45.20)	4 (5.50)	73 (100)
มากกว่า 20000	12 (29.20)	7 (17.10)	20 (48.80)	2 (4.90)	41 (100)
รวม	57 (24.70)	66 (28.60)	87 (37.70)	21 (9.10)	231 (100)

Chi-square = 17.323 sig. = 0.044

จากตารางที่ 4-60 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับวิธีการจองที่พัก พบว่า ค่า Chi-square = 17.323 sig. = 0.044 แสดงว่า ปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับวิธีการจองที่พัก ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกจองที่พักโดย บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ โดยผู้มีรายได้มากกว่า 20000 มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 48.80 รองลงมาคือผู้มีรายได้อยู่ระหว่าง 10001 – 20000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.20 ในขณะที่ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5000 บาท เลือกจองที่พักผ่านโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 42

ตารางที่ 4-61 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้

รายได้	กิจกรรม							รวม
	เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์	เล่นน้ำตก	ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน	เดินถ้ำ	ล่องแก่ง	ชมทะเลหมอก	ตั้งแคมป์	
ต่ำกว่า 5000	71 (18.98)	76 (20.32)	65 (17.37)	34 (9.09)	43 (11.49)	65 (17.37)	20 (5.34)	374 (100)
5000 – 10000	64 (16.08)	71 (17.83)	68 (17.08)	46 (11.55)	53 (13.31)	67 (16.83)	29 (7.28)	398 (100)
10001 – 20000	98 (20.08)	83 (17.00)	98 (20.08)	52 (10.65)	64 (13.11)	57 (11.68)	36 (7.37)	488 (100)
มากกว่า 20000	39 (18.57)	39 (18.57)	35 (16.66)	25 (11.90)	23 (10.95)	34 (16.19)	15 (7.14)	210 (100)
รวม	272 (18.50)	269 (18.29)	266 (18.09)	157 (10.68)	183 (12.44)	223 (15.17)	100 (6.80)	1470 (100)
Chi-square	11.188	1.056	14.347	7.765	6.876	9.974	5.622	
sig.	0.011*	0.788	0.002*	0.051	0.076	0.019*	0.132	

ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-61 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ มีค่า Chi-square = 11.188 sig. = 0.011 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน มีค่า Chi-square = 14.347 sig. = 0.002 และความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกิจกรรมชมทะเลหมอก มีค่า Chi-square = 9.974 sig. = 0.019 แสดงว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน และชมทะเลหมอก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-62 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาค้อหลวง น้ำตกกรุงชิง

รายได้	สิ่งดึงดูดใจ				รวม
	ได้สัมผัสกับธรรมชาติ	ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ	เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ชอบการผจญภัยและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	
ต่ำกว่า 5000	108 (32.43)	80 (24.02)	78 (23.43)	67 (20.12)	333 (100)
5000 – 10000	99 (29.65)	81 (24.25)	80 (23.95)	74 (22.15)	334 (100)
10001 – 20000	124 (31.87)	94 (24.16)	94 (24.16)	77 (19.79)	389 (100)
มากกว่า 20000	50 (27.47)	46 (25.27)	43 (23.63)	43 (23.63)	182 (100)
รวม	381 (30.78)	301 (24.32)	295 (23.82)	261 (21.08)	1238 (100)
Chi-square	7.891	6.492	4.965	10.944	
sig.	0.048*	0.090	0.174	0.012*	

ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-62 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสิ่งดึงดูดใจที่ได้สัมผัสกับธรรมชาติ มีค่า Chi-square = 7.891 sig. = 0.048 และความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสิ่งดึงดูดใจเพราะชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่า Chi-square = 10.944 sig. = 0.012 แสดงว่า ปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คือ ได้สัมผัสกับธรรมชาติ และชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-63 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวน้ำตกกรุงชิง

ภูมิภาค	แหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสาร								รวม
	หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/วารสาร	วิทยุ/โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แผ่นพับ/โบร ชัวร์	หนังสือแนะนำ เที่ยว	บริษัทนำ เที่ยว	การประชาสัมพันธ์ ของ ททท.	ผู้อื่นแนะนำ	
นครศรีธรรมราช	157 (19.67)	64 (8.02)	151 (18.92)	88 (11.02)	88 (11.02)	63 (7.89)	33 (4.13)	154 (19.29)	798 (100)
ภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	30 (12.60)	22 (9.24)	44 (18.48)	27 (11.34)	25 (10.50)	36 (15.12)	9 (3.78)	45 (18.90)	238 (100)
ภาคกลาง/ภาคเหนือ	9 (9.37)	11 (11.45)	15 (15.62)	13 (13.54)	10 (10.41)	18 (18.75)	5 (5.20)	15 (15.62)	96 (100)
รวม	196 (17.31)	97 (8.56)	210 (18.55)	128 (11.30)	123 (10.86)	117 (10.33)	47 (4.15)	214 (18.90)	1132 (100)
Chi-square	8.221	5.710	0.783	4.119	0.680	37.919	1.287	1.100	
sig.	0.016*	0.058	0.676	0.128	0.712	0.000*	0.526	0.894	

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-63 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิฐานะกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิฐานะกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร มีค่า Chi-square = 8.221 sig. = 0.016 และความสัมพันธ์ระหว่างภูมิฐานะกับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารจากบริษัทนำเที่ยว มีค่า Chi-square = 37.919 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิฐานะมีความสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลที่ค้นหา/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร และบริษัทนำเที่ยว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-64 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ภูมิลำเนา	วัตถุประสงค์การเดินทาง				รวม
	พักผ่อน	เยี่ยมญาติ/ เพื่อน/อื่นๆ	ประชุมสัมมนา/ ทัศนศึกษา/ดูงาน	สัมผัส ธรรมชาติ	
นครศรีธรรมราช	187 (63.40)	29 (9.80)	35 (11.90)	44 (14.90)	295 (100)
ภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	53 (67.90)	1 (1.30)	15 (19.30)	9 (11.50)	78 (100)
ภาคกลาง/ภาคเหนือ	9 (33.30)	1 (3.70)	15 (55.60)	2 (7.40)	27 (100)
รวม	249 (62.30)	31 (7.70)	65 (16.20)	55 (13.80)	400 (100)

Chi-square = 41.470 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-64 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Chi-square = 41.470 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ เขาลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยที่ เป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) ในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 67.90 รองลงมา คือผู้ที่อยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 63.40 ในขณะที่ผู้ที่อยู่ในภาคกลาง/ภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา/ทัศนศึกษา/ดูงาน คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 4-65 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับการเลือกเดินทางมาที่บริษัททัวร์

ภูมิลำเนา	การเลือกเดินทาง		
	มากับบริษัททัวร์	ไม่มากับบริษัททัวร์	รวม
นครศรีธรรมราช	53	242	295
	(18.00)	(82.00)	(100)
ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	18	32	50
	(36.00)	(64.00)	(100)
ภาคใต้ตอนล่าง	14	14	28
	(50.00)	(50.00)	(100)
ภาคกลาง	13	7	20
	(65.00)	(35.00)	(100)
ภาคเหนือ	5	2	7
	(71.40)	(28.60)	(100)
รวม	103	297	400
	(25.80)	(74.30)	(100)

Chi-square = 44.463 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-65 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับการเลือกเดินทางมาที่บริษัททัวร์ พบว่า ค่า Chi-square = 44.463 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับการเลือกเดินทางมาที่บริษัททัวร์ ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่บริษัททัวร์ โดยที่ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 82 รองลงมาคือผู้ที่อยู่ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) คิดเป็นร้อยละ 64 ในขณะที่ผู้ที่อยู่ภาคเหนือ เลือกเดินทางมาที่บริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 71.40 รองลงมาคือภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 65

ตารางที่ 4-66 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย

ภูมิลำเนา	บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย				รวม
	มาคนเดียว	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อนสนิท	เพื่อนร่วมงาน	
นครศรีธรรมราช	41 (13.90)	119 (40.30)	80 (27.20)	55 (18.60)	295 (100)
ภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	1 (1.30)	37 (47.40)	12 (15.40)	28 (35.90)	78 (100)
ภาคกลาง/ภาคเหนือ	1 (3.70)	3 (11.10)	3 (11.10)	20 (74.10)	27 (100)
รวม	43 (10.70)	159 (39.80)	95 (23.70)	103 (25.80)	400 (100)

Chi-square = 56.141 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-66 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย พบว่า ค่า Chi-square = 56.141 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ โดยที่ เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) ในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 47.40 รองลงมาคือผู้ที่อยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 40.30 ในขณะที่ผู้ที่อยู่ภาคกลาง/ภาคเหนือ เลือกลงเดินทางมากับเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 74.10

ตารางที่ 4-67 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับจำนวนครั้งที่มาเที่ยว

ภูมิลำเนา	จำนวนครั้งที่มาเที่ยว			รวม
	มาเป็นครั้งแรก	2-3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง	
นครศรีธรรมราช	113 (38.30)	131 (44.40)	51 (17.30)	295 (100)
ภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	43 (51.10)	34 (43.60)	1 (1.30)	78 (100)
ภาคกลาง/ภาคเหนือ	21 (77.80)	6 (22.20)	0 (0.00)	27 (100)
รวม	177 (44.20)	171 (42.80)	52 (13.00)	400 (100)

Chi-square = 30.086 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-67 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับจำนวนครั้งที่มาเที่ยว พบว่า ค่า Chi-square = 30.086 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัด นครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง/ภาคเหนือในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 77.80 รองลงมาคือผู้ที่อยู่ภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) คิดเป็นร้อยละ 51.10 ในขณะที่ผู้ที่อยู่ในนครศรีธรรมราช มาเที่ยว 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.40

ตารางที่ 4-68 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับการเลือกพักค้างคืน

ภูมิลำเนา	การเลือกพักค้างคืน			รวม
	ไม่พักค้างคืน	พักในเขตอุทยานฯ	พักนอกเขตอุทยานฯ	
นครศรีธรรมราช	160 (54.20)	67 (22.70)	68 (23.10)	295 (100)
ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	1 (2.00)	27 (54.00)	22 (44.00)	50 (100)
ภาคใต้ตอนล่าง	4 (14.30)	10 (35.70)	14 (50.00)	28 (100)
ภาคกลาง	4 (20.00)	14 (70.00)	2 (10.00)	20 (100)
ภาคเหนือ	0 (50.00)	7 (100.00)	0 (16.70)	7 (100)
รวม	169 (42.20)	125 (31.30)	106 (26.50)	400 (100)

Chi-square = 92.075 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-68 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับการเลือกพักค้างคืน พบว่า ค่า Chi-square = 92.075 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับการเลือกพักค้างคืน ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัด นครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน โดยเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด นครศรีธรรมราชในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 54.20 ในขณะที่ผู้ที่อยู่ภาคเหนือเลือกพักค้างคืนในเขต อุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาเป็นภาคกลาง ร้อยละ 70 และผู้ที่อยู่ภาคใต้ตอนล่างเลือกพักค้างคืนนอกเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คิดเป็น ร้อยละ 50

ตารางที่ 4-69 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับวิธีการจองที่พัก

ภูมิลำเนา	วิธีการจองที่พัก				รวม
	จองที่อุทยาน/ แหล่งที่พัก	จองผ่าน โทรศัพท์	บริษัททัวร์เป็น ผู้จัดการให้	คนอื่นจองให้/ผ่าน อินเทอร์เน็ต/อื่นๆ	
นครศรีธรรมราช	39 (28.90)	47 (34.80)	37 (27.40)	12 (8.90)	135 (100)
ภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	16 (21.90)	18 (24.70)	31 (42.50)	8 (11.00)	73 (100)
ภาคกลาง/ ภาคเหนือ	2 (8.70)	1 (4.30)	19 (82.60)	1 (4.30)	23 (100)
รวม	57 (24.70)	66 (28.60)	87 (37.70)	21 (9.10)	231 (100)

Chi-square = 27.942 sig. = 0.000

จากตารางที่ 4-69 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับวิธีการจองที่พัก พบว่าค่า Chi-square = 27.842 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับวิธีการจองที่พัก ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จองที่พักโดยให้บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ ซึ่งเป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง/ภาคเหนือในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 82.60 รองลงมาเป็นผู้ที่อยู่ในภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) ร้อยละ 42.50 ขณะที่ผู้ที่อยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราชเลือกวิธีการจองที่พักโดยการจองที่อุทยาน/แหล่งที่พักโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 28.90

ตารางที่ 4-70 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว

ภูมิลำเนา	ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว			รวม
	วันจันทร์-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์	วันหยุดเทศกาล/ ลาพักร้อน/อื่นๆ	
นครศรีธรรมราช	102 (34.60)	146 (49.50)	47 (15.90)	295 (100)
ภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	29 (37.20)	39 (50.00)	10 (12.80)	78 (100)
ภาคกลาง/ภาคเหนือ	19 (70.40)	7 (25.90)	1 (3.70)	27 (100)
รวม	150 (37.50)	192 (48.00)	58 (14.50)	400 (100)

Chi-square = 14.136 sig. = 0.007

จากตารางที่ 4-70 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Chi-square = 14.136 sig. = 0.007 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้(ยกเว้น จ.นครศรีฯ) ในสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 50 รองลงมาเป็นผู้ที่อยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราชร้อยละ 49.50 ขณะที่ผู้ที่อยู่ในภาคกลาง/ภาคเหนือเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 70.40

ตารางที่ 4-71 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้

ภูมิลำเนา	กิจกรรม							รวม
	เดินป่าศึกษาเส้นทาง ธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์	เล่นน้ำตก	ดูนก/ชมพรรณไม้ภายใน อุทยาน	เดินถ้ำ	ส่องแก่ง	ชมทะเลหมอก	ตั้งแคมป์	
นครศรีธรรมราช	196 (19.40)	188 (18.61)	185 (15.64)	103 (10.19)	129 (12.77)	148 (14.65)	61 (6.03)	1010 (100)
ภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	54 (17.30)	58 (18.58)	57 (18.26)	36 (11.53)	34 (10.89)	53 (16.98)	20 (6.41)	312 (100)
ภาคกลาง/ภาคเหนือ	23 (15.13)	23 (15.13)	25 (16.44)	18 (11.84)	21 (13.81)	22 (14.47)	20 (13.15)	152 (100)
รวม	273 (18.52)	269 (18.24)	267 (18.11)	157 (10.65)	184 (12.48)	223 (15.12)	101 (6.85)	1474 (100)
Chi-square	4.054	7.349	11.699	12.395	11.771	15.676	37.374	
sig.	0.132	0.025*	0.003*	0.002*	0.003*	0.000*	0.000*	

ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-71 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับกิจกรรมเล่นน้ำตก มีค่า Chi-square = 7.349 sig. = 0.025 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับกิจกรรมดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน มีค่า Chi-square = 11.699 sig. = 0.003 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับกิจกรรมเดินป่า มีค่า Chi-square = 12.395 sig. = 0.002 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับกิจกรรมล่องแก่ง มีค่า Chi-square = 11.771 sig. = 0.003 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับกิจกรรมชมทะเลหมอก มีค่า Chi-square = 15.676 sig. = 0.000 และความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับกิจกรรมตั้งแคมป์ มีค่า Chi-square = 37.374 sig. = 0.000 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ทำการท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ เล่นน้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินป่า ล่องแก่ง ชมทะเลหมอกและตั้งแคมป์ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-72 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

ภูมิลำเนา	สิ่งดึงดูดใจ				รวม
	ได้สัมผัสกับธรรมชาติ	ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ	เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ขอรับการผจญภัยและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	
นครศรีธรรมราช	278 (31.74)	206 (23.52)	208 (23.74)	184 (21.00)	876 (100)
ภาคใต้ (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	77 (28.73)	71 (26.49)	66 (24.63)	54 (20.15)	268 (100)
ภาคกลาง/ภาคเหนือ	27 (27.83)	25 (25.77)	22 (22.68)	23 (23.72)	97 (100)
รวม	382 (30.78)	302 (24.33)	296 (23.85)	261 (21.04)	1241 (100)
Chi-square	4.246	19.555	7.223	6.354	
sig.	0.120	0.000*	0.027*	0.042*	

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-72 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับสิ่งดึงดูดใจที่ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ มีค่า Chi-square = 19.555 sig. = 0.000 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับสิ่งดึงดูดใจที่ได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่า Chi-square = 7.223 sig. = 0.027 และความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับสิ่งดึงดูดใจเพราะชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่า Chi-square = 6.354 sig. = 0.042 แสดงว่า ปัจจัยด้านภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คือ ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ ได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และชอบการผจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4-73 ภาพรวมการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

พฤติกรรมมา ท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		การศึกษา		อาชีพ		รายได้		ภูมิลำเนา	
	sig.	แตกต่าง	sig.	แตกต่าง	sig.	แตกต่าง	sig.	แตกต่าง	sig.	แตกต่าง	sig.	แตกต่าง	sig.	แตกต่าง
จำนวนวัน	0.081	X	0.001*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓
ค่าใช้จ่าย	0.239	X	0.014*	✓	0.342	X	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓	0.000*	✓

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

✓ หมายถึง มีความแตกต่าง

X หมายถึง ไม่มีความแตกต่าง

จากตารางที่ 4-73 ค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 7 ด้าน มีดังนี้

ปัจจัยด้านเพศ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 (จำนวนวันและค่าใช้จ่าย) ด้านไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านอายุ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 (จำนวนวันและค่าใช้จ่าย) ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านสถานภาพ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 (จำนวนวันและค่าใช้จ่าย) ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านอาชีพ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 (จำนวนวันและค่าใช้จ่าย) ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านรายได้ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 (จำนวนวันและค่าใช้จ่าย) ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านภูมิฐานะ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิฐานะต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 (จำนวนวันและค่าใช้จ่าย) ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-74 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี		20-34 ปี		35-44 ปี		45-59		60 ปีขึ้นไป		F	Sig. (2-tailed)
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1. จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1.66	0.822	2.53	1.945	1.91	1.436	2.63	2.033	2.00	1.155	5.003	0.001*
2. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	609.56	643.292	778.39	842.346	818.02	967.559	1088.86	1239.133	380.00	282.056	3.173	0.014*
2.1 เปอร์เซ็นต์ค่าที่พัก	11.62	12.768	15.52	13.268	11.63	14.460	17.34	14.206	18.00	16.193	2.916	0.021*
2.2 เปอร์เซ็นต์ค่าอาหาร	35.44	14.082	34.68	13.516	36.51	18.646	34.94	15.842	30.50	19.214	0.439	0.780
2.3 เปอร์เซ็นต์ค่าเดินทาง	32.35	13.396	32.90	14.083	38.15	20.008	32.53	13.818	39.00	26.013	2.289	0.059
2.4 เปอร์เซ็นต์ค่าร่วมกิจกรรม	12.65	10.092	9.42	9.551	6.98	8.788	8.67	9.531	3.00	4.216	4.661	0.001*
2.5 เปอร์เซ็นต์ค่าของที่ระลึก	6.32	9.045	6.90	9.725	2.38	6.026	5.25	7.962	0.50	1.581	5.004	0.001*

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-74 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรทองเที่ยวทั้ง 2 ด้าน โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ทุกด้าน แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรทองเที่ยวทั้ง 2 ด้าน (จำนวนวันและค่าใช้จ่าย) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมกรทองเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรทองเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมกรทองเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ใน 3 ด้าน ได้แก่ เบอร์เซ็นต์ค่าที่พัก เบอร์เซ็นต์ค่าร่วมกิจกรรม และเบอร์เซ็นต์ค่าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-75 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้าน จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว	อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.				
				ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 59 ปี	60 ปีขึ้นไป
จำนวนวันที่มาเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี	68	1.66	-	-	-	-	-
	20 - 34 ปี	155	2.53	0.016*	-	-	-	-
	35 - 44 ปี	86	1.91	0.940	0.119	-	-	-
	45 - 59 ปี	79	2.63	0.019*	0.996	0.114	-	-
	60 ปีขึ้นไป	10	2.00	0.987	0.923	1.000	0.873	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-75 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอายุ ดังนี้

ด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 - 34 ปี และ 45 - 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-76 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่งเทียวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่งเทียวยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกรท่งเทียวด้านค่าใช้จ่าย	อายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.				
				ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 59 ปี	60 ปีขึ้นไป
1. เปอร์เซนต์ของค่าที่พัก	ต่ำกว่า 20 ปี	68	11.62	-	-	-	-	-
	20 - 34 ปี	155	15.52	0.432	-	-	-	-
	35 - 44 ปี	86	11.63	1.000	0.941	-	-	-
	45 - 59 ปี	79	17.34	0.176	1.00	0.980	-	-
	60 ปีขึ้นไป	10	18.00	0.756	0.953	0.852	0.947	-
2. เปอร์เซนต์ของค่าร่วมกิจกรรม	ต่ำกว่า 20 ปี	68	12.63	-	-	-	-	-
	20 - 34 ปี	155	9.42	0.235	-	-	-	-
	35 - 44 ปี	86	6.98	0.009*	0.444	-	-	-
	45 - 59 ปี	79	8.67	0.164	0.988	0.854	-	-
	60 ปีขึ้นไป	10	3.00	0.058	0.358	0.808	0.520	-
3. เปอร์เซนต์ของค่าของที่ระลึก	ต่ำกว่า 20 ปี	68	6.32	-	-	-	-	-
	20 - 34 ปี	155	6.90	0.994	-	-	-	-
	35 - 44 ปี	86	2.38	0.085	0.004*	-	-	-
	45 - 59 ปี	79	5.25	0.965	0.737	0.317	-	-
	60 ปีขึ้นไป	10	0.50	0.389	0.252	0.979	0.591	-

* ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-76 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอายุ ดังนี้

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าร่วมกิจกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าของที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 - 34 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35 - 44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-77 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามสถานภาพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	โสด		สมรส		ม่าย/หย่าร้าง		F	Sig. (2-tailed)
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1. จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1.92	1.503	2.71	1.988	1.88	0.864	10.655	0.000*
2. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	750.15	886.533	850.60	911.506	993.85	1388.072	1.076	0.342

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-78 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามสถานภาพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว	สถานภาพ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.		
				โสด	สมรส	ม่าย/หย่าร้าง
จำนวนวันที่มาเที่ยว	โสด	205	1.92	-	-	-
	สมรส	167	2.71	0.000*	-	-
	ม่าย/หย่าร้าง	26	1.88	0.994	0.070	-

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-77 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ด้านเดียว คือจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว โดยจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-78 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามสถานภาพ ดังนี้

ด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-79 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		F	Sig. (2-tailed)
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1. จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1.70	1.017	2.50	1.918	3.74	2.427	23.053	0.000*
2. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	664.38	769.906	813.19	861.771	1648.15	1707.308	13.724	0.000*
2.1 เปอร์เซ็นต์ค่าที่พัก	11.48	13.481	15.98	13.915	20.19	12.128	7.692	0.001*
2.2 เปอร์เซ็นต์ค่าอาหาร	38.02	17.451	33.82	13.685	27.96	9.226	6.825	0.001*
2.3 เปอร์เซ็นต์ค่าเดินทาง	33.37	15.503	34.93	15.851	32.04	17.988	0.686	0.504
2.4 เปอร์เซ็นต์ค่าร่วมกิจกรรม	8.67	9.629	9.22	9.668	11.48	8.299	1.020	0.362
2.5 เปอร์เซ็นต์ค่าของที่ระลึก	5.47	9.198	4.78	7.976	8.33	9.094	2.093	0.125

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-79 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรรทองเที่ยวทั้ง 2 ด้าน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ทุกด้าน แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรรทองเที่ยวทั้ง 2 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมกรรทองเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรรทองเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมกรรทองเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ใน 2 ด้าน ได้แก่ เปอร์เซ็นต์ค่าที่พัก เปอร์เซ็นต์ค่าอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-80 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.		
				ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
จำนวนวันที่มาเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	169	1.70	-	-	-
	ปริญญาตรี	204	2.50	0.000*	-	-
	สูงกว่าปริญญาตรี	27	3.74	0.000*	0.001*	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-80 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-81 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.		
				ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
1. เพอร์เซ็นต์ของค่าที่พัก	ต่ำกว่าปริญญาตรี	169	11.48	-	-	-
	ปริญญาตรี	204	15.98	0.007*	-	-
	สูงกว่าปริญญาตรี	27	20.19	0.009*	0.322	-
2. เพอร์เซ็นต์ของค่าอาหาร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	169	38.02	-	-	-
	ปริญญาตรี	204	33.82	0.030*	-	-
	สูงกว่าปริญญาตรี	27	27.96	0.006*	0.170	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-81 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรทองเทียวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการทองเทียว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าพีทัก พบว่า นักทองเทียวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักทองเทียวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าอาหาร พบว่า นักทองเทียวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักทองเทียวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-82 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา		พนักงานบริษัท		เกษตรกร		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว		อาชีพอิสระ/รับจ้าง		F	Sig. (2-tailed)
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1.55	0.756	3.01	2.256	1.74	1.063	2.72	2.002	1.89	1.255	2.05	1.133	11.593	0.000*
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	556.19	593.83	878.13	939.01	666.74	555.93	1277.78	1391.64	880.63	148.854	604.099	128.79	6.314	0.000*
1 เบอร์เซ็นต์ค่าที่พัก	9.56	12.634	17.41	13.406	12.83	13.930	18.26	13.793	14.00	15.378	14.55	12.994	5.344	0.000*
2 เบอร์เซ็นต์ค่าอาหาร	40.09	15.265	33.57	13.940	35.87	18.866	30.83	12.045	33.43	19.088	34.09	13.683	3.964	0.002*
3 เบอร์เซ็นต์ค่าเดินทาง	35.66	15.346	31.39	12.962	33.48	15.088	34.65	17.828	37.71	23.020	33.18	11.291	1.290	0.267
4 เบอร์เซ็นต์ค่าร่วมกิจกรรม	9.12	10.182	9.06	9.457	8.91	9.482	9.51	9.574	8.29	8.824	10.23	9.060	0.140	0.983
5 เบอร์เซ็นต์ค่าของที่ระลึก	4.69	9.408	6.83	8.904	6.30	8.783	4.24	7.104	4.57	8.078	3.41	7.136	1.436	0.210

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-82 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน โดยจำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ทุกด้าน แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว โดยจำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน โดยจำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ใน 2 ด้าน ได้แก่ เบอร์เซ็นต์ค่าที่พัก เบอร์เซ็นต์ค่าอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-83 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว	อาชีพ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.					
				นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงานบริษัท	เกษตรกร	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพอิสระ/ รับจ้าง
จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	113	1.55	-	-	-	-	-	-
	พนักงานบริษัท	112	3.01	0.000*	-	-	-	-	-
	เกษตรกร	46	1.74	0.994	0.002*	-	-	-	-
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	72	2.72	0.000*	0.928	0.071	-	-	-
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	35	1.89	0.950	0.028*	0.999	0.288	-	-
	อาชีพอิสระ/รับจ้าง	22	2.05	0.887	0.268	0.991	0.714	1.000	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-83 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นเกษตรกรและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-84 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่งเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่งเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมกรท่งเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่งเที่ยว	อาชีพ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.					
				นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงานบริษัท	เกษตรกร	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพอิสระ/ รับจ้าง
1. เบอร์เซ็นต์ของค่าที่พัก	นักเรียน/นักศึกษา	113	9.56	-	-	-	-	-	-
	พนักงานบริษัท	112	17.41	0.002*	-	-	-	-	-
	เกษตรกร	46	12.83	0.860	0.584	-	-	-	-
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	72	18.26	0.003*	0.999	0.473	-	-	-
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	35	14.00	0.715	0.888	1.000	0.798	-	-
	อาชีพอิสระ/รับจ้าง	22	14.55	0.773	0.975	0.999	0.937	1.000	-
2. เบอร์เซ็นต์ของค่าอาหาร	นักเรียน/นักศึกษา	113	40.09	-	-	-	-	-	-
	พนักงานบริษัท	112	33.57	0.066	-	-	-	-	-
	เกษตรกร	46	35.87	0.769	0.980	-	-	-	-
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	72	30.83	0.006*	0.920	0.682	-	-	-
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	35	33.43	0.395	1.000	0.991	0.983	-	-
	อาชีพอิสระ/รับจ้าง	22	34.09	0.715	1.000	0.999	0.978	1.000	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-84 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-85 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 5000 บาท		5000 – 10000 บาท		10001 – 20000 บาท		20001 – 30000 บาท		มากกว่า 30000 บาท		F	Sig. (2-tailed)
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1.68	1.065	2.42	1.780	2.38	1.920	3.08	2.071	1.33	0.516	7.235	0.000*
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	531.20	589.774	773.79	795.417	860.96	949.374	1437.50	1477.581	616.67	360.093	8.829	0.000*
1 เฟอร์นิเจอร์ที่พัก	9.66	12.383	15.05	13.201	15.68	14.554	21.15	12.600	15.00	19.748	7.004	0.000*
2 เฟอร์นิเจอร์ค่าอาหาร	38.89	14.609	33.11	12.448	34.24	18.062	32.29	14.585	43.33	10.328	3.186	0.014*
3 เฟอร์นิเจอร์ค่าเดินทาง	35.81	14.985	32.28	12.598	33.93	18.689	33.02	16.750	41.67	7.528	1.080	0.366
4 เฟอร์นิเจอร์ค่ารวมกิจกรรม	8.97	9.990	11.41	9.862	7.44	8.904	9.17	8.526	5.00	8.367	2.795	0.026*
5 เฟอร์นิเจอร์ค่าของที่ระลึก	4.79	9.386	7.18	9.332	4.68	7.533	5.00	7.781	0.00	0.000	2.101	0.080

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-85 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน โดยจำแนกตามรายได้ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ทุกด้าน แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว โดยจำแนกตามรายได้ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน โดยจำแนกตามรายได้ พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ใน 3 ด้าน ได้แก่ เบอริ์เซ็นต์ค่าที่พัก เบอริ์เซ็นต์ค่าอาหาร และเบอริ์เซ็นต์ค่าร่วมกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-86 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว	รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.				
				ต่ำกว่า 5000	5000 – 10000	10001 – 20000	20001 – 30000	มากกว่า 30000
จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 5000	107	1.68	-	-	-	-	-
	5000 – 10000	113	2.42	0.032*	-	-	-	-
	10001 – 20000	125	2.38	0.035*	1.000	-	-	-
	20001 – 30000	48	3.08	0.000*	0.276	0.192	-	-
	มากกว่า 30000	6	1.33	0.994	0.671	0.699	0.219	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-86 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5000 บาทให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 5000 – 10000 บาท 10000 – 20000 บาทและ 20001 – 30000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-87 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.				
				ต่ำกว่า 5000	5000 – 10000	10001– 20000	20001– 30000	มากกว่า 30000
1. เปอร์เซ็นต์ของค่าที่พัก	ต่ำกว่า 5000	107	9.66	-	-	-	-	-
	5000 – 10000	113	15.05	0.068	-	-	-	-
	10001 – 20000	125	15.68	0.018*	0.998	-	-	-
	20001 – 30000	48	21.15	0.000*	0.153	0.222	-	-
	มากกว่า 30000	6	15.00	0.924	1.000	1.000	0.892	-
2. เปอร์เซ็นต์ของค่าอาหาร	ต่ำกว่า 5000	107	38.89	-	-	-	-	-
	5000 – 10000	113	33.11	0.098	-	-	-	-
	10001 – 20000	125	34.24	0.231	0.989	-	-	-
	20001 – 30000	48	32.29	0.175	0.999	0.967	-	-
	มากกว่า 30000	6	43.33	0.975	0.636	0.729	0.593	-
3. เปอร์เซ็นต์ของค่ารวมกิจกรรม	ต่ำกว่า 5000	107	8.97	-	-	-	-	-
	5000 – 10000	113	11.41	0.458	-	-	-	-
	10001 – 20000	125	7.44	0.809	0.042*	-	-	-
	20001 – 30000	48	9.17	1.000	0.764	0.884	-	-
	มากกว่า 30000	6	5.00	0.908	0.625	0.984	0.904	-

* ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-87 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5000 บาทให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10001 - 30000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่ารวมกิจกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 5000 - 10000 บาทให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10001 - 20000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-88 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน จำแนกตามภูมิภาค

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จ.นครศรีฯ		ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นนคร)		ภาคใต้ตอนล่าง		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		F	Sig. (2-tailed)
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1.76	1.262	3.74	1.998	2.32	0.772	4.45	2.585	5.57	2.440	41.760	0.000*
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว	573.29	596.459	1169.00	1079.110	1289.29	1045.037	1995.00	1788.700	2728.57	1499.683	30.974	0.000*
1 เปอร์เซนต์ค่าที่พัก	10.85	13.156	26.60	8.947	24.29	12.889	18.50	10.894	23.57	4.756	23.734	0.000*
2 เปอร์เซนต์ค่าอาหาร	37.75	16.436	28.60	8.084	30.00	11.222	26.00	5.982	22.14	3.934	8.798	0.000*
3 เปอร์เซนต์ค่าเดินทาง	36.31	16.372	25.10	8.481	31.43	11.774	32.25	19.089	20.00	0.000	7.591	0.001*
4 เปอร์เซนต์ค่ารวมกิจกรรม	8.05	9.314	12.10	9.641	10.00	9.813	13.25	10.295	18.57	3.780	5.026	0.000*
5 เปอร์เซนต์ค่าของที่ระลึก	4.46	8.444	7.60	8.406	4.29	7.902	10.00	9.177	15.71	5.345	6.033	0.000*

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-88 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน โดยจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ทุกด้าน แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว โดยจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน โดยจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ค่า Sig. ที่แสดงค่าน้อยกว่า 0.05 ในทุกด้าน ได้แก่ เปอร์เซ็นต์ค่าที่พัก เปอร์เซ็นต์ค่าอาหาร เปอร์เซ็นต์ค่าเดินทาง เปอร์เซ็นต์ค่ารวมกิจกรรม และเปอร์เซ็นต์ค่าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-89 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามภูมิลำเนา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว	ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.				
				จ.นครศรีฯ	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นนครฯ)	ภาคใต้ตอนล่าง	ภาคกลาง	ภาคเหนือ
จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว	จ.นครศรีฯ	68	11.62	-	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	155	15.52	0.432	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนล่าง	86	11.63	1.000	0.941	-	-	-
	ภาคกลาง	79	17.34	0.176	1.00	0.980	-	-
	ภาคเหนือ	10	18.00	0.756	0.953	0.852	0.947	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-89 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามภูมิภาค ดังนี้

ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด นครศรีธรรมราชให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในเขตภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) ภาคกลางและภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคใต้ตอนล่างและภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคใต้ตอนล่าง ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคกลางและภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-90 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามภูมิลำเนา

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการ ท่องเที่ยว	ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.				
				จ.นครศรีฯ	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นนครฯ)	ภาคใต้ตอนล่าง	ภาคกลาง	ภาคเหนือ
1. เบอร์เซนต์ของค่าที่พัก	จ.นครศรีฯ	295	10.85	-	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	50	26.60	0.000*	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนล่าง	28	24.29	0.000*	0.961	-	-	-
	ภาคกลาง	20	18.50	0.137	0.201	0.645	-	-
	ภาคเหนือ	7	23.57	0.134	0.986	1.000	0.931	-
2. เบอร์เซนต์ของค่าอาหาร	จ.นครศรีฯ	295	37.75	-	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	50	28.60	0.003*	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนล่าง	28	30.00	0.139	0.997	-	-	-
	ภาคกลาง	20	26.00	0.020*	0.979	0.923	-	-
	ภาคเหนือ	7	22.14	0.111	0.884	0.813	0.986	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-90 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามภูมิลำเนา (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการ ท่องเที่ยว	ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.				
				จ.นครศรีฯ	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นนครฯ)	ภาคใต้ตอนล่าง	ภาคกลาง	ภาคเหนือ
3. เปอร์เซ็นต์ของค่าเดินทาง	จ.นครศรีฯ	295	36.31	-	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	50	25.10	0.000*	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนล่าง	28	31.43	0.630	0.550	-	-	-
	ภาคกลาง	20	32.25	0.859	0.542	1.000	-	-
	ภาคเหนือ	7	20.00	0.104	0.954	0.541	0.509	-
4. เปอร์เซ็นต์ของค่าร่วมกิจกรรม	จ.นครศรีฯ	295	8.05	-	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	50	12.10	0.095	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนล่าง	28	10.00	0.893	0.924	-	-	-
	ภาคกลาง	20	13.25	0.221	0.995	0.844	-	-
	ภาคเหนือ	7	18.57	0.074	0.571	0.324	0.796	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4-90 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามภูมิลำเนา (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการ ท่องเที่ยว	ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	Sig.				
				จ.นครศรีฯ	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นนครฯ)	ภาคใต้ตอนล่าง	ภาคกลาง	ภาคเหนือ
5. เปอร์เซ็นต์ของค่าของที่ระลึก	จ.นครศรีฯ	295	4.46	-	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ)	50	7.60	0.203	-	-	-	-
	ภาคใต้ตอนล่าง	28	4.29	1.000	0.594	-	-	-
	ภาคกลาง	20	10.00	0.088	0.884	0.251	-	-
	ภาคเหนือ	7	15.71	0.016*	0.223	0.036*	0.663	-

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4-90 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว รายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' จำแนกตามภูมิภาค ดังนี้

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในเขตภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) ภาคใต้ตอนล่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด นครศรีธรรมราชให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในเขตภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) และภาคกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าเดินทาง พบว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด นครศรีธรรมราชให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในเขตภาคใต้ตอนบน (ยกเว้น จ.นครศรีฯ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเปอร์เซ็นต์ของค่าของที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคเหนือให้ ให้ความสำคัญแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดนครศรีธรรมราช และภาคใต้ตอนล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ (SUMMARY, IMPLICATION AND RECOMMENDATIONS)

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีการศึกษาในส่วนของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และเปรียบเทียบความแตกต่างของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจและได้กำหนดแหล่งข้อมูลที่ทำกร 2 แหล่งด้วยกัน คือ การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิโดยศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ ตลอดจนศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 ตัวอย่าง การเก็บตัวอย่างเก็บแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ หรือ SPSS for windows หาค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test One-way ANOVA และ Chi-square

ผลการการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง
3. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง
4. ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สรุปผล (Summary)

1. การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-34 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พนักงานบริษัท มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 - 12,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ค้นหาข้อมูล/รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง โดยมีผู้อื่นแนะนำ รองลงมาทางสื่ออินเทอร์เน็ต และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อน ส่วนใหญ่เดินทางมากับรถส่วนตัว ซึ่งเป็นการมาเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ และการมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงครั้งนี้โดยส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาครั้งแรกรองลงมา มา 2 - 3 ครั้ง ส่วนใหญ่จะพักค้างคืนทั้งในเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิงและนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง

สำหรับกลุ่มที่พักค้างคืนและเลือกพักค้างคืนในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เหตุผลที่พักเพราะต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติและพักในรูปแบบห้องพัก ส่วนกลุ่มที่เลือกพักค้างคืนนอกเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ส่วนใหญ่จะพักค้างคืนที่ถ้ำหงส์รีสอร์ท เพราะราคาไม่แพง

การจองที่พักส่วนใหญ่ กรณีมากับทัวร์ บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ ช่วงเวลาที่เลือกมาเที่ยวเป็นช่วงวันเสาร์ วันอาทิตย์ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เลือกทำส่วนใหญ่เป็นการดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยานฯ กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และจะแนะนำ/เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ต่อไป ด้วย สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง คือ การได้สัมผัสกับธรรมชาติ

3. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละด้านได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา พบว่า

เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านการค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากหนังสือแนะนำเที่ยว โดยเพศชายค้นหาแหล่งข้อมูลจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารและหนังสือแนะนำเที่ยวมากกว่าเพศหญิง ส่วนเหตุผลในการเลือกพักในอุทยาน เช่น เพื่อได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ การจองห้องพักง่ายและสะดวก ซึ่งเพศหญิงมีส่วนที่มากกว่าเพศชาย เหตุผลในการเลือกพักนอกอุทยานเพราะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือเพศหญิงมีส่วนที่มากกว่าเพศชาย และกิจกรรมที่ทำ เช่น กิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เพศชายมีส่วนที่มากกว่าเพศหญิง ส่วนการเล่นน้ำตกนั้นเพศหญิงมีส่วนที่มากกว่าเพศชาย

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในด้านการค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารอายุ 35 – 44 ปี มีส่วนสูงสุด จากวิทยุ/โทรทัศน์ จากแผ่นพับ/โบชัวร์ จากหนังสือแนะนำเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว และจากผู้อื่นแนะนำอายุ 20 – 34 ปี มีส่วนมากที่สุด การเลือกเดินทางมาเที่ยวเกี่ยวกับทัวร์ส่วนใหญ่ไม่เลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์ บุคคลที่เดินทางมาด้วยผู้ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป เดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมาเที่ยวกับเพื่อนสนิท เหตุผลในการเลือกพักในอุทยานเช่น ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายในสวย ลักษณะห้องพักใช้วัสดุธรรมชาติ ราคาไม่แพง มีความเป็นส่วนตัว มีการจองห้องพักง่ายและสะดวก บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ ไม่รู้จักที่พักอื่นมีผู้ที่มีอายุ 20 – 34 ปี มีส่วนมากที่สุด วิธีการจองที่พักผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปจองพักโดยให้บริษัททัวร์จัดการให้ และผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปีจองที่พักผ่านทางโทรศัพท์ กิจกรรมที่ทำ เช่น กิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เล่นน้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง ชมทะเลหมอก ตั้งแคมป์มีผู้ที่มีอายุ 20 – 34 ปี มีส่วนมากที่สุด และสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาเที่ยวกรุงชิง เช่น ได้สัมผัสกับธรรมชาติ ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ ฯลฯ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชอบผจญภัยและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆมีผู้ที่มีอายุ 20 – 34 ปี มีส่วนมากที่สุด

สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านการค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากอินเทอร์เน็ต จากการประชาสัมพันธ์ของ

ททท. จากผู้อื่นแนะนำโดยมีสัดส่วนของผู้ที่มีสถานภาพโสดมากที่สุด การเลือกเดินทางมาเกี่ยวกับทัวร์ การเลือกพักค้างคืน และสถานที่ที่เลือกพักผ่อนนอกอุทยานฯ โดยผู้ที่มีสถานภาพโสดและสมรสจะไม่เดินทางมากับบริษัททัวร์ ผู้ที่มีสถานภาพม่าย/หย่าร้างจะเลือกเดินทางมาเกี่ยวกับบริษัททัวร์ ผู้ที่มีสถานภาพโสดจะไม่พักค้างคืน ผู้ที่สมรสแล้วจะพักค้างคืนในอุทยานฯ และผู้ที่มีสถานภาพม่าย/หย่าร้างเลือกพักนอกเขตอุทยานฯ สำหรับผู้ที่พักนอกเขตอุทยานฯ ส่วนใหญ่จะพักที่ถ้ำหงส์รีสอร์ท ซึ่งจะเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด ม่าย/หย่าร้าง ส่วนผู้ที่สมรสแล้วจะเลือกพักที่หน้าโพลวัลย์ และคุ้มตาน้อย

การศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านการค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากอินเทอร์เน็ต จากหนังสือแนะนำเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. การเลือกเดินทางมาเกี่ยวกับทัวร์ การเลือกพักค้างคืน วิธีการจองที่พัก กิจกรรมที่ทำ เช่น เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เล่นน้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง ตั้งแคมป์ และสิ่งที่ดึงดูดในที่ทำให้มาเที่ยวที่กรุงชิง เช่น ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ ฯลฯ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมถึงขอใบอนุญาตน และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ส่วนใหญ่ไม่เดินทางมาเกี่ยวกับบริษัททัวร์ เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับที่ไม่สูงกว่าปริญญาตรี ส่วนผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเดินทางมาเกี่ยวกับบริษัททัวร์ ผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีเลือกพักค้างคืนในอุทยานฯ และจองที่พักโดยให้บริษัททัวร์จัดการให้ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะไม่นอนพักค้างคืน แต่สำหรับผู้ที่พักค้างคืนจะจองที่พักผ่านทางโทรศัพท์

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านการค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากอินเทอร์เน็ต จากแผ่นพับ/โบชัวร์ จากหนังสือแนะนำเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. จากผู้อื่นแนะนำ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง การเลือกเดินทางมาเกี่ยวกับทัวร์ บุคคลที่เดินทางมาด้วย การเลือกพักค้างคืน เหตุผลในการเลือกพักในอุทยาน เช่น ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายในสวย ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ ราคาไม่แพง ความเป็นส่วนตัว การจองห้องพักง่ายและสะดวก บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ ไม่รู้จักที่พักอื่น วิธีการจองที่พัก และกิจกรรมที่ทำ เช่น เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ เล่นน้ำตก ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง ตั้งแคมป์ ส่วนใหญ่ทุกอาชีพเดินทางมาเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการพักผ่อน ส่วนใหญ่ทุกอาชีพจะไม่เลือกเดินทางมาเกี่ยวกับบริษัททัวร์

ยกเว้นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะเลือกเดินทางมาเกี่ยวกับบริษัททัวร์ ผู้ที่เดินทางมาเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติ เป็นผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท เกษตรกร ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ/รับจ้าง แต่กลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จะเดินทางมาเกี่ยวกับเพื่อนสนิท และกลุ่มที่เดินทางมาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงานคือผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มที่ไม่นอนพักค้างคืน เป็นกลุ่มที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา เกษตรกร ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ/รับจ้าง ส่วนพนักงานบริษัทและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ นอนพักค้างคืนในเขตอุทยานฯ โดยบริษัททัวร์ให้เป็นผู้จัดการเรื่องจองที่พักให้ นักเรียน/นักศึกษาและเกษตรกรจองที่พักผ่านทาโทรศัพท์ แต่ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอิสระ/รับจ้าง ใช้วิธีการจองที่พักด้วยการจองที่อุทยาน/แหล่งที่พักนั้นๆ

รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้าน การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากวิทยุ/โทรทัศน์ จากบริษัทนำเที่ยว จากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. การเลือกเดินทางมาเกี่ยวกับทัวร์ การเลือกพักค้างคืน เหตุผลในการเลือกพักในอุทยานเช่น ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายในสวย ลักษณะห้องพักใช้วัสดุธรรมชาติ ราคาไม่แพง มีความเป็นส่วนตัว มีการจองห้องพักง่ายและสะดวก บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ ไม่รู้จักที่พักอื่น วิธีการจองที่พัก กิจกรรมที่ทำ เช่น กิจกรรมเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน ชมทะเลหมอก และสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้มาเที่ยวกรุงชิง เช่น ได้สัมผัสกับธรรมชาติ ขอบผจญภัยและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มไม่เดินทางมาเกี่ยวกับบริษัททัวร์ กลุ่มที่ไม่นอนพักค้างคืน คือผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทและ 20,001 – 30,000 บาทเลือกพักค้างคืนในเขตอุทยานฯ ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาทจองที่พักโดยให้บริษัททัวร์จัดการให้ แต่ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาทจองที่พักทางโทรศัพท์

ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 10 ด้าน ดังนี้ การค้นหาข้อมูล/รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร จากบริษัทนำเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง การเดินทางมาเกี่ยวกับทัวร์ บุคคลที่เดินทางมาด้วย จำนวนครั้งที่มาเที่ยว การเลือกพักค้างคืน วิธีการจองที่พัก ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำ เช่น ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน เดินถ้ำ ล่องแก่ง ชมทะเลหมอก และตั้งแคมป์ โดยผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้เดินทางมาเที่ยวเพื่อนต้องการพักผ่อน ส่วนใหญ่จะไม่เดินทางมากับบริษัททัวร์แต่จะเดินทางมาเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติ มาเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ส่วนผู้ที่อยู่ในภาคกลางและภาคเหนือ

เดินทางมาเพื่อประชุมสัมมนา/ทัศนศึกษา/ดูงาน และเดินทางมาในช่วงวันวันจันทร์-ศุกร์ ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ตอนล่าง ภาคกลางและภาคเหนือ เดินทางมาเกี่ยวกับบริษัททัวร์ สำหรับผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง/ภาคเหนือมาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงาน ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ (ยกเว้น จังหวัดนครศรีธรรมราช) ภาคกลางและภาคเหนือ เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง เป็นครั้งแรก จอ่งที่พักโดยการให้บริษัททัวร์จัดการให้ ส่วนผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มาเที่ยว 2-3 ครั้ง ส่วนใหญ่ไม่นอนพักค้างคืนแต่ถ้าพักค้างคืนจะจอ่งที่พักโดยการจอ่งที่อุทยาน/แห่งที่พัคนั้น ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นจังหวัดนครศรีธรรมราช) ภาคกลางและภาคเหนือ นอนพักค้างคืนในเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ตอนล่าง พักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง

4. ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา พบว่า

ผู้ที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้านไม่แตกต่างกัน

ผู้ที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

1. ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 - 34 ปี และ 45 - 59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับค่าร่วมกิจกรรมแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 - 34 ปี ให้ความสำคัญค่าของที่ระลึกแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35 - 44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า

ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

1. ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับค่าที่พักและค่าอาหาร แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า

1. ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นเกษตรกรและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญแตกต่างกับพนักงานบริษัทและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ในด้านค่าที่พัก และให้ความสำคัญแตกต่างกับ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ในด้านค่าอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า

1. ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท, 10,000 – 20,000 บาทและ 20,001 – 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญในด้านค่าที่พัก แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท ให้ความสำคัญในด้านค่ารวมกิจกรรม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีภูมิลำเนาต่างกันให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า

1. ด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด นครศรีธรรมราชให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นจังหวัด นครศรีธรรมราช) ภาคกลางและภาคเหนือ และนักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ตอนล่าง ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตภาคกลางและภาคเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด นครศรีธรรมราชให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้(ยกเว้นจังหวัด นครศรีธรรมราช) ในด้านค่าที่พัก ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นจังหวัดนครศรีธรรมราช) และภาคกลางในด้านค่าอาหาร ให้ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นจังหวัดนครศรีธรรมราช) ในด้านค่าเดินทาง และให้ ความสำคัญแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในภาคเหนือในด้านค่าของที่ระลึก นักท่องเที่ยวที่มี ภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ตอนล่างให้ความสำคัญด้านค่าของที่ระลึกแตกต่างกับนักท่องเที่ยวใน เหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

(Implication)

จากผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขา หลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช นำไปสู่การอภิปรายผลในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-34 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พนักงานบริษัท มี รายได้อยู่ในช่วง 10,000 - 12,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช อาจอธิบายผลได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง ที่รู้จักอุทยาน แห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงอยู่ก่อนแล้ว และเพศหญิงเป็นเพศที่สนใจในเรื่องของการท่องเที่ยว เชิงนิเวศมากกว่าเพศชาย มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับปานกลาง

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม เพศ อายุ สถานะภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ปรากฏผลดังนี้

2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม เพศ พบว่า พฤติกรรมโดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันเพศชายและเพศหญิงมีบทบาทเท่าเทียมกันในสังคมมีการรับรู้ข่าวสาร การเคลื่อนไหว และความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเท่าเทียมกัน ดังนั้นเพศชายจึงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกับเพศหญิง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีเรือน ทองใหญ่ (2546) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเขาสก ผลการวิจัยพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากปัจจุบันเพศหญิงมีบทบาทมากพอๆกับเพศชาย และงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

2.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม อายุ พบว่า พฤติกรรมโดยรวม แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก วิธีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่างอายุกันด้วยวิธีที่ต่างกัน ความสามารถทางร่างกายที่ต่างกันทำให้ การสนใจในกิจกรรมต่างๆ แตกต่างกันในกลุ่มอายุที่ต่างกัน แต่ในด้านของรูปแบบการเดินทาง จำนวนวันที่เที่ยว และวัตถุประสงค์ในการเดินทางไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว

2.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม สถานะภาพ พบว่า พฤติกรรมโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่จะต่างกันในด้าน จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว การเลือกเดินทางมากับทัวร์ และการเลือกที่พัก ที่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดไม่มีพันธะผูกพันใดๆ จึงมีอิสระในการเลือกไม่ต้องขึ้นกับบุคคลอื่น

2.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม ระดับการศึกษา พบว่า พฤติกรรมโดยรวมไม่

แตกต่างกัน แต่พฤติกรรมด้านจำนวนวันที่มาเที่ยว ค่าใช้จ่าย และการค้นหาข้อมูลและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เลือกทำแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากระดับการศึกษาที่ต่างกันทำให้การเข้าถึงข้อมูลต่างๆ และความสนใจแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2526) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

2.5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม อาชีพ พบว่า พฤติกรรมโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

2.6 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม รายได้ พบว่า พฤติกรรมโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเนื่องมาจาก รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการเลือกที่พัก การเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวนวันที่มาเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย

2.7 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม ภูมิฐานะ พบว่า พฤติกรรมโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นความตั้งใจกลับมาเที่ยวอีกครั้งและการเผยแพร่ข้อมูล เหตุผลในการเลือกที่พัก และรูปแบบการเดินทาง

ข้อเสนอแนะ

(Recommendation)

ผลการศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

1. จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช และส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษาที่มีอายุไม่เกิน 35 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยเริ่มต้นของชีวิตการ มีโอกาสได้สัมผัสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับโลกภายนอกอีก

มากมาย ดังนั้นทางอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ควรส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีผ่านทางนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เป็นกระบอกเสียงประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคคลภายนอกจังหวัดนครศรีธรรมราชรับรู้ถึงความสวยงามของอุทยานฯ เพื่อเพิ่มโอกาสในการมาท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากภายนอกจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น

2. ในเรื่องของสื่อที่นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิงพบว่าส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต สะท้อนให้เห็นชัดเจนว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นคนรุ่นใหม่ ดังนั้นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวรู้จักอุทยานฯ มากขึ้นควรพิจารณาการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การใส่ข้อมูลที่น่าสนใจ ตัวอย่างเช่น ข้อมูลสถานที่ กิจกรรม ข้อมูลที่พักในรูปแบบต่างๆ ข้อมูลการจองที่พักและการติดต่อกับอุทยานฯ หรือแม้กระทั่งข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ของพื้นที่ เหล่านี้ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากมาเยี่ยมชมอุทยานฯ มากขึ้น

3. อีกแหล่งข้อมูลที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวคือ ข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว อุทยานฯ ควรมีการให้ข้อมูลแก่บริษัทนำเที่ยวอย่างสม่ำเสมอและถูกต้องถึงการเข้ามาท่องเที่ยวในเขตอุทยานฯ ว่ามีสถานที่ใด หรือกิจกรรมใดที่น่าสนใจบ้าง การทำการตลาดร่วมกับบริษัทนำเที่ยวนอกพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราชในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสในการมาท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวจากจังหวัดนครศรีธรรมราช

4. กิจกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างการเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ควรมีการสนับสนุนอย่างบูรณาการ เช่นการจำลองกิจกรรม การเล่าเรื่องในอดีต การเดินย้อนเส้นทางประวัติศาสตร์ในวันสำคัญทางประวัติศาสตร์ การจัดสร้างหุ่นจำลองสถานการณ์ในอดีต รวมถึงการมีป้ายประชาสัมพันธ์หรือป้ายให้ข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นอดีตในแต่และตำแหน่งที่นักท่องเที่ยวเดินผ่านไปเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีอารมณ์ร่วมไปกับประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลการเรียนรู้สำหรับกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มที่นิยมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

5. การจองที่พักส่วนใหญ่จะจองโดยบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ และจองผ่านทางโทรศัพท์ ดังนั้น ทางอุทยานฯ จึงควรทำการตลาดร่วมกับบริษัททัวร์ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่อุทยานฯ มากยิ่งขึ้น และจะเห็นว่ามียุคนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มีการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ผ่านทางอินเทอร์เน็ตแต่การจองห้องพักทางอินเทอร์เน็ตกลับน้อยมาก ดังนั้นทางอุทยานฯ จึงควรเข้าไปตรวจสอบดูว่าเป็นเพราะสาเหตุใด อาจจะเป็นเพราะเว็บไซต์ของทางอุทยานฯ เป็นเว็บไซต์เฉพาะให้ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานฯ เท่านั้น ทางอุทยานฯ

ควรเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วยการให้นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พักกับทางอุทยานฯผ่านทางเว็บไซต์

6. ควรส่งเสริมและให้ความรู้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น เช่น การเพิ่มป้ายแสดงข้อมูลความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติ เขาหลวง น้ำตกกรุงชิง หรือมีการแนะนำหนังสือ หรือวารสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับผู้ที่สนใจได้ศึกษาต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัททัวร์

1. จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวร่วมกับครอบครัว ญาติ เพื่อนร่วมงาน และเพื่อนสนิท ดังนั้น บริษัททัวร์อาจจะเสนอขาย Package ทัวร์แบบ ครอบครัว หรือ คู่ ในราคาที่ประหยัดกว่า และมีการจัดกิจกรรมสำหรับคนภายในครอบครัว

2. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับจำนวนวันที่มาเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สนใจก็แตกต่างกัน ดังนั้น ในการจัดทัวร์ควรแบ่งกลุ่มอย่างเหมาะสม และเลือกกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเกิดการซื้อซ้ำในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงลึกในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นพื้นฐานในการต่อยอดงานวิจัย เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง ให้เป็นจุดหมายใหม่ที่สำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทย

2. ควรศึกษาความต้องการและการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง เพื่อสร้างความร่วมมือร่วมกันระหว่างอุทยานฯและชาวบ้านในพื้นที่เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยไม่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชนควรมีส่วนกำหนดแนวทางการพัฒนา รวมถึงจัดสรรรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างเป็นธรรม

3. ควรศึกษาการเปลี่ยนแปลงในเชิงสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมเมื่ออุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการรับมือหรือหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงในเชิงลบที่จะอาจจะเกิดขึ้น รวมถึงการหามาตรการ กฎระเบียบที่เหมาะสมในเชิงป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมได้

บรรณานุกรม

- กวี วรกวิน, พิพัฒน์ นวลอนันต์ และพิเศษ เสนาวงษ์. (2546). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*.
 กรุงเทพฯ: พัฒนาคุณภาพวิชาการ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม, 2551, จาก <http://thai.tourismthailand.org>
- โกมุทพันธุ์ ผลสิทธิ์. (2542). *การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราวิชาการเฉลิม
 พระเกียรติ.
- กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). *แผนปฏิบัติการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 ไทย*. กรุงเทพฯ: บริษัท อัลซ่า จำกัด.
- ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2552,
 จาก <http://www.tourism.go.th>.
- ข้อมูลจังหวัดนครศรีธรรมราช. สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2552, จาก <http://www.nakhonsithammarat.go.th>
- จักรกฤษณ์ เรืองเวช. (2550). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในศูนย์ศึกษาธรรมชาติและ
 อนุรักษ์ป่าชายเลนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 7.
 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2542). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราวิชาการเฉลิมพระเกียรติ
 ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์. (2545). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม
 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 9.
 กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นราศรี ไววนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี. (2548). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 15.
 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุมณี. (2544). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2.
 กรุงเทพฯ: โอ. เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, สุรียา สัมจันทร์ และจิระวงศ์ คงทอง. 2549. **ระเบียบวิธีวิจัยทางการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542). **มารู้จักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกันเถิด**. จุลสารการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ปรัดณี นัยนานนท์. (2550). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติเอราวัณ**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรัตนโกสินทร์)
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546). **ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด**. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)
- ยุพดี เสตพวรรณ. (2543). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: พิเศษการพิมพ์.
- รชพร จันทร์สว่าง. (2546). "หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว". ใน **เอกสารประกอบการสอนชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน**. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). "หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว". ใน **เอกสารประกอบการสอนชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน**. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). "หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว". ใน **เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย**. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รูปภาพน้ำตกกรุงชิง. สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2552, จาก <http://www.thaitraveltalk.com>
- วรรณ วรชวานิช. (2539). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิชัย เทียนน้อย. (2540). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โอ. เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วินิจฉัย วีรยางกุล. (2532). *การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. หน่วยที่1-8.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิมล จิโรจน์พันธุ์, ประชิต สกฤษณ์พัฒน์ และอุดม เขยแก้ววงศ์. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). *สังคมวิทยาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอเอ็นการพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- ศรีประภา ชัยวรวัฒน์. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา).
- ศรีเรือน ทองใหญ่. (2546). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา
อุทยานแห่งชาติเขาสก*. (การศึกษาระดับปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
วลัยลักษณ์)
- ศุภร เสรีรัตน์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ. อาร์. บีซิเนส เพรส.
- สมฤทัย เสงสทนกุล. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มคน
วัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ).
- สถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติและวนอุทยาน. สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2552, จาก
<http://www.dnp.go.th>
- สุพรรณณี อินทร์แก้ว. (2549). *การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง*.
กรุงเทพฯ: บริษัท ธนาเพรส จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไทเท็กซ์.
- เสรี เวชบุษกร. (2538). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2552, จาก
<http://www.forest.com/index>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น
อินโดไชน่า จำกัด.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิตถีรัตน์ จันทรแสงทอง. (2548). *ปัจจัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษา เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา).
- อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- Collier and Harraway. (1997). *The New Zealand Tourism Industry*. Auckland: Logman.
- Dann, Graham. (1981). *Tourist Motivation: an appraisal*; Annals of Tourism Research.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2009). *Marketing Management*. (13th ed).
The United States of America: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2006). *Marketing Management*. (12th ed).
The United States of America: Prentice Hall.
- Lovelock, C. and Wirtz, J. (2007). *Service Marketing*. (6th ed).
The United States of America: Prentice Hall.
- Michael R. Solomon. (2004). *Consumer Behavior*. (6th ed).
The United States of America: Prentice Hall.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., and Ritchie, J.R. B. (1995). *Tourism Principles Practices, Philosophies*. (7th ed). New York: John Wiley & Sons.
- Schiffman and Kanuk. (1991). *Consumer Behavior*. Englewood Cliff, New Jersey: Prentice Hall International.
- Swarbrooke, John and Horner, Susan. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*.
Oxford: Butterworth-Heinemann.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการศึกษาอิสระเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง
จังหวัดนครศรีธรรมราช

เลขที่.....

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว
ในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

.....

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายที่จะศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบาย วางแผน และการพัฒนาอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่อไป

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้จะมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน [] หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

[] 1. ชาย

[] 2. หญิง

2. อายุ

[] 1. ต่ำกว่า 20 ปี

[] 2. 20 - 34 ปี

[] 3. 35 - 44 ปี

[] 4. 45 - 59 ปี

[] 5. 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

[] 1. โสด

[] 2. สมรส

[] 3. หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- [] 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี [] 2. ปริญญาตรี
- [] 3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. อาชีพ

- [] 1. นักเรียน/นักศึกษา [] 2. พนักงานบริษัท
- [] 3. เกษตรกร [] 4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- [] 5. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว [] 6. อาชีพอิสระ/รับจ้าง

6. รายได้ต่อเดือน

- [] 1. ต่ำกว่า 5,000 [] 2. 5,000 - 9,999
- [] 3. 10,000 - 19,999 [] 4. 20,000 - 29,999
- [] 5. 30,000 ขึ้นไป

7. ภูมิลำเนา

- [] 1. นครศรีธรรมราช
- [] 2. ภาคใต้ตอนบน (ยกเว้นนครศรีฯ) จังหวัด.....
- [] 3. ภาคใต้ตอนล่าง จังหวัด.....
- [] 4. ภาคกลาง จังหวัด.....
- [] 5. ภาคเหนือ จังหวัด.....
- [] 5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัด.....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

1. ท่านได้ค้นหาข้อมูล/รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว น้ำตกกรุงชิงจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|----------------------------------|----------------------|
|หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร |วิทยุ/โทรทัศน์ |
|อินเทอร์เน็ต |แผ่นพับ/โบชัวร์ |
|หนังสือแนะนำ |บริษัทนำเที่ยว |
|การประชาสัมพันธ์ของ ททท. |ผู้อื่นแนะนำ |

2. วัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวของท่านในครั้งนี้

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. พักผ่อน | <input type="checkbox"/> 2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 3. ประชุมสัมมนา | <input type="checkbox"/> 4. เล่นกีฬา |
| <input type="checkbox"/> 5. สัมผัสธรรมชาติ | <input type="checkbox"/> 6. ทักษะศึกษา/ดูงาน |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

3. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์หรือไม่

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ใช่ (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 5.) | <input type="checkbox"/> 2. ไม่ใช่ |
|--|------------------------------------|

4. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างไร

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รถเช่า/รถเหมา | <input type="checkbox"/> 2. รถยนต์ส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> 3. รถโดยสารประจำทาง | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

5. ท่านมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิงกับใคร

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. คนเดียว | <input type="checkbox"/> 2. ครอบครัว/ญาติ |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อนสนิท | <input type="checkbox"/> 4. เพื่อนร่วมงาน |

6. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. มาเป็นครั้งแรก | <input type="checkbox"/> 2. 2 – 3 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. 4 – 5 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 5 ครั้ง |

7. การเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ของท่านพักค้างคืนหรือไม่
1. ไม่พักค้างคืน (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 13)
2. พักค้างคืนในอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง
3. พักค้างคืนนอกเขตอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 10)
8. รูปแบบการพักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ท่านพักค้างแรมในน้ำตกกรุงชิงเป็นรูปแบบใด
1. กางเต็นท์/ตั้งแคมป์ 2. บ้านหลังเดียวสำหรับ 2 คน
3. บ้านหลังเดียวหลังใหญ่สำหรับหลายคน 2. ห้องพักสำหรับ 2 คน
9. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกพักค้างแรมกับทางอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
(กรุณาข้ามไปตอบข้อ 12.)
1. ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ 2. เจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลือ
3. มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ 4. บรรยากาศภายในสวย
5. ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ 6. ราคาไม่แพง
7. มีความเป็นส่วนตัว 8. การจองห้องพักง่ายและสะดวก
9. บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ 10. ไม่รู้จักที่พักที่อื่น
10. ท่านพักค้างแรมที่ไหน (กรณีที่ไม่ได้พักที่อุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง)
1. หน้าไพลวัลย์ 2. คุ่มตาน้อย
3. ถ้ำหงส์สิทธิ์ 4. กรุงชิงซีวิว
5. วังศิลา 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
11. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกพักค้างแรมกับสถานที่จากข้อ 10 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ 2. พนักงานคอยดูแลช่วยเหลือ
3. มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน 4. บรรยากาศภายในสวย
5. ลักษณะห้องพักใช้วัสดุจากธรรมชาติ 6. ราคาไม่แพง
7. มีความเป็นส่วนตัว 8. จองห้องพักง่ายและสะดวก
9. บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้ 10. ไม่รู้จักที่พักที่อื่น

12. ท่านจองที่พักโดยวิธีใด
- [] 1. จองที่อุทยาน/แหล่งที่พัก
- [] 2. จองผ่านโทรศัพท์
- [] 3. บริษัททัวร์เป็นผู้จัดการให้
- [] 4. จองผ่าน Internet
- [] 5. คนอื่นจองให้
- [] 6. อื่น ๆ.....
13. ท่านเดินทางมาเที่ยวที่น้ำตกกรุงชิงในช่วงใด
- [] 1. วันจันทร์ – ศุกร์
- [] 2. วันเสาร์ – อาทิตย์
- [] 3. วันหยุดเทศกาล
- [] 4. วันลาพักร้อน
- [] 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
14. ท่านทำกิจกรรมใดบ้างในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในครั้งนี้นี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
-เดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์
-เล่นน้ำตก
-ดูนก/ชมพรรณไม้ภายในอุทยาน
-เดินถ้ำ
-ล่องแก่ง
-ชมทะเลหมอก
-ตั้งแคมป์
-อื่น ๆ โปรดระบุ.....
15. ท่านตั้งใจจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งหรือไม่ เมื่อมีโอกาส
- [] 1. มา
- [] 2. ไม่มา
16. ท่านจะแนะนำ/เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานฯ น้ำตกกรุงชิง ให้บุคคลอื่นทราบหรือไม่
- [] 1. แนะนำ
- [] 2. ไม่แนะนำ
17. สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาหลวง น้ำตกกรุงชิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
-ได้สัมผัสกับธรรมชาติ
-ได้ทำกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ ทั้ง ล่องแก่ง เที่ยวถ้ำ เล่นน้ำตก เดินป่า ฯลฯ
-เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
-ชอบการพจญภัย และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ
-อื่น ๆ โปรดระบุ.....

18. ท่านมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในครั้งนี้เป็นเวลาวัน
19. ท่านมีค่าใช้จ่ายโดยรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ประมาณ.....บาท/วัน
และเฉลี่ยแต่ละกิจกรรม คิดเป็นกีเปอร์เซ็นต์

ค่าที่พัก		%
ค่าอาหาร		%
ค่าเดินทาง		%
ค่าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ		%
ค่าของที่ระลึก		%
รวม	100	%

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวปนัดดา แก้วเกิด		
วัน เดือน ปีเกิด	7 กุมภาพันธ์ 2526		
สถานที่เกิด	จังหวัดนครศรีธรรมราช		
วุฒิการศึกษา			
วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา	
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2548	
สาขาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์			
มัธยมศึกษาตอนปลาย	โรงเรียนควนกาหลงวิทยาคม	2544	

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

ตำแหน่ง

ผู้จัดการ

สถานที่ทำงาน

หจก.ธานีคอมพิวเตอร์

อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช