

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

สารนิพนธ์
ของ
นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2546

338.4791

06442

ร.3

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

2

บทคัดย่อ

ของ

นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์

10 ต.ค. 2546



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2546

h 225985

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ มูลเหตุจูงใจ ที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้ Least Significant Difference (LSD) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS For Windows Version 10

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 15 - 24 ปี รองลงมา คือ มีอายุ 25 - 34 ปี และ มีอายุ 35 - 44 ปี ตามลำดับ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตามลำดับ สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ นักเรียน / นักศึกษา รองลงมา คือ พนักงานเอกชน และประกอบธุรกิจ / ค้าขายส่วนตัวตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือน 6,500 - 11,800 บาท และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 11,801 - 17,100 บาท ซึ่งมีจำนวน เท่ากับผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 22,400 บาท ตามลำดับ
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเฉยๆ คือ ถ้ำเขabin รองลงมา คือ ถ้ำวัดเขา ช้องพรวน ด้านสินค้าประจำจังหวัดที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเฉยๆ คือ เครื่องปั้นดินเผา เช่น โฉมมังกร รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์นมสด ตามลำดับ
3. การบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีที่นักท่องเที่ยวค่อนข้างพอใจ คือ การคมนาคมในจังหวัดราชบุรีสะดวกสบาย เช่น ถนน รถโดยสาร รองลงมา คือ อัตราค่าชมสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะสม คนในท้องถิ่นคอยให้ความช่วยเหลืออย่างดี มีป้ายบอกเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน มีร้านอาหารเพียงพอสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ แหล่งท่องเที่ยวมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ ถังขยะเพียงพอ มีป้ายและสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อเตือนภัยให้แก่นักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีจุดบริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ และมีการดูแลเรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ตามลำดับ
4. แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารมาก คือ การบอกปากต่อปาก
5. มูลเหตุจูงใจที่นักท่องเที่ยวได้รับในระดับมาก คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวสวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ รองลงมา คือ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลายแห่ง เช่น ถ้ำต่างๆ โป่งยุบ มีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกหลายรูปแบบ ต้องการพาครอบครัวมาพักผ่อน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน เพื่อนชักชวนให้มาเที่ยว ตามลำดับ

6. วัดอุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด

7. การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง 4 คน เดินทางมากับเพื่อน โดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่เดินทางในช่วงวันหยุดปลายสัปดาห์ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 1 วัน โดยมีค่าใช้จ่าย คือ 1,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1 ครั้งในรอบ 1 ปี

8. ความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวในอนาคต พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความตั้งใจมาอีกแน่นอน

9. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ และอาชีพ ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า .05

10. นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

11. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

12. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

13. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

14. ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

**FACTORS INFLUENCING ON TOURISM BEHAVIOR OF THAI TOURISTS IN
RATCHABURI PROVINCE**

AN ABSTRACT

BY

MRS. ARANEE VIVATTHANAPORN

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

May 2003

(2002). Factors that contributes to tourism behavior of Thai tourists In Ratchaburi Province, Thailand. Thematic Paper. Master of Business Administration (Marketing). Bangkok : Graduate Studies, Srinakharinwirot University. Thematic Paper Advisor : Assoc. Dr.Warangkana Adisornprasert

This research aims to study the factors demographics, products, publicrelation, motives that contribute to tourism and tourism behavior of Thai tourists in Ratchaburi Province, Thailand.

The sample used in this research are 400 Thai tourists whom traveled to Ratchaburi. Questionnaire is used as a tool for data acquisition. Statistical tools used to analyze the data are percentage, mean, and standard deviation. T-test independent is used to perform differences analysis. Least Significant Difference (LSD) is used to perform one-way analysis of variance and pairwise comparison. Pearson's Correlation is used for relationship analysis. SPSS for Windows Version 10 is used to analyze statistical data.

The research found that

1. There are more female than male in the sample group. Most tourists are in the age group of 15-24 year-old followed by 25-34 and 35-44 respectively. The sample graduated in the level of bachelor's degree followed by high school/vocational school and secondary school respectively. The sample's professions are college students and school students, employees, and business owners/self-employed respectively. The sample group earns an income of 6,500 bath/month, 6,500-11,800 baht/month, 11,801-17,100 baht/month and 22,400 baht/month respectively. The research also found that:
2. The tourist destination that the tourists' satisfaction level is 'average' is 'Khao Bin Cave' followed by 'Wat Khao Chong Pran Cave' and the products of the province that the tourists' satisfaction level is 'average' is glazed jars and ceramicware such as dragon design water jars followed by dairy products.
3. The tourism services that the tourists' satisfaction level is 'somewhat satisfied' are convenience of transportation, appropriate travel destination admission fees, help from local people, signage to and from tourist destinations, sufficient restaurants to accommodate tourists, sufficient amenities at the tourist destinations, clear warning signage, sufficient tourist service spots, and sufficient safety services, respectively
4. Tourists receive most tourism information by word-of-mouth
5. 'High' motives for tourism for Thai tourists that is natural tourism destinations followed by plenty of tourism destinations, many types of tourism activities to choose from, need to bring family to travel, historical destination, and persuaded by a friend, respectively
6. The main objective for tourism in Ratchaburi Province is for leisure
7. Thai tourists traveling to Ratchaburi usually travels by car, in a group of four, with friends. Usually Thai tourists travel on weekends for 1 day, spending 1,000 baht per trip. Most tourists travel to Ratchaburi once a year.
8. Most tourists intends to visit Ratchaburi again in the future
9. Tourists in different genders, age, profession spend different amount of money and Level of Significant 0.05
10. Tourists who have different academic background do not differ in the amount of money they spend
11. Tourists with different professions spend different amount of money

12. There is a direct relationship between tourism products in Ratchaburi and Thai tourists tourism behavior

13. There is no direct relationship between awareness of tourism information of Ratchaburi and Thai tourists tourism behavior

14. There is no direct relationship between motives for tourism in Ratchaburi and Thai tourists tourism behavior.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

วรางคณา อติศรประเสริฐ
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

วรางคณา อติศรประเสริฐ ประธาน
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ)

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

สุพาดา สิริกุดตา กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ดร. วรกวิน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)
วันที่ 6 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเนื่องจากผู้วิจัยได้เข้ารับการศึกษหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับ
ผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่ง การที่ผลงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีตามหลักสูตรการศึกษานั้น เพราะได้รับความอนุเคราะห์ ความช่วยเหลือ คำแนะนำ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย จาก
อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา และ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่
กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่กรุณาให้คำแนะนำ สั่งสอน และให้
ความรู้ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัย รวมทั้งนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัด
ราชบุรี ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึงพระคุณบิดา มารดา และพระคุณของอาจารย์ทุกท่านที่ได้สั่งสอน
อบรมผู้วิจัยจากอดีตถึงปัจจุบัน และขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ตลอด
ระยะเวลาที่ศึกษาในสถานศึกษาแห่งนี้ หากผลการวิจัยฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใดต้องขออภัย ณ ที่นี้ด้วย

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ..... (บันทึกการเดินเรื่อง)	1
	ภูมิหลัง..... ✓ 1-2 หน้า	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย..... ✓	3
	ความสำคัญของการวิจัย..... ✓	3
	ขอบเขตของการวิจัย..... ✓	3
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ..... ✓	6
	กรอบแนวคิดในการวิจัย..... ✓	7
	สมมติฐานในการวิจัย..... ✓	8
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
	แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	9
	ความหมายของการท่องเที่ยว.....	9
	วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	10
	ความสำคัญของการท่องเที่ยว.....	11
	ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว.....	12
	ประเภทต่างๆ ของการท่องเที่ยว.....	14
	องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	15
	ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	17
	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
	แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	26
	แนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร.....	27
	แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	32
	การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี.....	35
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า..... (เจตน์มูมณฑล) ไร	46
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	46
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	48
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	เนื้อหา	หน้า
	เอกสารข้อมูล มจร เรื่อง คำศัพท์ วิเคราะห์ โครงสร้าง	
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	103
	สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	103
	สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	106
	อภิปรายผล.....	113
	ข้อเสนอแนะ.....	116
	(วิเคราะห์สภาพสังคมที่ฐานเดิม ซึ่งวิเคราะห์แล้ว)	
	บรรณานุกรม.....	118
	ภาคผนวก.....	119
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	121
	ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม.....	129
	ภาคผนวก ค ขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย.....	133
	ภาคผนวก ง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย.....	135
	ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	142

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงโมเดลลำดับขั้นตอนการตอบสนอง.....	32
2 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี	61
3 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว.....	64
4 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสินค้าประจำจังหวัด.....	65
5 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการบริหารการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี.....	66
6 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์.....	68
7 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม มูลเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี.....	69
8 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการ เดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี.....	70
9 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง (รวมตัวท่านเอง) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี	71
10 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี.....	72
11 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพาหนะในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี.....	73
12 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี.....	73
13 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนวันในการมา ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี	74
14 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี.....	75
15 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี.....	76
16 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความตั้งใจในการ มาท่องเที่ยวในอนาคตของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี.....	77
17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ.....	79
18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว เที่ยว จำแนกตามอายุ.....	80

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	81
20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันกับ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	82
21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี จำแนกตามอายุ.....	83
22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการ มาท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา.....	84
23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา	85
24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	85
25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมา ท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ.....	86
26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการมา ท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ.....	87
27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันกับค่าใช้จ่าย ในการท่องเที่ยว.....	88
28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี จำแนกตามอาชีพ.....	89
29 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้.....	90
30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้	90
31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายใน การท่องเที่ยว	91
32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี จำแนกตามรายได้	92
33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	93
34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	94
35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่ง ท่องเที่ยว และสินค้าประจำจังหวัดโดยพิจารณาเป็นรายข้อ กับพฤติกรรมด้านจำนวนวัน ในการมาท่องเที่ยว.....	95

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
36	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....	98
37	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านจำนวนครั้ง ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี.....	99
38	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	99
39	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....	100
40	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี.....	100
41	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม ด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	101
42	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....	101
43	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี.....	102

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิด.....	7
2 แสดงความจำเป็น ความต้องการ และการสนใจ.....	20
3 แสดงกระบวนการติดต่อสื่อสาร.....	28

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเจริญเติบโต และมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศนับแสนล้านบาทในแต่ละปี

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นกิจกรรมส่งออกรูปแบบหนึ่งให้บริการ หรือจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถนำเงินตราเข้าประเทศโดยผู้ซื้อเดินทางมาถึงที่ขาย ส่วนการท่องเที่ยวของคนภายในประเทศเองจัดเป็นการจำหน่ายสินค้าและบริการแก่คนในประเทศด้วยกันเองซึ่งมีผลในด้านมูลค่าเพิ่มของผลผลิตในประเทศนั่นเอง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภท เข้าด้วยกัน ทั้งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในทางตรงและทางอ้อม สำหรับธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในทางตรง ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม ที่พักอาศัยแบบต่างๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ หรือผู้ประกอบธุรกิจการจัดนำเที่ยวอื่นๆ ต่างก็พยายามจัดหาสินค้าและบริการ หรืออุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจ-ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการ หรืออุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand) เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญมากในฐานะของทรัพยากร ซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้กับการท่องเที่ยวเป็นตัวสินค้า ดังนั้น ทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงเป็นปัจจัยหลักในการชักจูงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว แต่งทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงาม ชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสูงตามไปด้วย (सानนท์ สุขศรี, 2532:2) ปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ขนบธรรมเนียมประเพณี โบราณสถานที่เก่าแก่ตลอดจนอุปนิสัยของคนไทย ที่ให้ความอบอุ่นเป็นมิตรไมตรี ยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว และสัมผัสกับกิจกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ดังนั้น บริการที่จัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงสถานที่ ที่สามารถให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้คุ้มค่ากับเวลา และค่าใช้จ่ายที่ได้จ่ายไป

อนึ่ง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า "ททท." ซึ่งเป็นองค์กรที่รับผิดชอบด้านนี้โดยตรง ก็ได้ส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เพราะการท่องเที่ยวนอกจากจะทำให้เกิดการผ่อนคลายความเครียดแล้ว ยังช่วยให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างมนุษยชาติ เกิดการเปรียบเทียบวัฒนธรรม ความเจริญก้าวหน้าของบ้านเมือง เกิดการปรับประยุกต์ความเจริญก้าวหน้าต่างๆ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนเกิดการหมุนเวียนในกระแสเศรษฐกิจและสังคม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539:31) รัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้พยายามส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) เป็นเครื่องมือทางนโยบายเศรษฐกิจและสังคมของรัฐ เป็น

บริการและสวัสดิการทางสังคมที่รัฐพึงส่งเสริมและจัดให้กับประชาชน เป็นสิทธิมนุษยชนที่รัฐควรสนับสนุน ตามแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประชากรขององค์กรสหประชาชาติ และเห็นว่าหากได้ดำเนินการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเหมาะสม จะเป็นรูปแบบหนึ่งของการรักษาที่ช่วยพัฒนาโลกทัศน์ ภูมิปัญญา เป็นการยกระดับความคิดจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อแผ่นดินเกิด สร้างความภาคภูมิใจ รักหวงแหนใน ทรัพยากรและสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติ (ระพี สาคริก อ้างใน เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ, 2538:2)

ราชบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ตอนกลางของภาคตะวันตก ภูมิประเทศทางตอนกลาง และตะวันออก
เฉียงใต้เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำกลอง ส่วนทางตะวันตกติดต่อกับประเทศเมียนมาร์ จะเป็นแดนภูเขาสูงของทิว
เขาตะนาวศรี จึงส่งผลทำให้สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีมีทั้งภูมิทัศน์ที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม และ
แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ
เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกันเป็นจำนวนมาก (ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย:215)

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ได้กำหนดให้จังหวัดราชบุรีเป็นเมืองหลัก ของภาคตะวันตกทั้ง 8 จังหวัด และคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้จังหวัดราชบุรี เป็นเมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 จนถึงวันนี้ สถานที่หลายแห่งได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทั้งนี้ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามน่าประทับใจด้วย และยิ่งกว่านั้นยังมีสิ่งที่น่าสนใจอีก กล่าวคือ ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ตลอดจนความมีน้ำใจของชาวเมืองราชบุรีที่ยิ้มแย้มแจ่มใสต้อนรับผู้ไปเยือนอยู่เสมอ และที่ราชบุรียังมีความงามที่เลื่องลือจนเป็นคำกล่าวติดปากของคนทั่วทั้งประเทศไทยอีกด้วยว่า "คนสวย โพธาราม คนงามบ้านโป่ง" (ของดีเมืองราชบุรี : 96)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลเบื้องต้น โดยการสังเกตการณ์และสอบถามเจ้าหน้าที่สถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวในจังหวัด พบว่ายังไม่มีเก็บข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ทำให้เกิด ปัญหาแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึงสถานที่ท่องเที่ยวแต่ไม่มีที่พักและไม่สามารถซื้อสินค้าได้ ซึ่งเป็นข้อ จำกัดในการมาเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามวงจรอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีทั้งความนิยมและความเสื่อม ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้สึกของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะจิตวิทยาที่แตกต่างกัน ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันกับแนว ความคิดของวงจรชีวิตของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในทฤษฎีการตลาดทั่วไป คือ ผลิตภัณฑ์เริ่มต้นจาก การนำเสนอ (Introduction) การเจริญเติบโต (Growth) การเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) และการเสื่อมโทรมลง (Decline) (ศิริ อามสุโพธิ์, 2543: 54-55) หากไม่มีการพัฒนาและปรับปรุงในแต่ละช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม จะมีผลให้จังหวัดราชบุรีที่เจริญเติบโตเต็มที่อยู่ในขั้นเสื่อมโทรมลงได้

จากแหล่งข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติ กรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีให้สามารถรองรับ และให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอและเหมาะสม

ยิ่งขึ้น

๓๑.๖๓๐

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี
4. เพื่อศึกษามูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

๓๑.๖๓๐

1. เป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในการวางแผน การวางนโยบาย ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อสามารถตอบสนองให้เป็นที่ไปตามความต้องการของบุคคลที่เกี่ยวข้องต่อไป
2. เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงการบริหารด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๓๑.๖๓๐

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าที่มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี โดยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้าไว้ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี เป็นการศึกษาถึงการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบริการ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ซึ่งไม่สามารถระบุได้ว่ามีจำนวนประชากรเท่าไรที่สนใจจะมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด, 2538:185-186)

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

เมื่อ n = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

p = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม

z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ 0.05)

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากร ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.05 ต้องการระดับความมั่นใจ 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5%

$$p = 0.50$$

$$z = \text{ณ ระดับความมั่นใจ 95\% ดังนั้น } z = 1.96$$

$$e = \text{ความคลาดเคลื่อนที่พอจะอนุโลมได้ 5\% ดังนั้น } e = 0.05$$

$$\text{ดังนั้น } n = (0.50) (1-0.5) (1.96)^2 / (0.05)^2$$

$$= 385$$

$$\text{และสำรวจไว้ 4 \%} \quad = 385 \times 4 \%$$

$$= 15$$

ฉะนั้น ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรวจไว้ 4 % รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแปรอิสระมาศึกษาดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.1 เพศ

1.1.1 เพศชาย

1.1.2 เพศหญิง

1.2 อายุ

1.2.1 ต่ำกว่า 15 ปี

1.2.2 15 – 24 ปี

1.2.3 25 – 34 ปี

1.2.4 35 – 44 ปี

1.2.5 45 – 54 ปี

1.2.6 55 – 64 ปี

1.2.7 65 ปีขึ้นไป หรือเท่ากับ

1.3. ระดับการศึกษา

- 1.3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
- 1.3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น
- 1.3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
- 1.3.4 อนุปริญญา / ปวส.
- 1.3.5 ปริญญาตรี
- 1.3.6 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4. อาชีพ

- 1.4.1 นักเรียน / นักศึกษา
- 1.4.2 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- 1.4.3 พนักงานเอกชน
- 1.4.4 ประกอบธุรกิจ / ค้าขายส่วนตัว
- 1.4.5 อาชีพอื่นๆ (โปรดระบุ) _____

1.5 รายได้ต่อเดือน

- 1.5.1 ต่ำกว่า 6,500 บาท
- 1.5.2 6,500 – 11,800 บาท
- 1.5.3 11,801 – 17,100 บาท
- 1.5.4 17,101 – 22,400 บาท
- 1.5.4 มากกว่า 22,400 บาท

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สินค้าประจำจังหวัด และการบริการการท่องเที่ยว

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การบอกปากต่อปาก วารสาร / นิตยสาร แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต งานมหกรรมท่องเที่ยว

4. ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวสวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน มีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกหลายรูปแบบ มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติหลายแห่ง ต้องการพาครอบครัวมาพักผ่อน เพื่อนชักชวนให้มาเที่ยว การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าประจำจังหวัด

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อการใดๆ ก็ตามที่มีใช่เป็นการหารายได้

นักท่องเที่ยวไทย หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยของตน ไปยังจังหวัดราชบุรีเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อการใดๆ ก็ตามที่มีใช่เป็นการหารายได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย หมายถึง ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ หมายถึง การได้รับข่าวสาร ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น การบอกปากต่อปาก วารสาร / นิตยสาร แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต งานมหกรรมท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลข่าวสาร หมายถึง สถานที่และสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับจังหวัดราชบุรี ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประชาสัมพันธ์จังหวัด หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ เอกสาร บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม เพื่อน เป็นต้น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว สินค้าประจำจังหวัด และการบริการการท่องเที่ยว

สินค้าประจำจังหวัด หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นในจังหวัดราชบุรี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี ได้แก่ ผ้าจก ผ้าทอบ้านไร่ ตุ๊กตาบ้านสิงห์ เครื่องจักสานเถาอู่น ขลุ่ยและของที่ระลึกที่ทำด้วยไม้โมกมัน ผลิตภัณฑ์นมสด ไข่โป้วหวาน และไข่โป้วเค็ม เครื่องปั้นดินเผา

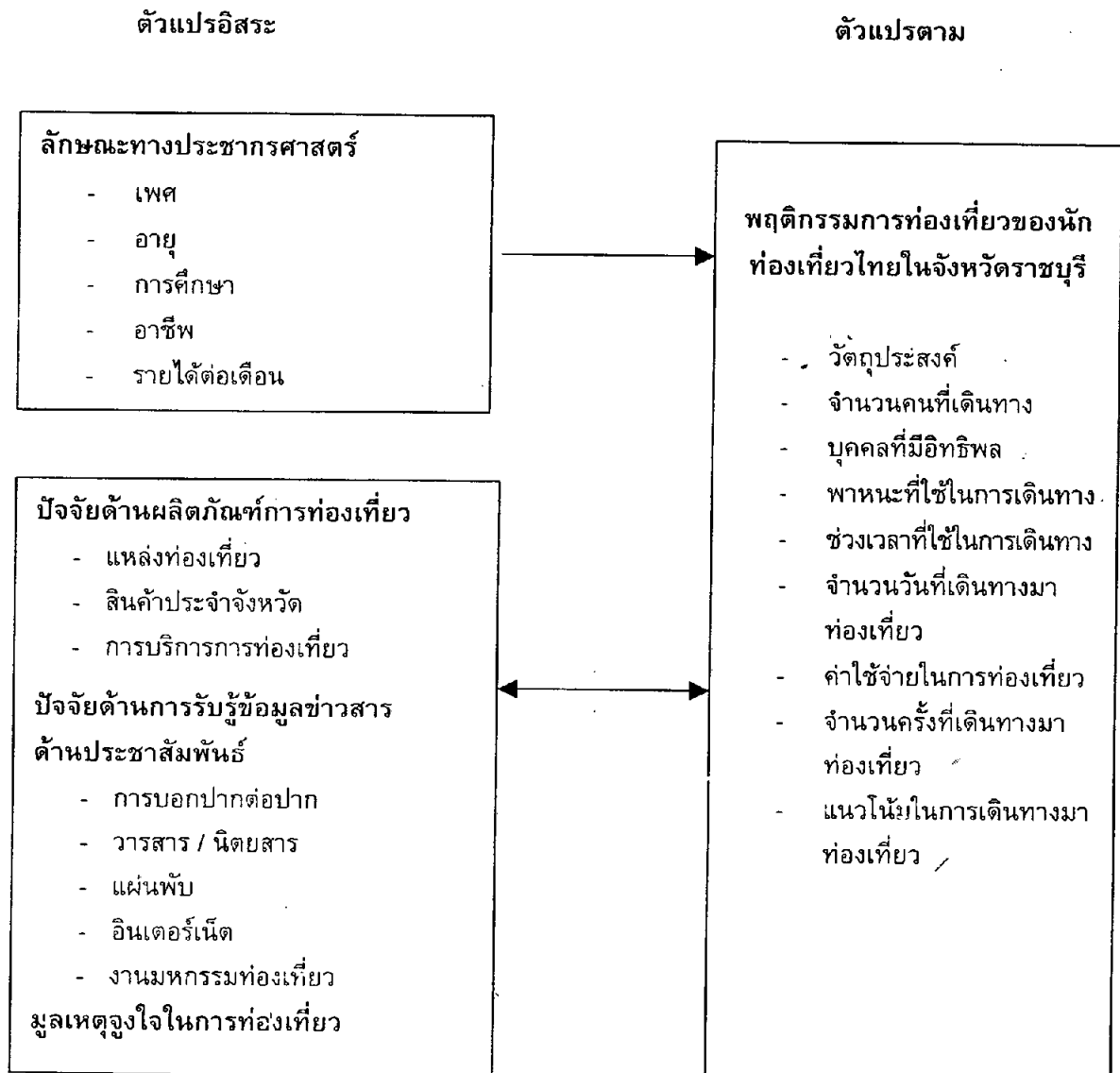
พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ถ้ำฤาษีเขางู ถ้ำเขาบิน ถ้ำวัดเขาช่องพราน ถ้ำจอมพล น้ำตกแก้งชัน น้ำตกบ่อหวี หรือน้ำตกตะนาวศรี บ่อน้ำพุร้อน และโป่งยุบ

มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง แรงผลักดันที่มากกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละบุคคล เช่น ต้องการพักผ่อน เพื่อลดความเครียดจากการทำงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิด

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทยที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี
3. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี
4. ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี” ได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
 - 1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
 - 1.4 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว
 - 1.5 ประเภทต่างๆ ของการท่องเที่ยว
- 2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
- 3 ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
- 5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 6 แนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร
- 7 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 8 การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี
- 9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นสินค้าหลักในปัจจุบันที่หารายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมหาศาล ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้น โดยทั่วไปเรียกว่า สินค้าบริการ นักท่องเที่ยวไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าได้ ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในบริการนั้นขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจในการซื้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของผู้ซื้อที่เลือกซื้อบริการของการท่องเที่ยวด้วย

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) และนักท่องเที่ยว (Tourist)

ประเทศไทยของเรา มีการใช้คำที่มีความหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาเป็นเวลาช้านานแล้ว โดยในระยะแรกๆ ใช้คำว่า “ไปเที่ยว” หมายถึง การเดินทางไปในที่ต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน คำว่า “ท่องเที่ยว” เริ่มมีใช้กันมากขึ้นในปี พ.ศ. 2479 และในปี พ.ศ. 2480 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณา ความหมายของคำว่า “ท่องเที่ยว” ว่ามีความหมาย เชิงเที่ยวเตร่ เผลวไหลได้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2492 เสด็จในกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ได้ประทานคำว่า “ทัศนอาจร” ขึ้นมาใช้ ทำให้ความหมายของคำว่า “ท่องเที่ยว” เริ่มมีความหมายกว้างมากขึ้น (กองพัฒนาสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม. 2541 : 2)

ในสมัยก่อนการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นยังไม่ชัดเจนมากนัก จนกระทั่งภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง การท่องเที่ยวเริ่มมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากมีผู้เดินทางเข้ามาในประเทศ

ไทยเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าในสมัยนั้นการคมนาคม ถนนหนทางจะยังไม่สะดวกก็ตาม บางครั้งไม่มีที่พักแรม ต้องไปขออาศัยบ้านของชาวบ้าน ศาลาวัด เป็นที่พักแรม แต่คนก็ยังเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ จะเห็นได้ว่า คนเดินทาง (Travel) หลายแบบหลายวิธี และด้วยเหตุผลต่างๆ กัน ดังนั้นเพื่อให้การเดินทางมีความหมายมากขึ้นและเป็นในลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว จึงได้กำหนดเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ม.ป.ป. : 3)

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ให้ความหมายคำว่า Tourism ไว้ดังนี้ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2540 : 3)

1. การท่องเที่ยว
2. การเดินทางเพื่อความสราญใจ
3. การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

ฉะนั้นในการเดินทางท่องเที่ยวนั้น ผู้เดินทางอาจจะมีเหตุผลในการเดินทางนั้นแตกต่างกันไป เช่นเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ เดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ เดินทางเพื่อการศึกษา เป็นต้น ซึ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวนั้นเป็นการผ่อนคลายความเครียดที่อาจเกิดขึ้นจากการงานหรือเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันพร้อมๆ กับการได้รับรู้ สัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากการดำเนินชีวิตอันเป็นปกติของเรา ทำให้เกิดความเพลิดเพลินเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยว จึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้ และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลก เข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2540 : 8)

สรุป การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหาความสนุกสนาน เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการศาสนา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติมิตร โดยที่ไม่มีรายได้เกิดขึ้นจากการเดินทางในครั้งนั้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

สุตาพร ชูติธรานนท์ (2542 : 39) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีหลายประการ ได้แก่

1. เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์
2. เดินทางเพื่อมาร่วมการประชุมสัมมนา
3. เดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้
4. เดินทางเพื่อการศึกษา
5. เดินทางเพื่อการติดต่อธุรกิจ
6. เดินทางเพื่อการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง
7. เดินทางเพื่อการประกอบศาสนกิจ
8. เดินทางเพื่อทัศนศึกษา
9. เดินทางเพื่อสุขภาพ หรือพักผ่อน

1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

สรณี แสงมิตร (2523: 6) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นช่องทางยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้น ใช้แต่ในด้านการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเท่านั้น ยังทำให้บทบาทของเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยของการมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย และทำให้อาชีพใหม่ๆ เกิดขึ้นซึ่งการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออก เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อจะต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ และช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน ความคลายเครียด พร้อมๆ กับการได้รับความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไป (หน่วยศึกษานิเทศก์. 2533 : 20)

ม.ล.ดุษฎี ชุมสาย (67-69) ยังได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอุปกรณ์ทางการศึกษาและเป็นการส่งเสริมสุขภาพจิต อีกด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (3-4) ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประเด็น คือ

1.3.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1.3.1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวสามารถหารายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศ จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศเกิดดุลอีกด้วย

1.3.1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 3 เท่าตัว

1.3.1.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาคนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างกว้างขวางเป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

1.3.1.4 การท่องเที่ยว มีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าที่ระลึกตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้นๆ

1.3.1.5 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลา สิ้นสุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

1.3.1.6 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิต เป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดว่าเป็นแหล่งจ้างงานที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากเกี่ยวข้องกับสัมพันธกัณฑ์หลายๆ อาชีพ เป็นต้นว่า อาชีพเกี่ยวกับการขนส่ง อาชีพให้บริการด้านที่พัก อาชีพจัดบริการสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยว อาชีพผลิตของที่ระลึก และ อาชีพเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยว เป็นต้น เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

1.3.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

1.3.2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

1.3.2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้เยือนท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำจึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

1.3.2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

1.3.2.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการหลังไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

1.3.2.5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปแบบของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือนเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

1.3.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

1.3.3.1 การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคง ปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

1.3.3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะ รู้จัก ทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก กันเคย รู้ปัญหา พึ่งพาอาศัยกันเป็นการสร้างความรักความสามัคคี สมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธไมตรีและความสงบสันติสุขในโลก การท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อประเทศในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นต่อบุคคล เศรษฐกิจ การเมือง และประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเทศพัฒนาก้าวหน้าต่อไป

1.4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกัน ในหลายๆ ประการ ดังที่ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2531 : 88-90) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1.4.1 เงิน หรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

1.4.2 เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

1.4.3 ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวอาจ

ถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

การที่ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ ได้กล่าวว่าความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีสิ่งต่างๆ เป็นตัวกระตุ้นซึ่งมีหลายประการด้วยกัน จากการศึกษาของแมคคินทอช และเกลด์เนอร์ พบว่าตัวกระตุ้น (Motivator) ให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นมี 4 ประการคือ

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

2. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของดุริยางคศิลป์ นาฏศิลป์ เป็นต้น

3. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อไปพบปะกับคนแปลกหน้าใหม่ๆ หรือคนที่มีความคิดใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำที่จำเจ เป็นต้น

4. ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะ และชื่อเสียง (Status and Prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของตนให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศ และชื่อเสียง เป็นการเดินทางประกอบธุรกิจไปในต่างประเทศ การไปประชุม การศึกษา ฯลฯ เพื่อให้เป็นคนที่มีเกียรติยศและความสำเร็จในการงานของตน (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2531 : 88-90)

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

1. ความเคร่งเครียดในการทำงาน จากการที่เคร่งเครียดในการทำงานตลอดเวลาจะต้องใช้กำลังกายหรือกำลังความคิดอย่างมาก ด้วยเหตุนี้เองร่างกายจึงจำเป็นต้องการพักผ่อน เพื่อให้การทำงานในช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพ การหยุดงานในวันสุดสัปดาห์ การปิดภาคเรียนหรือการหยุดพักผ่อนของข้าราชการ และคนงานทั่วไปจึงเป็นเรื่องสำคัญ การใช้เวลาว่างในช่วงระยะเวลาดังกล่าว กิจกรรมการพักผ่อนของประชากรเหล่านี้สำคัญอย่างหนึ่งคือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะใกล้หรือไกล ขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล

2. รายได้ของประชากรดีขึ้น จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และสภาพของสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้คนมีความริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานและประดิษฐ์คิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ขึ้นมาซึ่งจะทำให้ประชากรมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีเวลาว่างเหลือพอที่จะนำมาใช้เพื่อการพักผ่อน การที่ฐานะทางด้านเศรษฐกิจของประชากรดีขึ้น จะส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนและหาความรู้ให้แก่ตนเอง

3. ความสะดวกทางด้านการคมนาคม การคมนาคมนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ส่งเสริมทำให้เกิดกิจการท่องเที่ยวปรากฏขึ้น ในสภาพปัจจุบันการไปมาติดต่อระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวกระทำได้สะดวกและรวดเร็ว มีการตัดถนน หรือเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

เที่ยวต่าง ๆ ใช้เวลาและค่าใช้จ่ายไม่มากนัก จึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ประชากรอยากไปใช้บริการ และคนส่วนมากมีโอกาที่จะกระทำได้

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

5. จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จากการที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้สภาพชุมชนในเมืองเกิดสภาพความแออัด สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปเกิดมลภาวะ สถานที่ท่องเที่ยวภายในเมืองมีจำกัด และสถานที่ท่องเที่ยวตามชนบทได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างมากมาย เพื่อสนองต่อความจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความต้องการสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเมืองจะหาโอกาสเดินทางท่องเที่ยวไปในท้องที่ชนบทและจะมีประชากรในชนบทบางส่วนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมือง ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมมากมาย เป็นที่ดึงดูดใจของชาวชนบท ดังนั้นจึงพอจะชี้ให้เห็นได้ว่าการที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างถิ่น หรือต่างแดนจึงเพิ่มมากขึ้นด้วย

1.5 ประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว

วรรณ วรธานี (2539 : 17-18) ได้แบ่งประเภทการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ จะต้องมียุทธศาสตร์หลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย การโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจ โดยเฉพาะของสถานที่นั้นเช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านขบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศ และอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ การท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่ มักจะมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่นๆ หลายอย่างกว่าประเทศที่มีขนาดเล็ก แต่บางครั้งการเดินทางไกลๆ ก็อาจจะเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

นอกจากนี้ การท่องเที่ยว ยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การไปท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดอาจจะเป็นการไปตากอากาศ ชมสภาพบ้านเมือง หรือไปดูชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท รวมถึงการไปเยี่ยมเยือนเพื่อนฝูง เป็นต้น จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว อาจแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยว ออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสุขสันทนาการและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสุขสันทนาการเพลิดเพลิน เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจจะรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ ทั้งในแง่ มานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลป หรือการแสดงต่างๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวประเภทนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรกเป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย การท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อดูนก ตกปลา หรือส่องสัตว์ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ซึ่งผู้ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จำเป็นจึงดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรม และระบบการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษาดูงาน หรือวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลาหนึ่งเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่รายได้ให้แก่ประเทศอีกอย่างหนึ่ง

2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นผลดีแก่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง คือ

2.1 นักท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ลักษณะของนักท่องเที่ยว การกระจายของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2.2 สินค้าท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือเป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้า และบริการ หลายประเภททั้งที่เป็นรูปธรรม และนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อสังหาริมทรัพย์ และสาธารณูปโภค สินค้าเหล่านี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวจะต้องเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวซื้อ (ไปเที่ยว) และเกิดความประทับใจ (Attraction) เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่างๆ หลายอย่าง เช่น คุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้นๆ ทิวทัศน์ หรือทัศนียภาพ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เป็นต้น

2.3 การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ เช่น รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งภายใน

ในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก รูปแบบ หรือปัญหาการจราจร เป็นต้น

2.4 ข้อมูลข่าวสารและการบริการ ข้อมูลข่าวสารเป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่ เอกสารแนะนำ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวการส่งเสริม และให้ความรู้ใหม่ๆ การอบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การจัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

2.5 ความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่ได้เดินทางเข้าสู่ประเทศ โดยให้ความสะดวกในเรื่องต่างๆ ดังนี้

2.5.1 ระเบียบพิธีการเข้าออกเมือง เช่น การทำวีซ่า และศุลกากร

2.5.2 การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร

2.5.3 บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานีขนส่งกับที่พัก

2.5.4 การอำนวยความสะดวก แก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่ง และท่าอากาศยาน

2.6 องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

2.6.1 การไฟฟ้า มีเพียงพอและใช้การได้ดีไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ รวมทั้งความปลอดภัย

2.6.2 การประปา สะอาดถูกหลักอนามัย และมีปริมาณเพียงพอแก่การบริการ

2.6.3 การสื่อสาร โทรเลข โทรศัพท์ โทรสาร สะดวก รวดเร็ว และมีปริมาณของหน่วยบริการเพียงพอ

2.6.4 ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล

2.6.5 สถานพยาบาล และโรงพยาบาล ที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และคำรักษาพยาบาลอยู่ในอัตราที่ยุติธรรม

2.7 การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว เช่น การเงินการธนาคารระเบียบต่างๆ สถานที่ศึกษา แหล่งค้นคว้าด้านต่างๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีจิตต่อกัน (วรรณ วทัญญู, 2539 : 19-23) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกอื่นๆ ได้แก่

2.7.1 สภาวะเศรษฐกิจ และการเมืองของโลก ซึ่งมีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคง เป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในช่วงระยะสั้น ในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ และสภาพความมั่นคงทางการเมืองจะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2.7.2 ความนิยมในการท่องเที่ยว การที่ครอบครัวมีรายได้สูงขึ้นครอบครัวมีขนาดเล็กในขณะที่รายจ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับปรุงรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จอย่างประหยัดทำให้ผู้รักการท่องเที่ยวสามารถจัดรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ความนิยมในการ

ใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง トラบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

2.7.3 การขยายเส้นทางคมนาคม โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีการยืดหยุ่นสูงกว่าตารางการเดินทางรถไฟที่ค่อนข้างจำกัด ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

2.7.4 การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเมือง ระบบการคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพ และรวดเร็วทำให้โลกดูเหมือนจะเล็กลง รัฐบาลของทุกประเทศ ต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาด และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการใจการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป. : 10-11)

3. ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว

เนื่องจากพื้นโลกมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่แตกต่างกันจึงก่อให้เกิดลักษณะของภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันประกอบกันโดยทั่วไปมนุษย์ต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังบริเวณต่างๆ ที่มีสภาพแวดล้อมที่แปลก และแตกต่างไปจากถิ่นเดิมของตน ดังนั้นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้ (วรรณ วรชวันช. 2539 : 29-32)

3.1 ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์

3.1.1 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศที่ปรากฏอยู่ตามส่วนต่างๆ ของโลกจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การกระทำของตัวการทางธรรมชาติดังกล่าวที่มีต่อลักษณะภูมิประเทศแบบต่างๆ จึงทำให้เกิดภูมิทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงาม หรือแปลกประหลาด เป็นประโยชน์ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอันมาก สำหรับประเทศไทยลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่จะเกิดการกระทำของตัวการทางธรรมชาติสองประการคือการกระทำที่เกิดจากการไหลของน้ำและการกระทำของกระแสลมและคลื่น ซึ่งจะก่อให้เกิดทิวทัศน์ที่แปลกประหลาดและสวยงาม เช่น โตรกเขา น้ำตก และถ้ำ เป็นต้น

การที่แต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันทางด้านภูมิประเทศ หรือภูมิทัศน์ที่สวยงามนั้นเป็นสิ่งที่มียุทธูปผลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ฉะนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับลักษณะภูมิประเทศของเขตการท่องเที่ยวแต่ละเขต เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดการบริการ การท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ทั้งในด้านการเดินทางระยะเวลา และการบริการต่างๆ ให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

3.1.2 ลักษณะภูมิอากาศ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ที่อยู่ห่างไกลออกไป ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางภายในประเทศ หรือต่างประเทศ นักท่องเที่ยวจะต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ

ของบริเวณที่ดินจะไปล่วงหน้าก่อนที่จะออกเดินทางข้อมูลต่างๆ ได้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนสามารถเลือกเวลาที่จะเข้าไปท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

สภาพภูมิอากาศมีอิทธิพลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกชนิด กล่าวได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวแตกต่างกันตามฤดูกาล และข้อมูลเกี่ยวกับภูมิอากาศจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวทำให้บรรลุผลตามที่ต้องการ

3.2 ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเป็นมรดกตกทอดกันมาจนปัจจุบัน รวมถึงความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม อุปนิสัยใจคอ ตลอดจนรูปแบบของการดำรงชีวิตในสังคม ซึ่งแต่ละท้องถิ่นจะมีลักษณะทางวัฒนธรรมแตกต่างกันไป ความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นปัจจัยทางวัฒนธรรม อาจจะแบ่งออกได้กว้างๆ 4 ประการ คือ

3.2.1 ปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์

บริเวณที่เป็นแหล่งอารยธรรมมาตั้งแต่สมัยโบราณ มักจะมีหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์ และโบราณคดีปรากฏให้เห็นอยู่ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน พระราชวัง และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เหล่านี้เป็นสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นและแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีตและยังดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน เหล่านี้จะเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้และความเพลิดเพลิน

3.2.2 ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรม

เป็นการแสดงถึงรูปแบบการดำรงชีวิตของประชาชนในแต่ละสังคม ซึ่งจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป เป็นสิ่งที่ยึดถือสืบทอดต่อกันมา ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่างกันนี้จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะประเพณีวัฒนธรรมเฉพาะอย่าง เช่น ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง ประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้อาจจะเป็นเรื่องธรรมดา หรือความเคยชินของคนในท้องถิ่น แต่จะเป็นสิ่งที่แปลกประหลาดและน่าสนใจของคนอีกท้องถิ่นหนึ่งก็ได้และเป็นสิ่งที่เข้าของท้องถิ่นนั้นจะต้องรักษาไว้ด้วยความรักและความภาคภูมิใจ

3.2.3 การประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น

ลักษณะการประกอบอาชีพของประชาชน มีส่วนสนับสนุน และส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการประกอบอาชีพที่นักท่องเที่ยวไม่เคยเห็นมาก่อน หรือการผลิตสินค้าที่แตกต่างไปจากบริเวณอื่น หรือเป็นการประกอบอาชีพที่มีขึ้นเฉพาะบริเวณใดบริเวณหนึ่งเท่านั้น เช่น การผลิตร่มของจังหวัดเชียงใหม่ หรือการผลิตมีดอรัญญิกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าไปชมการผลิต และการประกอบอาชีพเหล่านั้น

3.2.4 การคมนาคมขนส่ง

สถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีคนเข้าไปท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความสะดวกรวดเร็วของการคมนาคมขนส่ง ที่จะนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ซึ่งการเดินทาง

ทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ อาจใช้ยานพาหนะหลายชนิด เช่น เครื่องบิน รถยนต์ เรือ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจำเป็นต้องมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคม เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว สถานที่ใดที่มีการเดินทางท่องเที่ยวที่สะดวก และอยู่ไม่ไกลมากนัก จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมากขึ้นตามมา

4. ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยต่อไปนี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำให้พฤติกรรมการเดินทาง ตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ (Morrison, 1989:63) คือ

4.1 ปัจจัยภายใน (Personal Factors/Internet Variables) ได้แก่

- 4.1.1 ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation)
- 4.1.2 การรับรู้ (Perception)
- 4.1.3 การเรียนรู้ (Learning)
- 4.1.4 บุคลิกภาพ (Personality)
- 4.1.5 รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)
- 4.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self Concept)
- 4.1.7 ทศนคติ (Attitude)

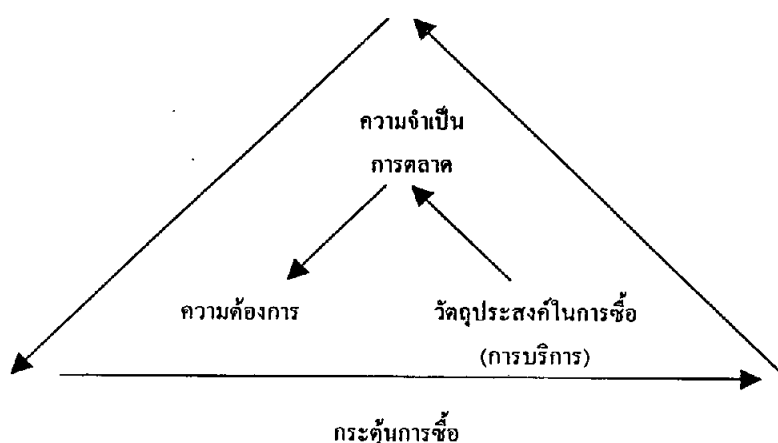
4.2 ปัจจัยภายนอก (Interpersonal Factors / External Variables) ได้แก่

- 4.2.1 วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย (Culture and Subcultures)
- 4.2.2 ชั้นของสังคม (Social Classes)
- 4.2.3 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups)
- 4.2.4 ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)
- 4.2.5 ครอบครัว (The Family)

4.1 ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่

4.1.1 ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (Needs, Wants and Motivation)

Alastair M. Morrison ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความจำเป็น ความต้องการ การจูงใจ และวัตถุประสงค์ในการซื้อ ดังนี้



ภาพประกอบ 2

ความสัมพันธ์ระหว่าง ความจำเป็น ความต้องการ การจูงใจ และวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ความจำเป็น (Needs) ของลูกค้าเป็นรากฐานของงานการตลาดซึ่งต้องสร้างความพอใจให้ได้เพื่อความสำเร็จอันยาวนานของธุรกิจ ความต้องการจำเป็นเกิดจากสภาพทางร่างกายและจิตใจของลูกค้าแต่ละคนเกิดจากช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้ามีอยู่แล้วและอยากจะมี และมักจะไม่รู้ว่าตัวเองมีความจำเป็นอะไรบ้าง หน้าที่สำคัญของงานการตลาดคือต้องทำให้ลูกค้ารู้จักความจำเป็นอันนี้ และเกิดความต้องการพร้อมทั้งเหตุผลต่างๆ ที่สามารถไปกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการตามวัตถุประสงค์ของตนและจะตอบสนอง สร้างความพึงพอใจให้แก่ความจำเป็นนั้นๆ ได้

วิธีทำให้ลูกค้าทราบถึงความต้องการจำเป็นของตนเองคือการให้จูงใจ (Motivation) แรงจูงใจ (Motives) จะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้ลูกค้าแสวงหาเพื่อสร้างความพอใจให้แก่ตัวเอง นักการตลาดจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจด้วยวิธีต่างๆ เช่น การโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าสามารถหาสิ่งตอบสนองความจำเป็นทางร่างกายและจิตใจของตนได้

การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การกระตุ้นให้กระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ (HOLLOWAY, 1988:97) นับว่าเป็นปัจจัยภายในตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ต้องได้รับการกระตุ้น

แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย และแรงกระตุ้น (Drive) เป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรงเพื่อจะเกิดการตอบสนองที่พอใจ

ความต้องการต่างๆ ของบุคคลเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมต่างกัน สำหรับนักการตลาด ลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs) จากทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslows Theory of Motivation) เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันออกมา

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มีข้อสมมติฐาน ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่สิ้นสุด ถ้าความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ โดยไม่มีที่สิ้นสุด ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย
2. ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะถูกเรียกร้องให้ตอบสนองทันที
3. มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือมากกว่าก่อน และจะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับต่อไป

ลำดับชั้นความต้องการทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ มี 5 ชั้น ดังนี้

- 1) ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs) ได้แก่ ความต้องการในสิ่งที่จำเป็นต่อร่างกาย และการดำรงชีวิต เช่น น้ำดื่ม อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ฯลฯ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้
- 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ได้แก่ ความปลอดภัยต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อาชญากรรม อันตรายต่างๆ จากการบริโภค และการเดินทางท่องเที่ยว ความมั่นคงในการทำงาน และปรารถนาจะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบและสามารถคาดหมายได้ แต่ละบุคคลรู้ถึงข้อจำกัด หรือขอบเขตของพฤติกรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคม
- 3) ความต้องการได้รับการยอมรับในสังคม (Belonging / Social Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม การให้และได้รับความรัก ความเป็นมิตร ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน หมู่คณะและสังคม ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ และให้บุคคลอื่นยอมรับในความสำคัญของตน
- 4) ความต้องการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) ได้แก่ ความต้องการมีชื่อเสียง มีความรู้ความสามารถ ความสำเร็จ มีศักดิ์ศรี มีฐานะดี มีความเป็นอิสระและเสรีภาพ อยู่ในความหรูหรา เป็นที่รู้จักและได้รับความยกย่อง ยอมรับนับถือจากบุคคลทั้งหลายในสังคม
- 5) ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จตามความนึกคิดหรือสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุดเอาไว้ โดยใช้ความสามารถทุกอย่าง อย่างที่มีอยู่ เช่น การเป็นผู้บริหารในระดับสูงสุด เป็นผู้นำของประเทศ ซึ่งเป็นความต้องการพิเศษขั้นสูงสุด นึกอยากได้หรือนึกอยากเป็น แต่ในความเป็นจริงไม่อาจเสาะแสวงหาได้ ทั้งนี้ แต่ละคนย่อมมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันไป

นอกจากความต้องการ 5 ชั้นที่กล่าวมาแล้ว มาสโลว์ยังได้เพิ่มความต้องการ ซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะจิตใจมากอีก 2 ชั้น คือ

1. ความต้องการที่จะได้ทราบและได้เกิดความเข้าใจ ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหาคำตอบ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น

2. ความต้องการความสวยงาม ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมแสวงหา สร้างสรรค์ และธำรงรักษาสิ่งสวยงาม ซึ่งชมสิ่งสวยงามทั้งที่เป็นธรรมชาติ และศิลปะตามรสนิยมของตน

สำหรับการเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับมีปัจจัยต่างๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้ และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูด และรบเร้าให้คนอยากเดินทางมากขึ้น

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ที่สำคัญๆ และกระตุ้นให้คนเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น ได้แก่

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา (Physical and Psychological Motives) ได้แก่ ความต้องการการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ และความยุ่งยากต่างๆ ไปหาภูมิสงบเพื่อรักษาสุขภาพ อาบน้ำแร่ รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์ เล่นกีฬา วาดน้ำ เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา การเที่ยวชมธรรมชาติ การซื้อของ การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และได้พักผ่อนจิตใจของตนเองด้วย เช่น การไปทัวร์ "สมาธิ" (Meditation Tour)

2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Cultural / Personal Education Motives) เป็นแรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้จักผู้คน สถานที่ และประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน สนใจอยากรู้เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน เทศกาล สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และเพื่อศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่นๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco-Tourism) อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

3. แรงจูงใจทางด้านสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social / interpersonal / Ethnic Motives) ได้แก่ การไปพบปะ เยี่ยมญาติหรือเพื่อน เยี่ยมสถานที่เกิด ไปเป็นเพื่อนผู้อื่น การได้พบหรือรู้จักมิตรใหม่ ซึ่งอาจจะต่างเชื้อชาติ ศาสนากับตน เป็นการแสวงหามิตรภาพ ประสบการณ์ และ สิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว จากการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยปี 2533 พบว่านักท่องเที่ยวชื่นชอบบรรยากาศไมตรีของคนไทยมากที่สุด และตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุปี 2537 ประทับใจลักษณะอุปนิสัยของไทยมากที่สุดว่าคนไทยมีความเป็นมิตร น่ารัก มีมารยาทและความเอื้ออาทร จึงนับว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลถึงแม้ว่าจะต่างเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ก็เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทาง เพื่อไปทำความรู้จักได้

4. แรงจูงใจทางด้านการงานและธุรกิจ (Business / Work Related Motives) ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนการติดตามผล การเข้าร่วมประชุม สัมมนา การเดินทางโดยมีภาระงานเกี่ยวข้องเป็นบางส่วนด้วย หรือก็ทำงานก็เที่ยว เช่น เป็นผู้สื่อข่าวงานกีฬาเอเชียนเกมส์ การติดต่อธุรกิจนอกจากจะใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยแล้ว การได้พบปะพูดคุยด้วยตนเองในสถานที่ของคู่เจรจาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งย่อมขยายผลความสำเร็จของธุรกิจออกไป กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนและหลังประชุม เป็นกิจกรรมที่ขาดไม่ได้ในการประชุมนานาชาติของโลก

5. แรงจูงใจด้านการบันเทิง และสิ่งเพลิดเพลิน (Entertainment / Amusement / Pleasure / Pastime Motives) ได้แก่ การไปเที่ยวชมสวนสนุก สถานที่บันเทิงต่างๆ การได้ดูกีฬาแข่งรถ การได้ไปเที่ยวซื้อของยามว่าง การแสวงหาสิ่งเพลิดเพลินของแต่ละบุคคลมีลักษณะหลากหลาย การได้ดูธรรมชาติ ชีวิตสัตว์

ยังเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมาก การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ได้ดี จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวทุกตลาดหลักยังคงมาเที่ยวต่อไป และถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวยั่งยืน

6. แรงจูงใจด้านศาสนา (Religious Motives) ได้แก่ การมีโอกาสร่วมแสวงบุญ ศึกษาธรรมะ ฝึกสมาธิ เข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาที่ตนเคารพนับถือ การได้ไปสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ การทำบุญทำทาน บริจาค ช่วยให้เกิดความสุขทางใจแก่นักท่องเที่ยว และถือว่าได้พักผ่อนทางจิตใจด้วย

7. แรงจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Prestige and Motives) การเดินทางในบางครั้งอาจสร้างชื่อเสียง ยกฐานะ และเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ หรือศึกษาต่อในต่างประเทศ ฯลฯ การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่าง เหล่านี้จะทำให้เป็นคนมีเกียรติ และมีสังคมดีขึ้น

การเดินทางท่องเที่ยวอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจในอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป เช่น การไปศึกษาหาความรู้ และมีโอกาสได้รักษาสุขภาพในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่มีแรงจูงใจใดเป็นแรงกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุด

4.1.2 การรับรู้ (Perception)

กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อยู่อาศัยขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสพการณ์ อารมณ์ ฯลฯ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากกระทบกับประสาทสัมผัสทั้งห้าคือ การได้กลิ่น การได้ยิน การได้เห็น การได้รู้สึก และการได้รสชาติ ฉะนั้นการโฆษณาในธุรกิจท่องเที่ยวโรงแรม จึงต้องพยายามสร้างให้เกิดความรับรู้ทางด้านอารมณ์ และความน่าเชื่อถือ เช่น ภาพโฆษณาความสะอาดสบายในการนั่งเครื่องบินชั้นหนึ่ง

กระบวนการรับรู้ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure) ในแต่ละวันลูกค้าจะเปิดรับข้อมูลจากการโฆษณาเข้ามาสู่ตัวเอง ตั้งแต่เข้าจนคำไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หรืออื่นๆ แต่จะมีโฆษณาใดบ้างที่ลูกค้าเปิดรับข้อมูลอย่างเลือกสรร นักการตลาดต้องใช้ความสามารถทั้งหมดเพื่อให้สินค้าและบริการของตนอยู่ในรายการเลือกสรรนั้น

2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Attention) หมายถึง ผู้บริโภคตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งเมื่อเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลและให้ความสนใจมาแล้ว

3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehensive) คือความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมาให้ตรงกับความหมายของโลก แต่บางครั้งลูกค้าอาจแย้งข้อมูล มีความลำเอียงในการรับรู้ (Perceptual Biases) อันเนื่องมาจากความเชื่อถือ ทัศนคติ และประสพการณ์ ซึ่งเป็นความต้องการภายในของตน

4. การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร ((Selective Retention) จะเกิดความทรงจำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อในโอกาสต่อไป นักการตลาดควร

ใช้โอกาสในช่วงนี้เสริมข้อมูลเข้าไปอีกเพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลเต็มที่สูงสุดจนปิดรับข้อมูล (Closure) จากคู่แข่งรายอื่น เช่น บัตรเครดิต American Express ใช้คำพูดว่า "Don't leave home without it" สายการบิน United Airlines ใช้คำพูดเน้นชื่อบริษัทว่า "Fly the Friendly Sky of United" ซึ่งนับเป็นสิ่งกระตุ้นหนึ่งนอกเหนือจากสีสรร และรูปแบบของการโฆษณา

4.1.3. การเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ / หรือ ความเข้าใจอันเป็นผลจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านเข้ามาในความรูสึกนึกคิดและเกิดการตอบสนอง (Response) ตามทฤษฎีสิ่งกระตุ้น - ตอบสนอง กลยุทธ์การโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกจึงได้นำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย

4.1.4 บุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพเป็นลักษณะเด่นของแต่ละบุคคลเกิดจากความรูสึกนึกคิด ความรับผิดชอบ ความต้องการภายใน การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ของบุคคล และ แสดงออกมาเป็นบุคลิกภาพเฉพาะตนตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเอง ทฤษฎีของฟรอยด์ (Freud Theory) หรือทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) เป็นทฤษฎีวิเคราะห์บุคลิกภาพโดยตรง ซึ่งเน้นเรื่องความจำเป็น แรงจูงใจและสิ่งกระตุ้นอันเป็นจิตไร้สำนึกจะเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล

ลักษณะที่แตกต่างกันของบุคลิกภาพ มีดังนี้

1. Id เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นอย่างหยาบ และความรู้สึกที่ถูกกระตุ้นทำให้บุคคลพยายามตอบสนองความพึงพอใจของเขา เช่น ความต้องการทางเพศ การโฆษณาต่างๆ หยาบๆ ก็สามารถกระตุ้น Id ได้

2. Ego เป็นบุคลิกภาพที่เกิดจากการควบคุมจิตได้สำนึกของบุคคลจะควบคุมความต้องการภายในที่เกิดจาก Id ได้ โดยบุคลิกภาพจะมีลักษณะสอดคล้องกับค่านิยมในสังคม และวัฒนธรรม

3. Super Ego เป็นบุคลิกภาพที่สะท้อนถึงจริยธรรมและศีลธรรมของสังคม มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับการเป็นพลเมืองดี การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดจึงควรชี้ลักษณะบุคลิกภาพที่เหมาะสมนี้เพื่อให้สอดคล้องกับจริยธรรมและคุณธรรมที่ดีของสังคม

นักทอ่งเทียวมียุคบุคลิกภาพแตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และสังคม ดังนั้นการเรียนรู้และเข้าใจบุคลิกภาพของนักทอ่งเทียวมยถึง ความเข้าใจพฤติกรรมของนักทอ่งเทียวมด้วย โดยเฉพาะพฤติกรรมการเดินทางและการบริโภค เช่น นักทอ่งเทียวมชาวอเมริกันชอบความสะดวกสบายทันสมัย และถูกรอกรอบ (มีการประกันทุกอย่าง) นักทอ่งเทียวมชาวญี่ปุ่นรักความสะอาด และความเป็นระเบียบ มีวินัยในการทอ่งเทียวม

4.1.5 รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกบริโภค หรือ เลือกซื้อสินค้าและบริการ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล เช่น คนสมถะจะบริโภคสินค้าจำเป็น อ่านหนังสือ แต่คนชอบเที่ยวกลางคืนจะชอบการพักผ่อนหย่อนใจ เที่ยวเตร่ รับประทานอาหารนอกบ้าน ดูภาพยนตร์ รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับความสนใจ ทักษะ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคล ซึ่งนักการตลาดเชื่อว่าจะสามารถชักจูงพฤติกรรมการซื้อได้ โดยเป็นปัจจัยหนึ่งในการแบ่งส่วนตลาด รูปแบบการดำรงชีวิตจะควบคู่กันไปกับค่านิยม (Values) ของสังคม ตัวอย่างเช่น กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ จะนิยมเดินทางโดยเครื่องบิน พักในโรงแรม เช่ายานพาหนะ และเมื่ออยู่ระหว่างติดต่อธุรกิจก็จะใช้บริการของ travel agent คนกลุ่มนี้จะเป็นตลาดเป้าหมายที่ดีที่สุดของสายการบิน โรงแรม และ travel agent และเป็นกลุ่มสำคัญที่กำหนดรูปแบบและสื่อโฆษณา เช่น โฆษณาในวารสารธุรกิจ ส่วนผู้ที่มีรูปแบบการดำรงชีวิตแบบอยู่กับบ้านไม่โลดโผนจะชอบดูโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่

4.1.6 แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self – concept)

แนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง หมายถึง ความคิดหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้นภายในของบุคคลพร้อมๆ กับการรับรู้ (Perception) ประกอบด้วย

4.1.6.1 แนวคิดของตนเองที่แท้จริง (Real self) มีความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่ามีนิสัยความชอบอย่างไรเช่น ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพราะคิดว่าได้พักผ่อน ได้รับความรู้ คลายเครียด

4.1.6.2 แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal self concept) เป็นความนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้เป็นเช่นนั้น หรือมีผู้เข้าใจว่าตนเองเป็นเช่นนั้น และแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแนวคิดของตนเองในอุดมคติ เช่น การไปท่องเที่ยวต่างประเทศทุกปีเพราะคิดว่าเป็นที่ยอมรับของสังคม

4.1.6.3 แนวคิดของตนเองที่คิดว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริง (Reference – group self concept) เป็นภาพที่บุคคลคิดเห็นว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร เช่น คิดว่าคนอื่นมองตนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อน

4.1.6.4 แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self – image concept) เป็นภาพที่บุคคลต้องการให้คนอื่นคิดถึงเขาในแง่ใดแง่หนึ่ง เช่น ต้องการให้คนอื่นมองว่าการเดินทางท่องเที่ยวทำให้บุคคลเป็นที่ยอมรับในสังคม

จากแนวความคิดต่างๆ เหล่านี้ เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยว และต้องการสร้างความประทับใจให้แก่บุคคลใกล้ชิดด้วย เช่น การเดินทางด้วยเรือสำราญที่หรูหรากว่า หรือการเดินทางโดยขบวนรถไฟ Orient Express ทำให้เพื่อนนักธุรกิจนิยมชมชอบได้

5. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

ประเด็นสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นก็คือ กระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน (Precede) หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภค ในขณะที่ขณะหนึ่งซึ่งผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น จะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติ รวมทั้งค่านิยม ในปัจจุบันนี้กิจกรรมที่เห็นได้ชัดนั้น ถือได้ว่าเป็นเพียงส่วนหน้าของกระบวนการตัดสินใจ ดังนั้นเพื่อให้มีระบบการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องรวมถึงกิจกรรมที่ยากแก่การสังเกตแต่ถือได้ว่าเป็นส่วนควบคู่กันไปด้วย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีอยู่ภายในตัวผู้บริโภคและมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ หมายรวมถึงกิจกรรมในการซื้อ (Buying activities) ด้วยว่าทำที่ไหน บ่อยครั้งเพียงใดและภายใต้สถานการณ์อย่างไร ผู้บริโภคจึงจะซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมผู้ซื้อ หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้าและบริการด้วยเงินรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีการกระทำหรือพฤติกรรมของผู้ซื้อ ทั้งนี้หมายรวมถึงผู้ซื้อที่เป็นอุตสาหกรรม (Industrial buyer) หรือที่เป็นการซื้อของบริษัทในอุตสาหกรรมหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ คือผลิตเป็นสินค้าแล้วนำไปขายต่อยังผู้บริโภค หรือพฤติกรรมผู้บริโภคจึงอาจให้คำจำกัดความว่าเป็น “ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ”

คำจำกัดความที่กล่าวมานี้ อาจแบ่งออกเป็นส่วนสำคัญได้ 3 ส่วนคือ

1. ปฏิกริยา หมายถึง กิจกรรมต่างๆ เช่น การเดินทางกลับจากร้านค้า การจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนส่งสินค้า การใช้ประโยชน์และการประเมินค่าสินค้า เป็นต้น

2. บุคคลเกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate consumer) โดยมุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปอุปโภคเองและ / หรือเพื่อการบริโภคที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน

3. กระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ ซึ่งรวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่กระทบโดยตรงต่อปฏิกริยาทางการตลาดที่สังเกตได้เช่น การติดต่อกับพนักงานขาย สื่อโฆษณาและการเปิดรับข่าวสารโฆษณา การสอบถามอย่างไม่เป็นทางการจากญาติมิตร การสร้างความโน้มเอียงหรือเกณฑ์ในการประเมินค่าทางเลือกต่างๆ และปฏิกริยาต่างๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อหลังจากการระบุและพิจารณาทางเลือกต่างๆ สรุปคือพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการศึกษาว่า บุคคลหรือผู้บริโภคบริโภคอะไร ที่ไหน บ่อยแค่ไหน และภายใต้สถานการณ์อะไรบ้างที่สินค้าและบริการได้รับการบริโภค

5.1 พฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภค

โดยปกติการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจของมนุษย์ จะศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในลักษณะต่างๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานะแวดล้อมในหลายระดับ

5.1.1 นิสัย หมายถึง ปฏิกริยาตอบโต้ที่ถูกกำหนดไว้หรือกำหนดเงื่อนไขไว้ หรือมองในแง่ของการปฏิบัติงานประจำวัน การประพฤติจะเป็นไปตามประสบการณ์ที่ผ่านมาและเกิดผลดีโดยไม่จำเป็นต้องฟังการกระทำที่นำไปตามคำสั่ง

5.1.2 การแก้ปัญหา ลักษณะพฤติกรรมการตัดสินใจในระดับที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์แวดล้อม คือ การประเมินสิ่งใหม่หรือปัญหาใหม่หรือสถานการณ์ใหม่ โดยพยายามที่จะใช้วิธีการที่เคยใช้จนประสบความสำเร็จมาแก้ไขปัญหานั้นๆ เหล่านั้นและสิ่งที่จะได้รับก็คือ “พฤติกรรม” ซึ่งอาจจะสมเป็นพฤติกรรมใหม่

5.1.3 การสร้างสรรค์ สาเหตุของความเกี่ยวข้องตามลักษณะและสถานการณ์ใหม่ ได้แก่ การไม่สามารถที่จะนำเอาปฏิกริยาตอบโต้หรือประสบการณ์ในอดีตมาใช้ พฤติกรรมการตัดสินใจแบบนี้มักเกิดจากการมองเห็นช่องทางอย่างฉับไวด้วยตนเอง ซึ่งในการตัดสินใจจะเรียกการตัดสินใจแบบนี้ว่า Hieratic แนวความคิดในเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์ในลักษณะนี้คล้ายกับแนวคิดการเรียนรู้ของ Durkin ซึ่งชี้แจงไว้ว่าในตอนแรกนั้นจะเป็นเรื่องการทดลองและอาจเกิดจากการประสบความสำเร็จ

6. แนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร

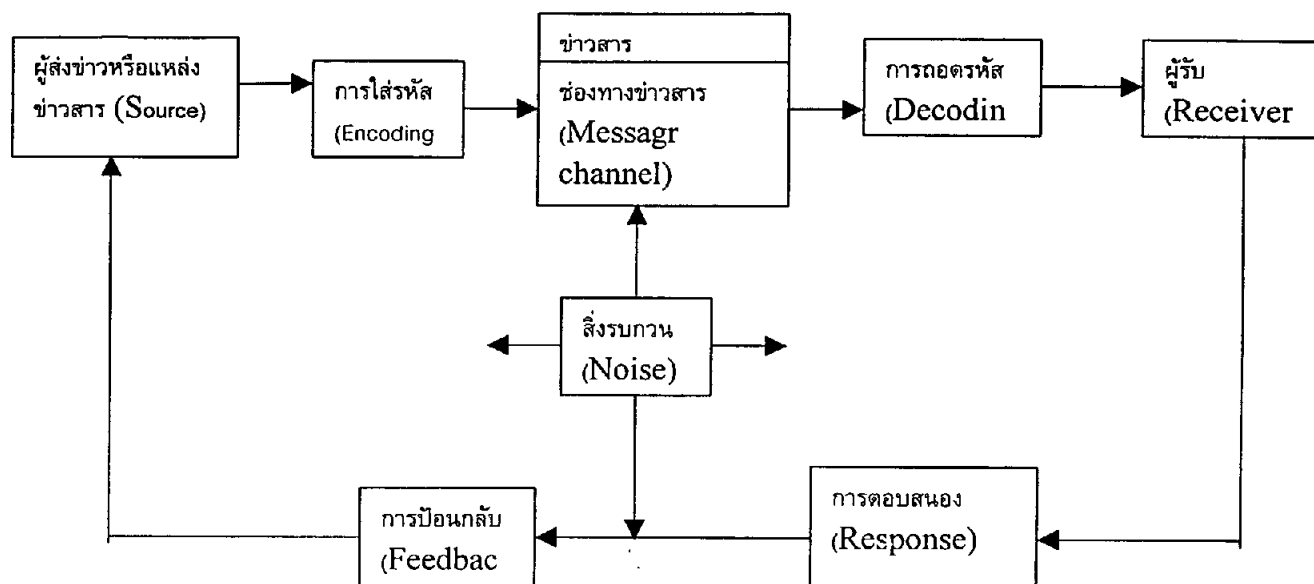
6.1 ความหมายของการติดต่อสื่อสาร

Schiffman and Kanuk (อ้างในเสรี วงษ์มณฑา , 2542:125) ได้อธิบายว่า การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การที่ใครคนหนึ่งพูดอะไรบางอย่างผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ไปยังใครอีกคนหนึ่ง เพื่อให้เกิดผลบางประการเป็นการส่งผ่านข่าวสาร (Message) จากผู้ส่ง (Sender) ไปยังผู้รับข่าวสาร (Receiver) ด้วยวิธีการใช้สัญญาณชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยอาศัยช่องทาง (Channel) หรือ สื่อ (Medium) บางชนิด

Wehrich and Koontz (1993:537 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2540 : 117) ได้ให้ความหมายการติดต่อสื่อสาร หรือ การเปลี่ยนข่าวสาร หมายถึง การเคลื่อนย้ายข้อมูลข่าวสาร จากผู้ส่ง (Sender) ไปยังผู้รับ (Receiver) ด้วยข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ผู้รับเข้าใจ

6.2 กระบวนการติดต่อสื่อสาร

จากความหมายของการติดต่อสื่อสาร จะเห็นว่า การติดต่อสื่อสารได้นั้น ต้องมีระบบหรือวิธีการที่แหล่งข่าวสารพยายามเข้าถึงผู้รับโดยอาศัยข่าวสาร โดยกระบวนการติดต่อสื่อสารจะเริ่มจาก ผู้ส่งสารใส่รหัสลงในข่าวสาร แล้วข่าวสารผ่านช่องทางข่าวสาร หรือสื่อ ไปยังผู้รับข่าวสาร ซึ่งผู้รับข่าวสารต้องทำการถอดรหัส เมื่อผ่านขั้นตอนการถอดรหัสแล้ว ผู้รับข่าวสารจะมีการตอบสนอง และส่งข้อมูลหรือข่าวสารป้อนกลับมายังผู้ส่งข่าวสาร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541: 450) ตามภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3

กระบวนการติดต่อสื่อสาร

6.3 องค์ประกอบของกระบวนการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย

6.3.1 ผู้ส่งข่าวสารหรือแหล่งข่าวสาร (Sender หรือ Source) เป็นผู้ริเริ่มในการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ โดยเป็นผู้จัดรูปแบบของข่าวสารว่าจะส่งข่าวสารอะไรไปยังลูกค้า หรือผู้รับเป้าหมาย

6.3.2 ข่าวสาร (Message) เป็นความนึกคิด ความคิด ทศนคติ ภาพพจน์ หรือข้อมูลอื่น ซึ่งผู้ส่งข่าวสารต้องการที่จะส่งไปยังผู้รับข่าวสารที่กำหนดไว้ (Schiffman and Kanuk, 1994:663 อ้างใน เสรี วงษ์มณฑา , 2542:129) ข่าวสารอาจจะเป็นข้อความหรือคำพูด หรือการใช้สัญลักษณ์ หรือสองอย่างร่วมกัน หรือหมายถึงข้อความที่ทำการโฆษณาหรือรายละเอียดต่างๆ ที่ผู้ส่งต้องการที่จะบอก หรือสื่อสารไปยังผู้รับข่าวสาร

6.3.3 ช่องทางของข่าวสาร (Channel) เป็นทั้งการโฆษณา และเป็นการประชาสัมพันธ์ ที่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ จดหมายตรง ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นช่องทางสื่อที่เรานึกถึงอยู่ตลอดเวลา คือ สื่อทุกชนิดต้องมีจิตวิทยา และสังคมวิทยา สื่อแต่ละชนิด ซึ่ง เสรี วงษ์มณฑา (2542:133-134) ได้อธิบายความหมายของสื่อประเภทต่างๆ ไว้ดังนี้

6.3.3.1 สื่อบุคคล เป็นสื่อที่สามารถใช้สื่อสารได้สองทาง มีการตอบโต้กันได้ แต่มักเป็นไปในวงแคบ การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Media) มีลักษณะดังนี้ คือ มนุษย์ยอมเชื่อบุคคลที่มีความสำคัญต่อชีวิตตน เช่น เชื่อพ่อแม่ เชื่อครู เชื่อสามี เชื่อลูก คนเหล่านี้เรียกว่า บุคคลที่มีความสำคัญต่อชีวิต มนุษย์เรา

พิจารณาตนเอง แสดงว่าตนเองไม่เป็นบุคคลสำคัญของคนนั้น เพราะเขามองข้ามเราไปแล้วเอาสื่อมาสำคัญกว่าชีวิตของเรา มนุษย์เราให้คุณค่าให้โทษ (Sanction) หมายความว่า ถ้าเขาไม่เชื่อเรา เราสามารถโกรธเขาได้ แต่สื่อโกรธเราไม่ได้ เช่น แม่บอกให้เราไปซื้อสินค้ายี่ห้อหนึ่งเราไม่ซื้อ แม่สามารถโกรธเราได้ แต่ถ้าสื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร บอกให้เราซื้อแต่เราไม่ซื้อสินค้านั้น สื่อเหล่านั้นก็ทำอะไรเราไม่ได้ ความสามารถด้านสังคม (Social ability)

6.3.3.2 สื่อสารมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

6.3.3.3 สื่อโทรทัศน์ มีหลักสังคมวิทยา ดังนี้

- สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เคลื่อนที่ไม่ได้ (Immovable) ทั้งในบ้านและนอกบ้าน เช่น เราเสียบสายอากาศ กับเครื่องรับไว้อย่างเหมาะสมแล้ว พอไม่อยากจะดูก็จะเข้าไปห้องอื่นๆ ก็อาจทำให้ภาพไม่ชัดเจน เมื่อเทียบกับวิทยุแล้ว โทรทัศน์เป็นสื่อที่อยู่คงที่ อยู่ติดที่มากกว่า ส่วนวิทยุสามารถเคลื่อนย้ายไปไหนมาไหนได้

- สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อครอบครัวมากกว่า (Family media) คือการดูโทรทัศน์จะไม่ดูคนเดียว แต่จะดูกับสมาชิกคนอื่นๆ ของครอบครัว ดังนั้นสินค้าที่สมาชิกในครอบครัวใช้ จึงเหมาะที่จะสื่อสารทางโทรทัศน์

6.3.3.4 สื่อวิทยุ มีลักษณะดังนี้

- เป็นสื่อเฉพาะบุคคล (Personal media) ฟังคนเดียวได้ไม่เหมือนกับสื่อโทรทัศน์
- เป็นสื่อที่ถูกเคลื่อนย้ายได้ (Movable)-จะนำไปไหนได้สะดวก

6.3.3.5 สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่เสนอเรื่องราวได้ฉับไว (Immediate media) กว่าสื่ออื่นๆ มีลักษณะดังนี้

- เป็นสื่อเพื่อสมองซุนคิด
- เป็นสื่อที่นำเสนอเรื่องราวได้ฉับไว แต่ในปัจจุบันสื่อวิทยุไม่ได้แล้ว และถูกใช้เป็นปฏิทินของชีวิต คือตอนเช้าทุกวันก่อนออกจากบ้าน ไปทำงานจะตรวจสอบว่า ในวันนี้มีอะไรเกิดขึ้นแค่ไหนเป็นลักษณะของการติดตามข่าว
- เป็นสื่อยามเชาก่อนออกจากบ้าน (Morning medium) ก่อนไปทำงาน นำไปอ่านใจห้องน้ำ หรืออ่านบนโต๊ะอาหาร

6.3.3.6 สื่อนิตยสาร มีลักษณะดังนี้

- เป็นสื่อเพื่อสมองที่ชวนให้คิดเหมือนกับหนังสือพิมพ์
- เป็นสื่อที่นิยมนำไปอ่านในห้องนอน
- เป็นสื่อยามรอคอยที่มีความเป็นส่วนตัวสูง

- เป็นสื่อที่ค่อนข้างไม่มีกำหนดเวลา หมายความว่า จะนำขึ้นมาอ่านเมื่อใดก็ได้ แม้เวลาจะผ่านไป 3-4 เดือนแล้วก็ตาม แต่หนังสือพิมพ์ที่ออกเมื่อ 3 เดือนที่แล้ว จะไม่มีใครนำมาอ่านอีกเป็นต้น

- เป็นสื่อที่ควรค่าแก่การเก็บ จะเปิดอ่านอีกเมื่อไรก็ได้

6.3.3.7 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Internet E-mail ซึ่งมีข้อดี คือ ให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก มีภาพสามมิติ มีการเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง มีลูกเล่นมาก แต่มีข้อเสีย คือ มีราคาสูง จำนวนผู้รับสารอยู่ในวงแคบ จึงเป็นสื่อเพื่อสนองภาพพจน์มากกว่า

6.3.4 ผู้รับสาร (Receiver) ผู้รับสารมีทั้งกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการรับข่าวสารที่ถูกส่งโดยผู้ส่งข่าวสาร

6.3.5 การใส่รหัสข่าวสาร คือ กระบวนการใส่ความคิดเห็นในรูปแบบของสัญลักษณ์ (Kotler, 1991:568)

6.3.6 การถอดรหัสข่าวสาร คือ กระบวนการซึ่งผู้รับข่าวสารแปลความหมายสัญลักษณ์จากการติดต่อสื่อสารโดยผู้ส่งข่าวสาร (Kotler, 1991:568)

6.3.7 การตอบสนอง คือ ปฏิกริยาตอบกลับหลังของผู้รับข่าวสารหลังได้รับข่าวสาร (Kotler, 1991:569)

6.3.8 การป้อนกลับ คือ การตอบสนองของผู้รับข่าวสารในการติดต่อสื่อสารกลับมายังผู้ส่งข่าวสาร (Kotler, 1991:568)

6.3.9 สิ่งรบกวน คือ สิ่งที่เป็นอุปสรรคระหว่างกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Kotler, 1991:568)

6.3.9.1 ผลกระทบทางการสื่อสาร (Hierarchy – of – Effects)

โรเจอร์ (Roger, 1971) กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการ ดังนี้

- 1) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร (Knowledge/Cognitive=K)
- 2) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร (Attitude / Affective=A)
- 3) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร (Performance/Conative=P)

การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประการนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องตามลำดับขั้น กล่าวคือเมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารจะเกิดความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้น และจะมีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องนั้นตามมา และท้ายที่สุดจะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเรื่องนั้น และถ้าต้องการให้เกิดผลกระทบอย่างต่อเนื่องไปทั้ง 3 องค์ประกอบข้างต้น ต้องพิจารณาเลือกแบบจำลองลำดับขั้นผลกระทบใน 3 ลักษณะ (A Three-Order Hierarchy Model) ดังที่เรย์ (Ray, 1973) ได้เสนอแนะไว้ให้เลือกดังต่อไปนี้

(1) The Learning Hierarchy: Cognitive-Affective Effect ลำดับชั้นของปฏิกิริยาตอบสนองต่อการสื่อสารที่ได้รับในลักษณะนี้ ให้ความสำคัญกับประสบการณ์การเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นเรื่องแรก สืบเนื่องมาจากความเชื่อที่ว่า การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลต้องเริ่มต้น จากการให้ความรู้ที่พอเพียง จึงจะนำไปสู่การเปลี่ยนทัศนคติหรือทำที่ต่อเรื่องนั้น จนเกิดเป็นแบบจำลอง ที่ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับลำดับผลกระทบในเรื่องนี้ออกเป็นรายละเอียด อาทิ Aida (Awareness-Interest-Desire-Action) หรือ "The innovation-adoption process" (The steps of awareness-interest-valuation-trial-adoption) เป็นต้น สื่อมวลชนจะมีบทบาทอย่างมากในการก่อให้เกิดความรู้แก่มวลชน ผู้รับสารหรือให้การเรียนรู้ก่อนที่จะมีผลให้ส่วนขององค์ประกอบอื่นๆ ตามแบบจำลองนี้

(2) The Dissonance-Attribution Hierarchy: Conative-Cognitive Effect ในบางกรณี แหล่งของข้อมูลข่าวสารหรือแรงจูงใจ อาจมาจากตัวบุคคล ข้อสำคัญคือ แหล่งของข้อมูลข่าวสาร เริ่มแรกก็จะไม่ได้มาโดยผ่านสื่อมวลชน แต่ได้รับผ่านประสบการณ์ส่วนบุคคล

(3) The Low-Involvement Hierarchy: Cognitive-Conative-Affective Effect การสื่อสารเพื่อให้เกิดผลกระทบตามลำดับชั้นที่เสนอ ตามแบบจำลองนี้ให้ความสำคัญกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอจากสื่อมวลชน โดยเฉพาะการเรียนรู้ประเด็นเรื่องที่ได้รับสารยังไม่ได้พัฒนาทัศนคติ หรือความเชื่อที่แน่นแฟ้นจนถึงกับการปิดกั้นข้อมูลข่าวสารที่ได้รับผ่านสื่อดังกล่าว หลังจากนั้นถ้าได้มีโอกาสสัมผัส หรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้นด้วยตนเอง ก็จะทำให้เกิดความคุ้นเคยและปรับเปลี่ยนทัศนคติเดิมไปในที่สุด

ซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 461-462) ได้อธิบายลำดับขั้นตอนการตอบสนองกระบวนการตอบสนอง (Response process) ว่าเป็นขั้นตอนที่ผู้รับข่าวสารเปลี่ยนแปลงไปสู่พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือขั้นความเข้าใจ (Cognitive Stage) ขั้นความรู้สึก (Affective stage) โดยแสดงโมเดลลำดับขั้นตอนการตอบสนอง 5 โมเดล ตามตาราง ดังนี้

ตาราง 1 ขั้นตอนการตอบสนอง

ขั้นตอนการตอบสนอง (Response Process)	โมเดล AIDA	โมเดลลำดับ ขั้นของผล กระทบ (Hierarchy of effects model)	โมเดลการ ยอมรับ นวัตกรรม (Innovation adoption model)	โมเดลการติดต่อสื่อสาร (Communication model)	โมเดลกระบวนการ ของข้อมูล (Information processing model)
ขั้นความเข้าใจ (Cognitive stage)	ขั้นความตั้งใจ (Attention)	การรู้จัก (Awareness) การเกิดความรู้ (Knowledge)	การรู้จัก (Awareness)	การเปิดรับข้อมูล (Exposure) การรับรู้ (Reception) การเกิดความเข้าใจ (Cognitive)	การเสนอข่าวสาร (Message presentation) ความตั้งใจ (Attention) ความเข้าใจ (Comprehensive)
ขั้นความรู้สึก (Affective stage)	ความสนใจ (Interest) ความต้องการ (Desire)	ความชอบ (Liking) ความพอใจ (Preference)	ความสนใจ (Interest) การประเมินผล (Evaluation)	การเกิดทัศนคติ (Attitude) การเกิดความตั้งใจซื้อ (Intention)	การยอมรับข่าวสาร (Message acceptance) การเกิดความทรงจำในข่าวสาร (Retention)
ขั้นพฤติกรรม (Behavior stage)	การตัดสินใจซื้อ (Action)	การซื้อ (Purchase)	การทดลอง (Trial) การยอมรับ (Adoption)	การเกิดพฤติกรรม (Behavior)	การเกิดพฤติกรรม การซื้อ (Behavior)

ที่มา Kotler.1997:611 (อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541:462)

7. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

นาวาอากาศตรีหญิงมารีนา จิตะฐาน (2544:10) ความพึงพอใจ คือสภาพอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งจัดเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละบุคคล ซึ่งบางครั้งมองเห็นได้ยาก

สาธิตา สุรวงศ์เดชา (2541:5) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้น แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

แมคคอมริค (Mccomic, 1995 อ้างใน วัฒนา เพชรวงศ์, 2542:17) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วิมล ทรายางกูร (2536 อ้างใน วัฒนา เพชรวงศ์, 2542:18) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์ กับโลกที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543:19) ได้ให้ความหมาย “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” ตามแนวคิดของนักการตลาดที่พบนิยามแบ่งเป็น 2 นัย คือ

(1) ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

(2) ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือ กล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

โอลิเวอร์ (Oliver อ้างใน วัฒนา เพชรวงศ์, 2543:19) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งจูงใจที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

จากการศึกษาความพึงพอใจ และความพึงพอใจในการบริการ สรุปได้ว่า เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญ ๆ ดังนี้

(1) ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับการบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตรประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

(2) ราคาบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่า เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคากับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

(3) สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

(4) การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการได้ยินข้อมูล ข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจในผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

(5) ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ / ผู้บริการการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

(6) สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคาร สถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการหีสัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็สัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

(7) กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัว และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

(1) ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดี มีความสุขของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่

(2) ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเดิมนำมันรถที่สถานีบริการน้ำมันพร้อมกับได้รับการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรี

สำหรับความไม่พึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจ อารมณ์ไม่ดี เนื่องจากไม่ได้รับบริการตรงกับความต้องการ

7. การท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี

ราชบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ตอนกลางของภาคตะวันตก ภูมิประเทศทางตอนกลางและตะวันออกเฉียงใต้เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง ส่วนทางตะวันตกติดต่อกับประเทศเมียนมาร์ จะเป็นดินแดนภูเขาสูงของทิวเขาตะนาวศรี จึงส่งผลทำให้สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี มีทั้งภูมิทัศน์ที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรม การเดินทางไปยังจังหวัดราชบุรีกระทำได้สะดวกทั้งทางรถยนต์และรถไฟ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 100 กิโลเมตรเศษ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

8.1 พระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ณ ค่ายหลวงบ้านไร่

ค่ายหลวงบ้านไร่ ตำบลคลองตากคต อำเภอโพธาราม เคยเป็นค่ายฝึกซ้อมรบเสือป่าซึ่งเป็นต้นกำเนิดของกิจการลูกเสือที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงโปรดมาประทับแรมเวลานำกองเสือป่ามาซ้อมรบในพื้นที่จังหวัดราชบุรี โดยเสด็จ มาซ้อมรบและประทับแรมที่บริเวณบ้านไร่ถึง 9 ครั้ง ทางราชการจึงเห็นว่าสถานที่ที่บ้านไร่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์แห่งหนึ่ง จึงได้สร้างพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ตามพระบรมฉายาลักษณ์ที่เคยประทับพระเก้าอี้ขณะทอดพระเนตรการซ้อมรบของเหล่าเสือป่า ณ บ้านไร่แห่งนี้ โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลปัจจุบันได้เสด็จ ทรงเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์ เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2531 และต่อไปทางราชการจะขยายพื้นที่ค่ายหลวงบ้านไร่ให้กว้างขวางออกไปเพื่อจัดตั้งค่ายลูกเสือแห่งชาติ สำหรับการฝึกพักแรมและกระทำการกิจกรรมต่างๆ ของเหล่าลูกเสือและเยาวชนจากสถาบันต่างๆ

8.2 วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร

วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร ชาวบ้านนิยมเรียก วัดพระหน้าธาตุ มีพระปรางค์เก่าแก่สร้างด้วยอิฐและศิลาแลง สันนิษฐานว่าสร้างมาแต่สมัยขอมเรืองอำนาจในแหลมสุวรรณภูมิ มีลักษณะจำลองแบบมาจากนครวัด ประเทศกัมพูชา

องค์พระปรางค์วัดเส้นผ่าศูนย์กลางวัดได้ประมาณ 7 คอก สูงประมาณ 12 วา ตั้งอยู่บนฐานสามเหลี่ยม มีบันไดสำหรับขึ้นและมีช่องคูหาเข้าไปภายในองค์พระปรางค์ได้ แต่เดิมที่ผนังพระปรางค์มีภาพเขียนเป็นภาพพระสาวกองค์ใหญ่ๆ นั่งเรียงกันแต่ภาพเหล่านี้ลบเลือนสูญสิ้นไปตามกาลเวลา

ฐานระเบียงมีทางเดินได้รอบ มีเจดีย์ชุ่มทั้งสี่ด้าน ที่วิหารครอบลานพระปรางค์มีพระรูปศิลาแลงสมัยทวารวดี สมัยลพบุรีและสมัยอยุธยาประดิษฐานอยู่โดยรอบ

เกี่ยวกับวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหารนี้มีข้อสันนิษฐานเดิมน่าจะเป็นศาสนสถานของขอม และได้ดัดแปลงมาเป็นวัดทางพระพุทธศาสนา ตั้งอยู่ที่ตำบลหน้าเมือง ในเขตเทศบาลเมืองราชบุรี

นอกจากพระปรางค์ที่วัดนี้แล้ว ราชบุรียังมีพระปรางค์อีกองค์หนึ่ง ซึ่งมีรูปทรงฐานเป็นแบบเดียวกัน แต่มีขนาดเล็กกว่า ตั้งอยู่ที่วัดอรัญญิก ห่างจากวัดพระศรีมหาธาตุวรวิหารไปทางตะวันตกตามเส้นทางไปเขาสูงประมาณ 2 กิโลเมตร

8.3 หลวงพ่อแก่นจันทร์

วัดช่องลมเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปแก่นจันทร์ ซึ่งชาวเมืองราชบุรีถือว่าเป็นพระคู่บ้านคู่เมือง และมักเรียกว่า “หลวงพ่อก่อนจันทร์” เป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ มีผู้คนไปกราบนมัสการขอให้นามต์มิได้ขาด “หลวงพ่อก่อนจันทร์” เป็นพระพุทธรูปปางอุ้มบาตร ตั้งแต่พระเศียรลงมาถึงพระอังสาสร้างด้วยโลหะทองสัมฤทธิ์ ช่วงล่างสร้างด้วยไม้แก่นจันทร์ สูง 2.26 เมตร ดำเนินมาแล้ว เป็นพระพุทธรูปที่ลอยมาตามลำน้ำแม่กลองและชาวเมืองราชบุรีได้อันเชิญขึ้นประดิษฐานไว้ ณ วัดช่องลม

วัดช่องลมอยู่ใกล้บริเวณเมืองเก่า ริมถนนวรเดช ห่างจากวัดพระศรีรัตนมหาธาตุไม่มากนัก เป็นวัดโบราณซึ่งสันนิษฐานกันว่าสร้างขึ้นแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยา ครั้นนานเข้าโบสถ์วิหารชำรุดทรุดโทรมไปตามกาลเวลา จึงได้มีการซ่อมแซมใหม่

8.4 ถ้ำฤๅษีเขา

ถ้ำฤๅษีเขา เป็นปูชนียสถานซึ่งมีโบราณวัตถุที่เก่าแก่ที่สุดอย่างหนึ่งของราชบุรี คือพระพุทธรูปใหญ่ มีความสูง 2.50 เมตร สลักบนฝาค้าง เป็นรูปนูนต่ำประทับนั่งห้อยพระบาท มีพุทธลักษณะเดียวกับพระพุทธรูปนั่งห้อยพระบาทที่ถ้ำอชันดาในประเทศอินเดีย

โดยทั่วไปเรียกพระพุทธรูปเจ้าหลักนี้ว่า “พระพุทธรูปถ้ำฤๅษีเขา” ได้พระบาทมีจารึก 12 ตัว ที่เป็นลายเซ็นของผู้สลักพระพุทธรูป อ่านว่า บุญ วรร ฤๅษี – ศรี สมาริคุปะ ตัวอักษรมีลักษณะคล้ายอักษรที่ใช้ในประเทศอินเดียฝ่ายใต้ เมื่อราว พ.ศ. 1000 ถึง 1100 ซึ่งตรงกับสมัยทวารวดี

ครั้งหนึ่งในอดีตชาวบ้านเคยเข้าใจว่า คำจารึกดังกล่าวเป็นลายแทง จึงพากันมาขุดค้นหาสมบัติจนพื้นถ้ำพรุนไปหมดแต่ไม่พบสิ่งใด แท้จริงแล้วจารึกนั้นมิใช่ลายแทง แต่หากจะถือว่าเป็นลายแทงที่ทำให้ค้นพบและสันนิษฐานได้ว่าพระพุทธรูปองค์นี้คงจะเป็นฝีมือครั้งทวารวดีก็น่าจะได้

เขาอยู่ใกล้ตำบลเกาะพลับพลา อำเภอเมืองราชบุรี อยู่ห่างจากตัวเมืองไปทางตะวันตกบนถนนสายราชบุรี – จอมบึงมีทางแยกขวามือไปสู่เขา รวมระยะทางจากตัวเมืองประมาณ 8 กิโลเมตร

8.5 เมืองโบราณคูบัว

ห่างจากตัวเมืองราชบุรีไปทางทิศใต้ประมาณ 5 กิโลเมตร ในท้องที่ตำบลคูบัว อำเภอเมืองราชบุรี มีเมืองโบราณเก่าแก่ซึ่งจากการขุดค้นปรากฏหลักฐานว่าเป็นเมืองในสมัยทวารวดี มีพื้นที่ทั้งหมดถึง 1,687,500 ตารางเมตร เมืองโบราณแห่งนี้เรียกกันว่า “เมืองคูบัว” เนื่องจากแต่ก่อนคูเมืองเก่าทั้ง 4 ทิศ เคยมีน้ำขังและดอกบัวขึ้นบานเต็มไปหมด มาปัจจุบันคูเมืองนี้ดินขึ้นกลายเป็นไร่นาไปหมดแล้ว

เมื่อเดือนพฤษภาคม 2504 กรมศิลปากร ได้ทำการสำรวจอย่างละเอียด ปรากฏว่าพบคันคูเมืองทั้ง 4 ด้าน เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ กว้าง 750 เมตร ยาว 2,250 เมตร ภายในและนอกคันคูมีเนินดินของ

ซากโบราณสถานใหญ่เล็กถึง 44 แห่ง ในเมืองมีทางน้ำต้นเขินติดต่อกันไปถึงแม่น้ำอ้อมหรือคลองแควอ้อมในปัจจุบัน ซึ่งเชื่อว่าเป็นลำน้ำสายเดิมของแม่น้ำแม่กลอง

ในการสำรวจดังกล่าว ได้ขุดพบซากฐานเจดีย์ที่ก่อด้วยอิฐและฉาบปูนไว้ แต่ที่ฐานเจดีย์ในบริเวณบ้านหนองเกษรนั้น ได้พบพระพุทธรูปดินเผา รูปพระโพธิสัตว์ รูปมนุษย์ ยักษ์มาร สัตว์ต่างๆ และลวดลายประดับองค์เจดีย์ ซึ่งทำด้วยดินเผาหักพังลงมากอบกัถมมอยู่ที่พื้นฐานเจดีย์

จากการตรวจพิจารณาโบราณวัตถุที่ขุดพบ เห็นว่าเป็นศิลปะ สมัยทวารวดีที่มีอยู่ราวพุทธศตวรรษ 11-16 ส่วนซากโบราณสถานมีลักษณะคล้ายเจดีย์ที่ขุดพบข้างวัดพระประโทน จังหวัดนครปฐม เมื่อ พ.ศ. 2483 ลักษณะของแผ่นอิฐที่ใช้ในการก่อสร้างเจดีย์ล้วนมีขนาดใหญ่ เป็นขนาดเดียวกับอิฐในสมัยทวารวดีที่พบที่นครปฐม

การค้นพบโบราณสถานและโบราณวัตถุในครั้งนี้จึงทำให้เชื่อว่าเมืองโบราณคูบัวนี้ ต้องเป็นเมืองหนึ่งซึ่งอยู่ในอาณาจักรทวารวดีแน่ และเป็นหลักฐานชิ้นสำคัญที่ใช้สืบสาวเรื่องราวความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดราชบุรีอีกด้วย

8.6 ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

มีผู้กล่าวว่า “หากไม่ได้ไปเที่ยวตลาดน้ำ ก็เหมือนไม่ได้ไปเที่ยวราชบุรี” เพราะ “ตลาดน้ำ” กลายเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยอย่างหนึ่ง ที่โลกรู้จักและดึงดูดชาวต่างประเทศให้เดินทางมาเยือนเมืองไทย

คลองดำเนินสะดวกหรือที่เรียกว่า “ตลาดน้ำ” จะเป็นที่นัดของเรือพายใหญ่น้อยนับร้อยๆ ลำ เพื่อชุมนุมซื้อขายสินค้าการเกษตร และสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองผู้เป็นเจ้าของเรืออยู่ในเสื้อผ้าสีทึบ ใบหน้าอยู่ใต้ร่มเงาของหมวกและงอบใบลาน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแล้วปรากฏการณ์เช่นนี้ ถือเป็นสิ่งมหัศจรรย์อย่างหนึ่งทีเดียว ตลาดน้ำจะเริ่มคึกคักตั้งแต่ 06.00น. ไปจนถึงประมาณ 11.00 น. นอกจากจะได้ชมตลาดน้ำแล้ว ชีวิตสองฝั่งคลองของชาวไทยชนบท ยังเป็นภาพที่น่ามองอย่างมาก สลักกับเรือสวนไร่นาของชาวบ้านส่วนใหญ่ในพื้นที่แถบนี้ ต่างจากภาพที่คุ้นตาตามเมืองใหญ่ๆ ลิบลับ นักท่องเที่ยวอาจถือโอกาสแวะชมสวนและซื้อของจากสวนดำเนินสะดวก ที่มีชื่อเสียงโด่งดังไม่แพ้ตลาดน้ำไว้เป็นของฝากหรือรับประทานระหว่างเดินทางกลับบ้านก็ได้

การไปเยี่ยมชมตลาดน้ำนับว่าสะดวกมาก หากเดินทางจากกรุงเทพมหานคร ถึงสี่แยกบางแพตรงหลักกิโลเมตรที่ 80 เลี้ยวซ้ายไปตามถนน บางแพ – ดำเนินสะดวก ด้วยระยะทางอีก 25 กิโลเมตรเท่านั้น

8.7 สวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีภาคกลาง

ภายในเวลาอีกไม่ช้า สถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของจังหวัดราชบุรีจะต้องได้อันดับขึ้นมาเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง แน่แน่นอน นั่นคือ “สวนพฤกษศาสตร์วรรณคดีภาคกลาง”

สวนวรรณคดีแห่งนี้ ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาประทับช้าง ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ป่าเขาบิน ท้องที่อำเภอเมืองราชบุรีและอำเภोजอมบึง ห่างจากตัวเมืองราชบุรีไปตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3087 ประมาณ 20 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 1,268 ไร่ แบ่งพื้นที่เป็นแปลงๆ ตามบทกลอนวรรณคดีเรื่องต่างๆ ถึง 38 แปลง

ไม่เพียงแต่มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการศึกษาหาความรู้ทางพรรณไม้ของนักเรียน นักศึกษา ประชาชน โดยทั่วไปเท่านั้น แต่ยังเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่ให้ผู้ไปเที่ยว เกิดความรู้สึกเป็นอิสระปลอดโปร่ง อย่างน่าประหลาด

8.8 ถ้ำเขabin

เป็นที่ยอมรับกันว่า ความงดงามตระการตาของหินงอกหินย้อยในถ้ำแห่งนี้เป็นเรื่องยากแก่การพรรณนาให้ครบถ้วนชัดเจน เพราะภายในถ้ำอันมีเนื้อที่กว้างขวางถึง 5 ไร่เศษ มีเรื่องราวและลีลาของประติมากรรมอันเกิดจากธรรมชาติและกาลเวลาอยู่มากมาย เกือบจะทุกซอกทุกมุมของถ้ำก็ว่าได้

จากปากถ้ำถึงบริเวณลึกสุด มีความยาวประมาณ 300 เมตร บริเวณภายในถ้ำแบ่งเป็นห้องหรือคูหาใหญ่ๆ ได้ทั้งหมด 8 ห้อง และได้มีการตั้งชื่อแต่ละส่วนไว้โดยจินตนาการจากลักษณะรูปร่างของหินงอกหินย้อยนั่นเอง นอกเหนือจากการที่ได้ชมความงามของถ้ำแล้ว เป้าหมายของนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะไปให้ถึงอีกประการหนึ่งคือ บ่อน้ำเล็กๆ ภายในถ้ำที่ชาวบ้านเชื่อกันว่าเป็นบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ เป็นบ่อน้ำแร่ มีความลึกเพียงประมาณ 1 เมตร แต่มีน้ำอยู่ชั่วนาตาปีไม่เคยแห้งเหือด และยังเป็นตำนานแห่งการค้นพบถ้ำแห่งนี้อีกด้วย และด้วยความเป็นเพชรน้ำเอกในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำนี้เอง ในขณะนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับจังหวัดราชบุรี กำลังพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าเร้าใจยิ่งขึ้นไปอีกด้วยระบบแสง สี อันผสมกลมกลืนกับความงามตามธรรมชาติภายในถ้ำ

ถ้ำเขabin อยู่บนเส้นทางสายราชบุรี - จอมบึง ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 20 กิโลเมตร มีทางแยกซ้ายมือเข้าไปประมาณ 2 กิโลเมตร

8.9 ถ้ำจอมพล

ชื่อถ้ำจอมพล เป็นนามที่สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ พระราชทานในคราวที่โดยเสด็จพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวประพาสถ้ำแห่งนี้เมื่อ พ.ศ. 2438 ด้วยทรงจินตนาการว่าหินย้อย "ผาวิจิตร" มีลักษณะคล้ายรั้วไหมอินทรีบนบ่าของจอมพล

แต่เดิมถ้ำนี้มีชื่อว่า ถ้ำมูจลินทร์ อยู่ที่เขายอมพล แวดล้อมด้วยสวนรุกขชาติอันร่มรื่นสวยงามด้วยไม้ดอกและไม้ใบ นอกจากนี้ยังมีฝูงลิงที่ซุกซนแต่เป็นมิตรกับผู้ที่มาเที่ยวชมถ้ำกันมิได้ขาด เพราะถ้ำจอมพลเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงคู่เมืองราชบุรีมาช้านาน

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวเคยเสด็จทอดพระเนตรถ้ำนี้เมื่อ พ.ศ. 2457 ในครั้งที่ทรงนำกองเสือป่ามาซ้อมรบในพื้นที่จังหวัดราชบุรี พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบันพร้อมด้วยสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี และสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมาร ก็เคยเสด็จพระพาสถ้ำแห่งนี้

ถ้ำจอมพลมีความกว้าง 30 เมตร ยาว 240 เมตร สูง 25 เมตร ภายในมีหินงอกหินย้อยวิจิตรงดงามหลายแห่ง บางแห่งดูคล้ายห้องพระโรง บางตอนดูคล้ายฉากละคร บางจุดมีรูปทรงคล้ายตุ๊กตาหิน และบัลลังก์

หินงอกหินย้อยที่เด่นๆ นอกจาก “ผาวิจิตร” แล้วยังมีธารศิลา สร้อยระย้า แล้งจามรี และเกือบจะสุดทางปลายถ้ำใกล้กับ “ห้องพระโรง” มีถ้ำย่อยแยกออกไปอีกถ้ำหนึ่งเรียกว่า “ถ้ำมัสยาสถิต” ภายในมีหินงอกหินย้อยชื่อ ประสิทธิ์เทวา และเศกาสลวย

ถ้ำจอมพลอยู่ที่ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง ติดกับบริเวณของวิทยาลัยครูหมู่บ้านจอมบึง ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 30 กิโลเมตร

8.10 โป่งยุบ

สถานที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่มีความแปลกไปจากลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ซึ่งหาชมได้ไม่มากนัก “โป่งยุบ” ที่อำเภอสวนผึ้ง คือสภาพของแผ่นดินซึ่งเกิดการยุบตัวลงไป มีอาณาบริเวณถึง 10 ไร่ และการยุบตัวดังกล่าวยังคงปรากฏให้เห็นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในบริเวณซึ่งเป็นทุ่งหญ้า สลับกับป่าละเมาะ

มีผู้ขนานนามสถานที่ซึ่งดูงดงามแปลกตานี้ว่า “แคนยอน” โดยลักษณะทั่วไปแล้วคล้ายกับ “แพะเมืองผี” ที่จังหวัดแพร่ เพียงแต่มีขนาดเล็กกว่า นอกเหนือจากความน่าสนใจในแง่ของธรณีวิทยาแล้วโป่งยุบยังมีความสวยงามอันเกิดจากการกัดเซาะของสายฝนและทางน้ำ มีทั้งที่เป็นลักษณะหน้าผาสูงชันตั้งแต่ 1-6 เมตร และเสาดินซึ่งมีลวดลายตะปุ่มตะป่ำ

บริเวณโดยรอบแนวหน้าผาเหล่านี้ปรากฏสภาพแผ่นดินยุบมากบ้างน้อยบ้างอยู่โดยทั่วไป ผู้เฒ่าผู้แก่เล่าว่า เดิมพื้นที่แถบนี้เคยเป็นไร่นามาก่อน และมีความเชื่อกันว่าเป็นบริเวณอันศักดิ์สิทธิ์ เป็นถิ่นที่อยู่ของพญานาค จึงห้ามมิให้เด็กๆ ไปวิ่งเล่นในบริเวณนั้น

โป่งยุบนี้อยู่ในตำบลท่าเคย อำเภอสวนผึ้ง บนเส้นทางจอมบึง – สวนผึ้ง ก่อนถึงอำเภอสวนผึ้งประมาณ 5 กิโลเมตร มีทางแยกอยู่ทางซ้ายมือ เป็นทางลูกรังเข้าไปประมาณ 5 กิโลเมตร

8.11 ธารน้ำร้อน

ธารน้ำร้อนแห่งเหมืองบ่อคลึงเป็นธารน้ำร้อนแห่งเดียวในจังหวัดราชบุรี เกิดจากสายน้ำไหลผ่านกรวดดินหินทรายใต้พื้นผิวโลกที่ร้อนจัด แล้วไหลเป็นธารน้ำขนาดเล็กออกมาจากเทือกเขาตะนาวศรี แต่น้ำร้อนในสายธารนี้ ไม่เคยเหือดแห้งไม่ว่าในฤดูกาลใด มีความร้อนค่อนข้างคงที่อยู่ในระดับ 120-134 องศาฟาเรนไฮต์ น้ำในธารน้ำร้อนนี้กรมวิทยาศาสตร์ตรวจวิเคราะห์แล้ว ปรากฏว่าไม่มีแร่ธาตุที่อาจเป็นอันตรายต่อผิวหนัง จึงใช้อาบชำระล้างร่างกายได้อย่างปลอดภัย

ธารน้ำร้อนนี้อยู่ในบริเวณสัมปทานทำเหมืองแร่ของเอกชน ซึ่งได้ทำทางรถขึ้นไปตามลาดเขาจนถึงบริเวณที่ไหลออกมาจากชอกหิน นอกจากนี้ยังขุดเป็นบ่อกักเก็บน้ำไว้เบื้องล่างมีทั้งบ่อเล็กและบ่อใหญ่ เพื่อให้ผู้มาเยือนดักน้ำอาบได้โดยสะดวก

ปัจจุบันธารน้ำร้อนแห่งเหมืองบ่อคลึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากผู้ที่มีโอกาสเดินทางไปถึงอำเภอสวนผึ้งอีกแห่งหนึ่ง ทางเหมืองได้จัดสร้างบ้านพักไว้สำหรับการพักผ่อนคึกคักของนักท่องเที่ยวที่ต้องการชมความงามของธารน้ำร้อนในยามเช้าด้วย เพราะเป็นเวลาที่ดีรสชาติของลำธารสวยงามที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฤดูหนาว เนื่องจากไอน้ำร้อนจะลอยกรุ่นเป็นหมอกเข้าผสมกับหมอกในอากาศยามเช้า

ธารน้ำร้อนบ่อคลึงอยู่ห่างจากอำเภอสวนผึ้งไปตามถนนใหญ่ 5 กิโลเมตร และมีทางแยกเข้าสู่เหมืองบ่อคลึงเป็นระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร

8.12 พระพุทธรูปรัตนตรัยชัยวัฒน์จตุรทิศ

บนยอดเขามีพระวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปรัตนตรัยชัยวัฒน์จตุรทิศ ซึ่งเป็นพระพุทธรูปสำคัญ 1 ใน 4 องค์ ของพระพุทธรูปที่ปกปักรักษาสี่มุมเมือง ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้น แล้วพระราชทานไปยังสี่มุมเมืองของประเทศไทย คือที่ราชบุรี ลำปาง สระบุรี และพัทลุง

8.13 สวนป่าสิริกิติ์ภาคกลาง

สวนป่าสิริกิติ์ภาคกลางเป็นโครงการอนุรักษ์ป่าและเสริมสิ่งแวดล้อม โดยมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ร่วมกับกองทัพบก ป่าไม้จังหวัดราชบุรี และอีกหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีพื้นที่ทั้งหมด 3,000 ไร่ และยังมีพื้นที่ป่ารอบบริเวณอีกหลายหมื่นไร่ เดิมสภาพพื้นที่บริเวณนี้เป็นเทือกเขาและป่าต้นน้ำ ทว่าถูกประชาชนบุกรุกทำลายจนอยู่ในสภาพที่ต้องเร่งฟื้นฟู ทางราชการจึงได้เริ่มโครงการปลูกป่าในปี พ.ศ. 2533-2535 โดยนำพันธุ์ไม้ที่เคยขึ้นในแถบนี้มาปลูก เช่น ไม้หวาย กล้วย สะเดา ไม้ยางนา เป็นต้น รวมพันธุ์ไม้ที่มีอยู่ในสวนป่าแห่งนี้ประมาณ 190 ชนิด

ตั้งอยู่ที่บ้านห้วยม่วง ตำบลตะนาวศรี หากมาจากราชบุรีตรงมาที่อำเภอสวนผึ้ง จะมีทางแยกซ้ายตรงหน้าสำนักงานที่ว่าการอำเภอ ไปตามเส้นทางสายนี้ใช้เวลาประมาณ 20 นาที พบแยกซ้ายมือเข้าไปอีกประมาณ 1 กิโลเมตร ถึงบริเวณสวนป่าสิริกิติ์ รวมระยะทางจากอำเภอสวนผึ้งประมาณ 25 กิโลเมตร เส้นทางสายนี้ลัดเลาะไปตามภูเขาและมีทิวทัศน์สวยงาม จึงเป็นที่นิยมในหมู่นักขี่จักรยานอีกเส้นทางหนึ่ง

8.14 น้ำตกเก้าชั้น

น้ำตกเก้าชั้นหรือน้ำตกเก้าโจน ต้นน้ำมาจากบนเทือกเขาตะนาวศรี เป็นน้ำตกที่ไหลลดหลั่นลงมาถึงเก้าชั้น สูงประมาณ 500 เมตร แต่ละชั้นไม่สูงมากนัก สามารถเดินเล่นไปตามหินแกรนิตซึ่งมีขนาดใหญ่หรือจะลงเล่นน้ำในแอ่งน้ำแต่ละชั้นก็ได้ แต่ต้องระวังอันตรายจากกระแสน้ำอันเชี่ยวกราก โดยเฉพาะในฤดูฝนซึ่งน้ำจะมากและแรงกว่าปกติ ในฤดูแล้งน้ำจะน้อย

จากตัวเมืองราชบุรีระยะทางประมาณ 80 กิโลเมตร ผ่านที่ว่าการอำเภอสวนผึ้ง ไปประมาณ 4 กิโลเมตร จะถึงสามแยกทุ่งไม้แดง เลี้ยวซ้ายไปอีก 10 กิโลเมตร ผ่านธารน้ำร้อนบ่อคลึง ตรงไปอีก 1 กิโลเมตร จะถึงน้ำตกเก้าโจนทางซ้ายมือ

8.15 จิตรกรรมฝาผนังวัดคงคาราม

ศิลปกรรมอันเกิดจากความวิริยะ อุตสาหะ ละเอียดอ่อน อันเกิดจากศรัทธาของช่างฝีมือชาวพุทธที่ปรากฏเป็นภาพจิตรกรรมฝาผนังที่วัดคงคารามนั้น มีลักษณะเช่นเดียวกับจิตรกรรมฝาผนังตามวัดสำคัญอื่นๆ ที่มักเขียนภาพไตรภูมิและพุทธประวัติ ลักษณะฝีมือช่างสันนิษฐานว่าเป็นสกุลกรุงเทพฯ สมัยต้นรัตนโกสินทร์ ซึ่งคาดว่าจะมีอายุไม่สูงเกินกว่ารัชกาลที่ 3 จิตรกรผู้เขียนภาพได้พยายามถ่ายทอดเรื่องราวพุทธประวัติออกมาอย่างละเอียดถี่ถ้วน โดยแบ่งขั้นตอนของเรื่องให้อยู่ในระเบียบกาลแห่งพุทธประวัติ

วัดคงคาราม เป็นวัดมอญวัดหนึ่งในจำนวนหลายวัด อยู่ที่ตำบลคลองตากต อำเภอ
โพธาราม ห่างจากที่ว่าการอำเภอไปทางทิศเหนือ เพียง 5 กิโลเมตร

8.16 ผนังใหญ่วัดখনอน

เพียงแห่งเดียวในประเทศไทยเท่านั้นคือ วัดখনอน ที่ยังมี “ผนังใหญ่” ที่สร้างขึ้นและเหลือให้ได้ชม
ได้ศึกษาครบชุด

ผนังใหญ่เป็นมหรสพที่เก่าแก่และได้รับการยกย่องว่าเป็นการละเล่นชั้นสูงของไทยเป็นที่รวมของ
ศิลปะหลายแขนง ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบบลวดลายไทยเชิงวิจิตรกรรม ผสมผสานกับฝีมือช่างแกะสลักนำมา
ผนวกกับศิลปะทางดนตรี โขน ละคร และวรรณกรรม จึงกลายเป็นความงามที่เกิดจากภาพอันวิจิตร ซึ่งเคลื่อนไหวอย่างมีชีวิต ตามลีลาของนาฏศิลป์ชั้นสูง โดยฝีมือของคนเชิดประกอบการพากย์ และเจรจา เรื่องที่แสดง
ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องรามเกียรติ์

การแสดงผนังใหญ่วัดখনอนได้มาหยุดชะงักเมื่อเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากสภาวะบ้าน
เมืองไม่เอื้ออำนวยประกอบกับพระครูศรีธาสุนทร หรือหลวงปู่กล่อม ผู้ริเริ่มสร้างตัวหนังได้มรณภาพลง
ปัจจุบันจังหวัดได้พยายามฟื้นฟูขึ้นมาอีกครั้งเพื่อเป็นการอนุรักษ์สมบัติอันล้ำค่าชิ้นนี้ ให้เป็นโบราณวัตถุและ
วัฒนธรรมประจำถิ่น และสาธิตให้ชมเพื่อการศึกษาแก่ชนรุ่นหลังสืบไป

ผนังใหญ่ที่มีอยู่ประมาณ 330 ตัวนี้ ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่วัดখনอน ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง
ตำบลสร้อยฟ้า อำเภอโพธาราม ห่างจากที่ว่าการอำเภอประมาณ 5 กิโลเมตร

8.17 เขาช่องพราน

ณ บริเวณ วัดเขาช่องพราน ซึ่งมีเขาช่องพรานตั้งตระหง่านอยู่เบื้องหลังนั้น อยู่ในท้องที่ตำบล
เตาปูน อำเภอโพธาราม ห่างจากตัวอำเภอไปทางทิศตะวันตกของแม่น้ำแม่กลองเพียง 9 กิโลเมตร หรืออยู่ห่าง
จากอำเภอเมืองราชบุรี ประมาณ 17 กิโลเมตรเศษ

ถ้ำมีความลึก 60 เมตร กว้าง 20 เมตร ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อย พอได้เวลาประมาณ 18.00 น.
ของทุกวันจะมีค้างคาวบินออกมาจากถ้ำที่เขาช่องพรานเพื่อออกมาหากิน ก่อนที่จะออกจากถ้ำค้างคาวพวกนี้
จะส่งเสียงดังขึ้นมาก่อน อันเป็นสัญญาณบอกให้รู้ว่าได้เวลาที่เข้าจะออกมาหากินแล้วนะ

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

นาวาโทสุชิน หมอนทอง (2543) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ
สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาอ่าวตงตาล อำเภอสัตหีบ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่
พึงพอใจมากต่อสภาพแวดล้อมทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น และควรได้รับการปรับปรุง
ได้แก่ กิจกรรมหาปู การรักษาความปลอดภัยสถานที่อาบน้ำจืด ความสะดวกในการทำกิจกรรม ราคา
อาหาร/เครื่องดื่ม การให้เช่าเรือใบวินเซฟ การคมนาคม ไฟฟ้าและแสงสว่าง เป็นต้น

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้ มาเป็นแนวทางในการกำหนดสมมติฐานและสร้างแบบสอบถาม

ศนิกาญจน์ เทพกาญจนา พันตรีหญิง (2542) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ผลการศึกษาสรุปว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนส่วนตัว สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว สรุปเรียงตามลำดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ไปใช้ศึกษาเป็นแนวทางสำหรับกำหนดปัจจัยในด้านความพึงพอใจที่มีต่อโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

ศัตตณรงค์ วรัชญ์ภูมิกเกียรติ (2543) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด ผลการศึกษาสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเกาะเกร็ดโดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว สถานที่ที่นักท่องเที่ยวแวะชมเป็นจำนวนมาก 3 อันดับแรกคือ วัดประมัยยิกาวาสวรวิหาร การสาธิตการทำเครื่องปั้นดินเผา และหมู่บ้านขนมหวาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาเกาะเกร็ดซ้ำอีก โดยไม่ต้องการพักแรมบนเกาะและไม่ต้องการใช้บริการของบริษัทจัดนำเที่ยว

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดสมมติฐานและสร้างแบบสอบถาม

สุวรรณา ศรีติลาวัณย์ (2541:66) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลทุติยภูมิ พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวก็คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อบุคคล ซึ่งในการศึกษานี้ใช้แทนระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว และเป็นไปตามที่มีผู้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวจะมีความต้องการเดินทางไปต่างประเทศ เมื่อมีรายได้สูงขึ้น ดังนั้น ถ้ารัฐบาลสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้สูงเหล่านี้ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแทนการเดินทางไปต่างประเทศได้ จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวได้ แต่อย่างไรก็ตามการใช้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความพร้อม หรือกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม จึงเป็นความลำบากที่จะทำให้อุปสงค์และอุปทานด้านการท่องเที่ยวเป็นไปโดยสอดคล้องกัน การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจึงควรมีการประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำ เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นปัจจัยสำหรับการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยว

จิราพร กองทอง (2540:บทคัดย่อ) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด้านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ พบว่า สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปมากที่สุดคือ สิ้นคำราชาฎก กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไปเที่ยวบริเวณด้านช่องจอมเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในความมีมิตรไมตรีของบุคคลในท้องถิ่น ที่จอดรถเพียงพอ ห้องน้ำสะอาดพอใช้ ความซื้อ

สัดยในการคิดราคาอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวส่วนมากเห็นว่ามีความปลอดภัย เมื่อไปท่องเที่ยว บริเวณด่านช่องจอม

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเรื่องปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว บริเวณด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ไปใช้ศึกษาเป็นแนวทางสำหรับกำหนดปัจจัยในด้านความพึงพอใจที่มีต่อด่านช่องจอม

บรรจบพร สมนัตนกุล (2544:130) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจระดับมาก เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี คือ เล่นน้ำตก ทั้งนี้ เพราะกาญจนบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ซึ่งมีธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเล่นน้ำตกได้อย่างสนุกสนาน ซึ่งกิจกรรมและการบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ล้วนเป็นการชักจูงนักท่องเที่ยว ดังที่ วรรณหา วงษ์วานิช (2539:17) กล่าวว่า การท่องเที่ยว เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อชมวิทิวทัศน์ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง ด้านส่วนผสมการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว เพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความยุ่งยากซับซ้อน และมีลักษณะพิเศษ แตกต่างจากสินค้า

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเรื่องปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยว ไปใช้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยใดที่เป็นสิ่งจูงใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ศศิธร สามารณ (2545:บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ยานพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่คือ ช่วงวันหยุดตามเทศกาล วันลาพักร้อนประจำปี และวันหยุดปลายสัปดาห์ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ดำน้ำ/ชมปะการัง รองลงมาคือเล่นน้ำทะเล และชมพระอาทิตย์ขึ้น / พระอาทิตย์ตก จำนวนเงินที่ใช้มากที่สุดคือ 4,001-5,000 บาท สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความต้องการในการพักผ่อนหย่อนใจสำคัญมาก รองลงมาคือเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน สำคัญมาก และเพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ค่อนข้างสำคัญ สำหรับสิ่งจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อนค่อนข้างสำคัญ รองลงมาคือเพื่อนชักชวนให้มาเที่ยว และโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/นิตยสาร

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำรูปแบบแนวทางการศึกษา วิธีการศึกษา แนวทางการออกแบบสอบถาม และวิธีวัดผลมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับงานวิจัยฉบับนี้

โสภณพร สุทธิศักดิ์ (2539:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมา ท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาสรุปได้ว่า 1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ 2. พฤติ

กรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี 3. ประโยชน์บางประการที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วน ฐานทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี 4. ไม่มีสื่อใดมีอิทธิพลสามารถอธิบายความสัมพันธ์ กับระยะเวลาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใช้ศึกษาเป็นแนวทางสำหรับกำหนดปัจจัยในการรับรู้ข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์

ศิริลักษณ์ อริยบุญญทัต (2540:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่ง ไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการศึกษารูปได้ว่า 1. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การท่องเที่ยวไทยของประชาชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ตู้ไฟ นีออน นิตยสารสวัสดิ์ นิตยสารกินรี ซีดีรอม และอินเทอร์เน็ต กับทัศนคติของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ 4. การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารทั่วไป กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 5. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ นิตยสารสวัสดิ์ นิตยสารกินรี สดิกเกอร์ แผ่นพับ จุลสาร วีดีโอ ซีดีรอม และอินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของ ประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 6. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ในโครงการ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของ ประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดสมมติฐานและสร้างแบบสอบถาม

สุริพร ภัทรพรนนท์ (2541:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติ ในจังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษารูปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ระดับปานกลาง โดยมีความรู้เรื่องเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มากกว่าความรู้เรื่องการจัดการ การมีส่วนร่วมของประชาชน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เชิงบวกหรือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระดับปานกลางถึงสูง โดยมี ทัศนคติต่อการให้สิ่งแวดล้อมศึกษาในทิศทางบวก สูงสุด ผลการทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน พบว่าทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติของจังหวัด กาญจนบุรีแตกต่างกันตามสถานภาพสมรส การศึกษา และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์แต่ไม่แตกต่างกันตาม ภูมิสำเนา เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การได้รับข่าวสาร ประสบการณ์การมี ส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม จำนวนครั้งของการท่องเที่ยวต่อปี และ ลักษณะการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ในอุทยานแห่งชาติของจังหวัดกาญจนบุรี ควรให้สิ่งแวดล้อมศึกษากับนักท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้และมีหลักสูตรชัดเจน รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่น เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาก

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดสมมติฐานและนำมา

ประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

หัตถ์วรรณ วิบุตยกุลมานนท์ (2545:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมเยือน พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี เป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท เอกชน มีรายได้ 5,000-9,999 บาทต่อเดือน และพักอาศัยในภาคกลาง 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือน พบว่า ส่วนมากเคยเดินทางมาชายหาดบางแสนแล้ว เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้มาเที่ยว ทราบข้อมูลชายหาดบางแสนจากหนังสือหรือนิตยสาร เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมากไปพร้อมกับเพื่อนด้วยรถส่วนตัวมักจะมาเพื่อพักผ่อน ส่วนมากไม่ค้างคืน ค่าใช้จ่ายครั้งละ 500-999 บาท โดยเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมีความสำคัญมากที่สุด 4) ความต้องการและปัญหาที่ประสบพบเจอ ผู้เยี่ยมเยือนต้องการมาเที่ยวชายหาดบางแสนอีก ชอบที่พักแบบบังกะโลหรือรีสอร์ท โดยค่าที่พักต่อคืนควรมีราคาต่ำกว่า 500 บาท สิ่งที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด คือ เรื่องความสะดวกของชายหาด ผู้เยี่ยมเยือนได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวในระดับมาก และปัญหาที่ประสบมากที่สุด คือ ความไม่เหมาะสมของราคาอาหาร ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ผลการทดสอบ สมมติฐาน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว อายุและสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทาง อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เพศมีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืน เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยว

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ไปใช้ศึกษาเป็นแนวทางสำหรับกำหนดปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

บทที่ 3

งานวิจัย

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดระเบียบวิธีวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยการออกแบบสอบถาม และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแปลผลโดยใช้สถิติ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี โดยมีสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. เก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้ เนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังมิได้ทำการรวบรวมสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด, 2538:185-186)

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

- เมื่อ
- n = จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
 - p = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม
 - z = ระดับความมั่นใจ ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ 0.05)
 - e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น

ดังนั้น

$$n = \frac{0.50(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 385$$

และสำรวจไว้ 4 %

$$= 385 \times 4 \%$$

$$= 15$$

ฉะนั้น ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรวจไว้ 4 % รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกสุ่มแบบมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดราชบุรี โดยเลือกบริเวณสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไป 8 แห่ง (สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี : 2545) ดังนี้

- | | |
|----------------------|----------------------------------|
| 1. ถ้ำฤาษีเขาสูง | 5. น้ำตกเก้าชั้น |
| 2. ถ้ำเขาบิน | 6. น้ำตกบ่อหวี หรือน้ำตกตะนาวศรี |
| 3. ถ้ำวัดเขาช่องพราน | 7. บ่อน้ำพุร้อน |
| 4. ถ้ำจอมพล | 8. ไป่งยุบ |

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดให้สุ่มตัวอย่างจากสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 8 แห่งๆ ละ 50 คน

ขั้นที่ 3 ใช้การเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่ให้ความร่วมมือโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่กำหนดไว้ในขั้นที่ 1

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยออกแบบสอบถาม ซึ่งได้ค้นคว้าข้อมูลจากทฤษฎี และดัดแปลงจากแนวคิดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยที่ได้ทำการวิจัยมาแล้ว โดยได้จัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการโดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มี 5 ข้อ ประกอบด้วย

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งกำหนดช่วงอายุจำนวนดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2544 : 110)

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

จากข้อมูลสำรวจของงานสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2544 ได้ใช้เกณฑ์การสำรวจผู้มีงานทำอายุตั้งแต่ 15-65 ปี ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ จึงได้ใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงอายุ โดยแบ่งออกเป็นช่วง แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม ดังนี้

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

ข้อที่ 3 การศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

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

ข้อที่ 4 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. นักเรียน / นักศึกษา
2. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานเอกชน
4. ประกอบธุรกิจ หรือค้าขายส่วนตัว
5. อาชีพอื่นๆ

ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งกำหนดช่วงรายได้ คำนวณดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2544 : 110)

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

จากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2544 สํารวจพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้มีงานทำอยู่ระหว่าง 6,500 – 33,000 บาท ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ จึงใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงรายได้ โดยแบ่งออกเป็นช่วง แสดงช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในแบบสอบถาม ดังนี้

1. ต่ำกว่า 6,500 บาท
2. 6,500 – 11,800 บาท
3. 11,801 – 17,100 บาท
4. 17,101 – 22,400 บาท
5. 22,401 – 27,701 บาท
6. 27,701 – 33,000 บาท
7. สูงกว่า 33,000 บาท

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สินค้าประจำจังหวัด การบริการการท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งได้ ดังนี้

ข้อที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category Scale) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method : Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2540 : 153) จำนวน 8 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

พอใจอย่างมาก	ให้คะแนน	5
พอใจ	ให้คะแนน	4
เฉยๆ	ให้คะแนน	3
ไม่พอใจ	ให้คะแนน	2
ไม่พอใจอย่างมาก	ให้คะแนน	1

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544 : 29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

เกณฑ์การแปลความหมาย

<u>ค่าเฉลี่ยที่ได้</u>	<u>ความหมาย</u>
4.21 – 5.00	พอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างมาก
3.41 – 4.20	พอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว
2.61 – 3.40	พอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเฉยๆ
1.81 – 2.60	ไม่พอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว
1.00 – 1.80	ไม่พอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างมาก

ข้อที่ 7 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพอใจต่อสินค้าประจำจังหวัดในจังหวัดราชบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category Scale) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method : Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2540 : 153) จำนวน 8 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

พอใจอย่างมาก	ให้คะแนน	5
พอใจ	ให้คะแนน	4
เฉยๆ	ให้คะแนน	3
ไม่พอใจ	ให้คะแนน	2
ไม่พอใจอย่างมาก	ให้คะแนน	1

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544 : 29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

เกณฑ์การแปลความหมาย

<u>ค่าเฉลี่ยที่ได้</u>	<u>ความหมาย</u>
4.21 – 5.00	พอใจต่อสินค้าประจำจังหวัดอย่างมาก
3.41 – 4.20	พอใจต่อสินค้าประจำจังหวัด
2.61 – 3.40	พอใจต่อสินค้าประจำจังหวัดเฉยๆ
1.81 – 2.60	ไม่พอใจต่อสินค้าประจำจังหวัด
1.00 – 1.80	ไม่พอใจต่อสินค้าประจำจังหวัดอย่างมาก

ข้อที่ 8 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category Scale) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method : Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2540 : 153) จำนวน 10 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

พอใจอย่างมาก	ให้คะแนน	5
พอใจ	ให้คะแนน	4
เฉยๆ	ให้คะแนน	3
ไม่พอใจ	ให้คะแนน	2
ไม่พอใจอย่างมาก	ให้คะแนน	1

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัย ใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544 : 29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

เกณฑ์การแปลความหมาย

<u>ค่าเฉลี่ยที่ได้</u>	<u>ความหมาย</u>
4.21 – 5.00	พอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวอย่างมาก
3.41 – 4.20	พอใจต่อการบริการการท่องเที่ยว
2.61 – 3.40	พอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวเฉยๆ
1.81 – 2.60	ไม่พอใจต่อการบริการการท่องเที่ยว
1.00 – 1.80	ไม่พอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวมากที่สุด

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ โดยสามารถแบ่งได้ดังนี้

ข้อ 9 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category Scale) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method : Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2540 : 153) จำนวน 5 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

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

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัย ใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544 : 29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

เกณฑ์การแปลความหมาย

<u>ค่าเฉลี่ยที่ได้</u>	<u>ความหมาย</u>
4.21 – 5.00	การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด
3.41 – 4.20	การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารมาก
2.61 – 3.40	การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารปานกลาง
1.81 – 2.60	การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อย
1.00 – 1.80	การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการมาท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งได้ ดังนี้

ข้อ 10 เป็นคำถามเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category Scale) โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method : Likert scale questions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2540 : 153) จำนวน 7 ข้อ ซึ่งจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

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

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544 : 29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

เกณฑ์การแปลความหมาย

<u>ค่าเฉลี่ยที่ได้</u>	<u>ความหมาย</u>
4.21 – 5.00	ได้รับมูลเหตุจูงใจนี้มากที่สุด
3.41 – 4.20	ได้รับมูลเหตุจูงใจนี้มาก
2.61 – 3.40	ได้รับมูลเหตุจูงใจนี้ปานกลาง
1.81 – 2.60	ได้รับมูลเหตุจูงใจนี้น้อย
1.00 – 1.80	ได้รับมูลเหตุจูงใจนี้น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย

ข้อ 11 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเรื่อง วัดอุประสงค์ ในการท่องเที่ยว โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 12 เป็นคำถามเกี่ยวกับจำนวนคนในการเดินทาง โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open – ended Question)

๓-๑๔ ข้อ 13 – ข้อ 15 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเรื่อง บุคคลที่มีอิทธิพล พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

๑๕-๑๖ ข้อ 16 – ข้อ 18 เป็นคำถามเกี่ยวกับจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open – ended Question)

๑๗ ข้อ 19 เป็นคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่ให้เลือกมากกว่า 2 คำตอบขึ้นไป (Check List) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ทบทวนวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อใช้ในการกำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้ครอบคลุมตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. รวบรวมสาระ และเนื้อหาต่างๆที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี
4. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี
5. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้
7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α - Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบัค (Croanbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125 –126) ค่าอัลฟ่าที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งความเชื่อมั่นในการทดสอบครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.910

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยได้ดำเนินการทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยจะเข้าพบนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวคนเดียวและที่มาเป็นกลุ่ม และเข้าพบมัคคุเทศก์หรือผู้นำนักท่องเที่ยวกรณีมาเป็นกลุ่มทัวร์ เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูล โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Pre-test) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการของ Croanbach's α
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้ว ออกเก็บข้อมูลจริง
3. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยจะเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีเท่านั้น
4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว นำมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส สำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
5. นำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 10 และทำการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)
ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา จะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี มีรายละเอียดดังนี้
 - 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้นำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
 - 1.2 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามในตอนต้นที่ 2 โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
 - 1.3 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามในตอนต้นที่ 3 โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.4 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามในตอนที่ 4 โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.5 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามในตอนที่ 5 โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาครั้งนี้ จะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้ จากวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ในการวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ใช้สถิติ t-test independent ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (เฉพาะตัวแปร - เพศ) โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 1(ตอนที่ 1) กับข้อที่ 16-18(ตอนที่ 5)

2.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ F-Test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ยกเว้นตัวแปร - เพศ) โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 2-5 (ตอนที่ 1) กับ ข้อที่ 16-18 (ตอนที่ 5)

2.3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 6 –8 (ตอนที่ 2) กับข้อที่ 16 – 18 (ตอนที่ 5)

2.4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 9 (ตอนที่ 3) กับข้อที่ 16 – 18 (ตอนที่ 5)

2.5 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 10 (ตอนที่ 4) กับข้อที่ 16 – 18 (ตอนที่ 5)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

✓ 1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลที่ใช้ในแบบสอบถาม

✓ 1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean = $\bar{X}$) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่ใช้ในแบบสอบถาม (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541: 40) ข้อที่ 6-10 และข้อที่ 16 -18

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

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541: 65)

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

เมื่อ	S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α - Coefficient) ของครอนบัค (Croanbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546)

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

เมื่อ	α	แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน จำนวนคำถาม
	covariance	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	variance	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มที่ระดับนัยสำคัญ .05 (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 164-165) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 (เฉพาะตัวแปรเพศเท่านั้น)
สมมติฐาน : เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีที่ต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 1 (ตอนที่ 1) กับข้อที่ 16-18 (ตอนที่ 5)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1, n_2	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	K	แทน	จำนวนกลุ่ม
	N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
	(K - 1)	แทน	Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม (df _b)
	(N - K)	แทน	Degree of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม (df _w)

✕ 3.2 ค่า F-Test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 249) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ยกเว้นตัวแปร-เพศ)

สมมติฐาน : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด

ราชบุรีที่แตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 2 (ตอนที่ 1) กับข้อที่ 16-18 (ตอนที่5)

สมมติฐาน : การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด

ราชบุรีที่แตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 3 (ตอนที่ 1) กับข้อที่ 16-18 (ตอนที่5)

สมมติฐาน : อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด

ราชบุรีที่แตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 4 (ตอนที่ 1) กับข้อที่ 16-18 (ตอนที่5)

สมมติฐาน : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 5 (ตอนที่ 1) กับข้อที่ 16-18 (ตอนที่5)

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

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ
	MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
	MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

MS_b	=	$\frac{SS_b}{(k-1)}$
MS_w	=	$\frac{SS_w}{(n-k)}$
SS_b	แทน	ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between group sum of Squares)
SS_w	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within group sum of Squares)
K	แทน	จำนวนกลุ่ม
N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
(k-1)	แทน	Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม (df_b)
(n-k)	แทน	Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม (df_w)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545 : 161)

$$LSD = \frac{t_{1-\alpha/2; n-k}}{2} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

$$r = n - k$$

เมื่อ	LSD	แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
	MSE	แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
	α	แทน ค่าความเชื่อมั่น

3.3 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 314) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ข้อที่ 3 และข้อที่ 4

สมมติฐาน : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

สมมติฐาน : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

สมมติฐาน : ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

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

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ΣX แทน ผลรวมของคะแนน X

ΣY แทน ผลรวมของคะแนน Y

ΣX^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣY^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣXY แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่

n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544 : 316)

1. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 1 (ประมาณ 0.70 ถึง 0.90) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง (ถ้าสูงกว่า 0.90 ถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก).

2. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.50 (ประมาณ 0.30 ถึง 0.70) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง

3. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 0.00 (ประมาณ 0.30 และต่ำกว่า) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ

4. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0.00 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง

ลักษณะที่สำคัญของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544 : 310-311)

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00 ค่า -1.00 และ +1.00 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุดแต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน ส่วนค่า 0.00 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ข้อมูลมีความสัมพันธ์กันทางบวก หรือข้อมูลมีความสัมพันธ์ตามกัน หมายความว่าเหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนสูงในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนสูงในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย หรือกล่าวในทางกลับกันว่าเหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนต่ำในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนต่ำในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย

3. ข้อมูลมีความสัมพันธ์กันทางลบ หรือข้อมูลมีความสัมพันธ์ตรงข้ามกัน หมายความว่าเหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนต่ำในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนสูงในอีกตัวแปรหนึ่ง หรือกล่าวในทางกลับกันว่าเหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนสูงในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนต่ำในอีกตัวแปรหนึ่ง

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ในการวิเคราะห์และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

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

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว
2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์
4. ข้อมูลเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว
5. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทยที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

4. ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	182	45.50
หญิง	218	54.50
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	24	6.00
15 - 24 ปี	141	35.20
25 - 34 ปี	117	29.20
35 - 44 ปี	78	19.50
45 - 54 ปี	35	8.80
55 - 64 ปี	5	1.30
65 ปีขึ้นไปหรือเท่ากับ	0	0.00
รวม	400	100.00
3. การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	53	13.30
มัธยมศึกษาตอนต้น	66	16.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	87	21.70
อนุปริญญา / ปวส.	54	13.50
ปริญญาตรี	125	31.20
สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.80
รวม	400	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	126	31.50
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	66	16.50
พนักงานเอกชน	83	20.70
ประกอบธุรกิจ / ค้าขายส่วนตัว	82	20.50
อื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป	43	10.80
รวม	400	100.00
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 6,500 บาท	184	46.00
6,500 - 11,800 บาท	114	28.50
11,801 - 17,100 บาท	36	9.00
17,101 - 22,400 บาท	30	7.50
มากกว่า 22,400 บาท	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50

อายุ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 15 - 24 ปี มีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.20 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 - 64 ปี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และพบว่าไม่มีนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปหรือเท่า ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช. มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจ / ค้าขายส่วนตัว มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 นักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 6,500 - 11,800 บาท มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 11,801 - 17,100 บาท มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 22,400 บาท มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 17,101 - 22,400 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ตาราง 3 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว	พอใจ อย่าง มาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอ ใจ	ไม่พอใจ อย่าง มาก	ไม่เคย ไป	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. ถ้ำฤาษีเขาสูง	54	111	83	7	2	143	2.45	1.94	ไม่พอใจ
2. ถ้ำเขabin	99	159	41	7	1	93	3.17	1.87	เฉยๆ
3. ถ้ำวัดเขาช่องพราน	113	135	44	7	-	101	3.13	1.94	เฉยๆ
4. ถ้ำจอมพล	63	115	66	12	-	144	2.49	1.98	ไม่พอใจ
5. น้ำตกเก้าชั้น	65	100	32	11	1	191	2.11	2.11	ไม่พอใจ
6. น้ำตกบ่อหวีหรือ น้ำตกตะนาวศรี	44	46	20	6	3	281	1.20	1.92	ไม่พอใจ อย่างมาก
7. บ่อน้ำพุร้อน	73	111	39	12	6	159	2.39	2.08	ไม่พอใจ
8. โป่งยุบ	36	72	55	6	2	229	1.62	1.96	ไม่พอใจ อย่างมาก

จากตาราง 3 แสดงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจเฉยๆ คือ ถ้ำเขabin มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 รองลงมา คือ ถ้ำวัดเขาช่องพราน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.13 ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจ คือ ถ้ำจอมพล ถ้ำฤาษีเขาสูง บ่อน้ำพุร้อน และน้ำตกเก้าชั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49, 2.45, 2.39 และ 2.11 ตามลำดับ และแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจอย่างมาก คือ โป่งยุบ และ น้ำตกบ่อหวี หรือน้ำตกตะนาวศรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.62 และ 1.20 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม
สินค้าประจำจังหวัด

สินค้าประจำจังหวัด	พอใจ อย่าง มาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอ ใจ	ไม่พอใจ อย่าง มาก	ไม่เคย ซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ผ้าจก	31	61	25	2	1	280	1.20	1.88	ไม่พอใจ อย่างมาก
2. ผ้าทอบ้านไร่	42	79	32	2	1	244	1.57	2.02	ไม่พอใจ อย่างมาก
3. ตูกตาบ้านสิงห์	83	107	33	4	3	170	2.38	2.14	ไม่พอใจ
4. เครื่องจักสานเถา อรุณ	34	46	24	4	3	289	1.09	1.84	ไม่พอใจ อย่างมาก
5. ขลุ่ยและของที่ ระลึกที่ทำด้วยไม้โมก มัน	34	54	40	6	2	264	1.30	1.89	ไม่พอใจ อย่างมาก
6. ผลิตภัณฑ์นมสด	123	113	26	4	-	134	2.88	2.13	เฉยๆ
7. ไชโป้วหวานและไช โป้วเค็ม	73	108	36	7	4	172	2.31	2.11	ไม่พอใจ
8. เครื่องปั้นดินเผา เช่น โอ่งมังกร	133	119	20	8	2	118	3.05	2.08	เฉยๆ

จากตาราง 4 แสดงสินค้าประจำจังหวัด พบว่า สินค้าประจำจังหวัดที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจเฉยๆ คือ เครื่องปั้นดินเผา เช่น โอ่งมังกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์นมสด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.88 ส่วนสินค้าประจำจังหวัดที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจ คือ ตูกตาบ้านสิงห์ และไชโป้วหวานและไชโป้วเค็ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 และ 2.31 ตามลำดับ และสินค้าประจำจังหวัดที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจอย่างมาก คือ ผ้าทอบ้านไร่ ขลุ่ยและของที่ระลึกที่ทำด้วยไม้โมกมัน ผ้าจก และเครื่องจักสานเถาอรุณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.57, 1.30, 1.20 และ 1.09 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม
การบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี

การบริการท่องเที่ยว ของจังหวัดราชบุรี	พอใจ อย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีป้ายบอกเส้นทาง และแหล่งท่องเที่ยว ชัดเจน	124	167	60	39	10	3.89	1.03	พอใจ
2. มีป้ายและ สัญลักษณ์ต่างๆเพื่อ เตือนภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ภายในแหล่ง ท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	98	171	80	41	10	3.77	1.01	พอใจ
3. แหล่งท่องเที่ยวมี ระบบสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ ถึงขยะ เพียงพอ	91	184	76	43	6	3.78	0.97	พอใจ
4. มีการดูแลเรื่อง ความปลอดภัยให้กับ นักท่องเที่ยวเป็น อย่างดี	73	153	131	36	7	3.62	0.94	พอใจ
5. อัตราค่าชมสถานที่ ท่องเที่ยวเหมาะสม	135	171	76	15	3	4.05	0.86	พอใจ
6. มีจุดบริการนักท่องเที่ยว เพียงพอ	101	149	107	36	7	3.75	0.99	พอใจ
7. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ที่มีที่พักแรม เพียงพอ	58	124	145	64	9	3.40	0.99	เฉยๆ
8. มีร้านอาหารเพียง พอสามารถรองรับนัก ท่องเที่ยวได้	100	173	97	29	1	3.86	0.89	พอใจ

ตาราง 5 (ต่อ)

การบริการท่องเที่ยว ของจังหวัดราชบุรี	พอใจ อย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
9. การคมนาคมใน จังหวัดราชบุรี สะดวกสบาย เช่น ถนน รถโดยสาร	144	180	48	25	3	4.09	0.89	พอใจ
10. คนในท้องถิ่นคอย ให้ความช่วยเหลือ อย่างดี	137	155	90	13	5	4.01	0.90	พอใจ

จากตาราง 5 แสดงการบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี พบว่า การบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีที่นักท่องเที่ยวพอใจ คือ การคมนาคมในจังหวัดราชบุรีสะดวกสบาย เช่น ถนน รถโดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมา คือ อัตราค่าชมสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะสม คนในท้องถิ่นคอยให้ความช่วยเหลืออย่างดี มีป้ายบอกเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน มีร้านอาหารเพียงพอสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ แหล่งท่องเที่ยวมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ ถึงขยะ เพียงพอ มีป้ายและสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อเตือนภัยให้แก่นักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีจุดบริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ และมีการดูแลเรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05, 4.01, 3.89, 3.86, 3.78, 3.77, 3.75 และ 3.62 ตามลำดับ ส่วนการบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจเฉยๆ คือ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พักแรมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยรับรู้	$\bar{X}$	S.D.	การรับรู้
1. การบอกปากต่อปาก	130	122	101	27	11	9	3.77	1.18	มาก
2. วารสาร/นิตยสาร	34	55	149	83	24	55	2.57	1.41	น้อย
3. แผ่นพับ	21	39	113	99	37	91	2.09	1.46	น้อย
4. อินเทอร์เน็ต	51	73	122	57	31	66	1.77	1.62	น้อยที่สุด
5. งานมหกรรมท่องเที่ยว	25	36	86	72	36	145	2.65	1.58	ปานกลาง

จากตาราง 6 แสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารมาก คือ การบอกปากต่อปาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ส่วนแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง คือ งานมหกรรมท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารน้อย คือ วารสาร/นิตยสาร และแผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 และ 2.09 ตามลำดับ ส่วนแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.77

4. ข้อมูลเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

ตาราง 7 แสดงจำนวน (ความถี่) ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม มูลเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

มูลเหตุจูงใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับมูลเหตุจูงใจ
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวสวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ	152	145	97	3	3	4.10	0.84	มาก
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน	82	133	155	25	5	3.66	0.92	มาก
3. มีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกหลายรูปแบบ	102	145	133	18	2	3.82	0.88	มาก
4. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลายแห่ง เช่น ถ้ำต่างๆ โป่งยุบ	122	165	99	10	4	3.98	0.86	มาก
5. ต้องการพาครอบครัวมาพักผ่อน	112	139	115	22	12	3.79	1.01	มาก
6. เพื่อนชักชวนให้มาเที่ยว	73	141	127	46	13	3.54	1.02	มาก
7. การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	35	96	162	76	31	3.07	1.04	ปานกลาง
8. เพื่อซื้อสินค้าประจำจังหวัด	41	88	159	77	35	3.06	1.08	ปานกลาง

จากตาราง 7 แสดงมูลเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า มูลเหตุจูงใจที่นักท่องเที่ยวได้รับในระดับมาก คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวสวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมา คือ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลายแห่ง เช่น ถ้ำต่างๆ โป่งยุบ มีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกหลายรูปแบบ ต้องการพาครอบครัวมาพักผ่อน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน เพื่อนชักชวนให้มาเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98, 3.82, 3.79, 3.66 และ 3.54 ตามลำดับ ส่วนมูลเหตุจูงใจที่นักท่องเที่ยวได้รับในระดับปานกลาง คือ การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และเพื่อซื้อสินค้าประจำจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และ 3.06 ตามลำดับ

5. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตาราง 8 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. มาพักผ่อน	355	74.10
2. มาเยี่ยมญาติ	47	9.80
3. มาติดต่อธุรกิจ	21	4.40
4. มาทัศนศึกษา	44	9.20
5. อื่นๆ เช่น มาทำบุญ สัมมนา ทำงาน เรียน	12	2.50
รวม		100.00

จากตาราง 8 แสดงวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมา คือ วัตถุประสงค์เพื่อมาเยี่ยมญาติ วัตถุประสงค์เพื่อมาทัศนศึกษา วัตถุประสงค์เพื่อมาติดต่อธุรกิจ และวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น มาทำบุญ สัมมนา ทำงาน เรียน คิดเป็นร้อยละ 9.80, 9.20, 4.40 และ 2.50 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง (รวมตัว
ท่านเอง) ของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1. เดินทางคนเดียว	11	2.70
2. ผู้ร่วมเดินทาง 2 คน	43	10.70
3. ผู้ร่วมเดินทาง 3 คน	45	11.20
4. ผู้ร่วมเดินทาง 4 คน	59	14.70
5. ผู้ร่วมเดินทาง 5 คน	57	14.20
6. ผู้ร่วมเดินทาง 6 คน	25	6.20
7. ผู้ร่วมเดินทาง 7 คน	18	4.50
8. ผู้ร่วมเดินทาง 8 คน	14	3.50
9. ผู้ร่วมเดินทาง 9 คน	19	4.70
10. ผู้ร่วมเดินทาง 10 คน	25	6.20
11. ผู้ร่วมเดินทาง 11 คน	5	1.20
12. ผู้ร่วมเดินทาง 12 คน	15	3.80
13. ผู้ร่วมเดินทาง 13 คน	1	0.30
14. ผู้ร่วมเดินทาง 14 คน	7	1.70
15. ผู้ร่วมเดินทาง 15 คน	11	2.70
16. ผู้ร่วมเดินทาง 16 คน	4	1.00
17. ผู้ร่วมเดินทาง 20 คน	7	1.70
18. ผู้ร่วมเดินทาง 24 คน	1	0.30
19. ผู้ร่วมเดินทาง 25 คน	2	0.50
20. ผู้ร่วมเดินทาง 30 คน	3	0.80
21. ผู้ร่วมเดินทาง 33 คน	1	0.30
22. ผู้ร่วมเดินทาง 37 คน	1	0.30
23. ผู้ร่วมเดินทาง 38 คน	3	0.80
24. ผู้ร่วมเดินทาง 40 คน	3	0.80
25. ผู้ร่วมเดินทาง 50 คน	3	0.80
26. ผู้ร่วมเดินทาง 85 คน	2	0.50
27. ผู้ร่วมเดินทาง 100 คน	11	2.70
28. ผู้ร่วมเดินทาง 120 คน	1	0.30
29. ผู้ร่วมเดินทาง 130 คน	1	0.30
30. ผู้ร่วมเดินทาง 140 คน	1	0.30
31. ผู้ร่วมเดินทาง 150 คน	1	0.30
รวม	400	100.00

$$\bar{X} = 11.76$$

จากตาราง 9 แสดงจำนวนผู้ร่วมเดินทาง(รวมตัวท่านเอง) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง 4 คน มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 รองลงมา นักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทาง 5 คน มีจำนวน 57 คน และนักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทาง 3 คน มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 และ 11.20 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย $\bar{X} = 11.76$ หรือเท่ากับ 12 คน

ตาราง 10 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1. มาคนเดียว	14	3.50
2. มากับครอบครัว	162	40.50
3. มากับญาติ	35	8.70
4. มากับเพื่อน	175	43.80
5. อื่น ๆ เช่น มากับบริษัท ชมรมหรือสมาคม	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 แสดงผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา คือ เดินทางมากับครอบครัว มีจำนวน 162 คน เดินทางมากับญาติ มีจำนวน 35 คน และเดินทางมาคนเดียวซึ่งมีจำนวนเท่ากับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัท ชมรมหรือสมาคม มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50, 8.70, 3.50 และ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพาหนะในการเดินทางของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

พาหนะในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1. รถยนต์ส่วนตัว	338	84.50
2. รถโดยสารประจำทาง	18	4.50
3. รถไฟ	4	1.00
4. รถบริษัทนำเที่ยว	20	5.00
5. รถเช่าเหมา	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 แสดงพาหนะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า พาหนะในการเดินทางที่นักท่องเที่ยวใช้มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมา คือ รถบริษัทนำเที่ยวซึ่งมีจำนวนเท่ากับการเดินทางโดยรถเช่าเหมา มีจำนวน 20 คน รถโดยสารประจำทาง มีจำนวน 18 คน และรถไฟ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00, 5.00, 4.50 และ 1.00 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ช่วงเวลาในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1. วันธรรมดา	52	13.00
2. วันหยุดปลายสัปดาห์	283	70.70
3. วันลาพักร้อนประจำปี	15	3.80
4. วันหยุดตามเทศกาล	35	8.70
5. อื่นๆ เช่น ไปกับบริษัท ขึ้นกับโอกาสอำนวย	15	3.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 12 แสดงช่วงเวลาในการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางในช่วงวันหยุดปลายสัปดาห์มากที่สุด มีจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.70 รองลงมา คือ เดินทางในช่วงวันธรรมดา มีจำนวน 52 คน เดินทางในช่วงวันหยุดตามเทศกาล มีจำนวน 35 คน และเดินทางในช่วงวันลาพักร้อนประจำปี ซึ่งมีจำนวนเท่ากับการเดินทางในช่วงอื่นๆ เช่น ไปกับบริษัท ขึ้นกับโอกาสอำนวย มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00, 8.70, 3.80 และ 3.80 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 วัน	231	57.70
2. 2 วัน	109	27.10
3. 3 วัน	24	6.00
4. 4 วัน	8	2.00
5. 5 วัน	8	2.00
6. 7 วัน	7	1.70
7. 8 วัน	1	0.30
8. 10 วัน	6	1.50
9. 14 วัน	1	0.30
10. 15 วัน	1	0.30
11. 20 วัน	2	0.50
12. 26 วัน	1	0.30
13. 56 วัน	1	0.30
รวม	400	100.00

$$X = 2.15$$

$$\text{Minimum} = 1, \text{Maximum} = 56, \text{S.D.} = 3.68$$

จากตาราง 13 แสดงจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 1 วัน มีจำนวน 231 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.70 รองลงมา คือ 2 วัน มีจำนวน 109 คน และ 3 วัน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 และ 6.00 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ย $\bar{x}$ เท่ากับ 2.15 หรือเท่ากับ 3 วัน จำนวนวันในการมาท่องเที่ยวน้อยที่สุด เท่ากับ 1 วัน ส่วนจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากที่สุด เท่ากับ 56 วัน และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 3.68

ตาราง 14 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. 20 บาท	5	1.20
2. 50 บาท	8	2.00
3. 70 บาท	1	0.30
4. 100 บาท	29	7.10
5. 120 บาท	1	0.30
6. 140 บาท	1	0.30
7. 150 บาท	2	0.50
8. 200 บาท	34	8.50
9. 250 บาท	1	0.30
10. 300 บาท	31	7.60
11. 350 บาท	2	0.50
12. 400 บาท	37	9.10
13. 500 บาท	70	17.50
14. 550 บาท	2	0.50
15. 599 บาท	1	0.30
16. 600 บาท	9	2.20
17. 700 บาท	10	2.50
18. 800 บาท	4	1.00
19. 1,000 บาท	74	18.50
20. 1,200 บาท	7	1.70
21. 1,500 บาท	10	2.50
22. 1,800 บาท	1	0.30
23. 2,000 บาท	30	7.50
24. 2,400 บาท	1	0.30
25. 2,500 บาท	2	0.50
26. 3,000 บาท	12	3.00
27. 3,500 บาท	1	0.30
28. 4,000 บาท	4	1.00
29. 4,500 บาท	1	0.30
30. 5,000 บาท	6	1.50
31. 7,000 บาท	1	0.30
32. 10,800 บาท	1	0.30
33. 20,000 บาท	1	0.30
รวม	400	100.00

$$\bar{X} = 956.45$$

Minimum = 20, Maximum = 20,000, S.D. = 1,452.89

จากตาราง 14 แสดงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย คือ 1,000 บาท มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 รองลงมา คือ มีค่าใช้จ่าย 500 บาท มีจำนวน 70 คน และมีค่าใช้จ่าย 400 บาท มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ 9.10 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย $\bar{x} = 956.45$ หรือเท่ากับ 957 บาท ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด เท่ากับ 20 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากที่สุด เท่ากับ 20,000 บาท และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1,452.89

ตาราง 15 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง	102	25.50
2. 2 ครั้ง	53	13.20
3. 3 ครั้ง	34	8.50
4. 4 ครั้ง	21	5.20
5. 5 ครั้ง	42	10.50
6. 6 ครั้ง	7	1.70
7. 7 ครั้ง	10	2.50
8. 8 ครั้ง	3	0.70
9. 9 ครั้ง	1	0.30
10. 10 ครั้ง	58	14.50
11. 11 ครั้ง	1	0.30
12. 12 ครั้ง	4	1.00
13. 13 ครั้ง	4	1.00
14. 14 ครั้ง	5	1.20
15. 15 ครั้ง	5	1.20
16. 16 ครั้ง	1	0.30
17. 20 ครั้ง	28	7.00
18. 25 ครั้ง	1	0.30
19. 30 ครั้ง	12	3.00
20. 35 ครั้ง	1	0.30
21. 36 ครั้ง	2	0.50
22. 40 ครั้ง	1	0.30
23. 50 ครั้ง	2	0.50
24. 60 ครั้ง	2	0.50
รวม	400	100.00

$$\bar{X} = 7.88$$

Minimum = 1, Maximum = 300, S.D. = 16.93

จากตาราง 15 แสดงจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1 ครั้งในรอบ 1 ปี มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงมา คือ เดินทางมาท่องเที่ยว 10 ครั้งในรอบ 1 ปี มีจำนวน 58 คน และเดินทางมาท่องเที่ยว 2 ครั้งในรอบ 1 ปี มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และ 13.20 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปีเฉลี่ย $\bar{x} = 7.88$ หรือเท่ากับ 8 ครั้ง จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี น้อยที่สุด เท่ากับ 1 ครั้ง ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี มากที่สุด เท่ากับ 300 ครั้ง และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 16.93

ตาราง 16 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวในอนาคตของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
1. มาอีกแน่นอน	319	79.70
2. ไม่มาอีกแน่นอน	5	1.30
3. ไม่แน่ใจ	76	19.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 16 แสดงความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวในอนาคต พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจมาอีกแน่นอนมากที่สุด มีจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.70 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ มีจำนวน 76 คน และไม่มาอีกแน่นอน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ 1.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทยที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี

ในส่วนนี้สามารถแบ่งสมมติฐานย่อยตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

1.1 เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 17

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัด
ราชบุรี จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
1. จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	ชาย	2.52	4.79	1.814	398	.070
	หญิง	1.85	2.35			
2. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ชาย	1132.03	1895.45	2.219*	398	.027
	หญิง	809.86	914.96			
3. จำนวนครั้งที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี	ชาย	7.93	8.84	.050	398	.960
	หญิง	7.84	21.49			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า พฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า Probability (p) เท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ส่วนพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี มีค่า Probability (p) มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน

1.2 อายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน

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

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	44.029	8.806	.648	.663
	ภายในกลุ่ม	394	5353.668	13.588		
	รวม	399	5397.697			

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีค่า F-Prob. เท่ากับ .663 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	35397751.143	7079550.229	3.457*	.005
	ภายในกลุ่ม	394	806842721.755	2047824.167		
	รวม	399	842240472.898			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ตามลำดับดังต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวยุคที่มีอายุแตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

อายุ	ต่ำกว่า 15 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป หรือเท่ากับ
$\bar{X}$	580.83	661.55	1125.56	1238.08	1005.71	2380.00	0
ต่ำกว่า 15 ปี	580.83	80.72 (.799)	544.73 (.090)	657.25* (.050)	424.88 .263	1799.17* (.011)	
15-24 ปี	661.55		464.01* (.010)	576.53* (.005)	344.16 (.204)	1718.45* (.009)	
25-34 ปี	1125.56			112.52 (.591)	119.85 (.664)	1254.44 (.056)	
35-44 ปี	1238.08				232.37 (.425)	1141.92 (.084)	
45-54 ปี	1005.71					1374.29* (.045)	
55-64 ปี	2380.00						
65 ปีขึ้นไป หรือเท่ากับ	0						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 20 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี กับอายุ 35 - 44 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .050 ซึ่งเท่ากับ .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 657.25

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี กับอายุ 55 - 64 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 - 64 ปี ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1799.17

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 25 - 34 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 464.01

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 35 - 44 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 15 - 24 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 35 - 44 ปี ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 576.53

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 15 - 24 ปี กับอายุ 55 - 64 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 15 - 24 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 55 - 64 ปี ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1718.45

นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 45 - 54 ปี กับอายุ 55 - 64 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 45 - 54 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวยที่มีอายุ 55 - 64 ปี ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1374.29

ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี จำแนกตามอายุ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
พฤติกรรมการท่องเที่ยว						
จำนวนครั้งที่เดินทางมา	ระหว่างกลุ่ม	5	1106.189	221.238	.770	.572
ท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี	ภายในกลุ่ม	394	113237.288	287.404		
	รวม	399	114343.477			

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวยไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี มีค่า F-Prob. เท่ากับ .572 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน

1.3 การศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ที่แตกต่างกัน

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

ตาราง 22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	57.945	11.589	.855	.511
	ภายในกลุ่ม	394	5339.753	13.553		
	รวม	399	5397.698			

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีค่า F-Prob. เท่ากับ .511 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	14945083.772	2989016.754	1.424	.215
	ภายในกลุ่ม	394	827295389.126	2099734.490		
	รวม	399	842240472.898			

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า F-Prob. เท่ากับ .215 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี	ระหว่างกลุ่ม	5	2417.058	483.412	1.702	.133
	ภายในกลุ่ม	394	111926.420	284.077		
	รวม	399	114343.478			

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี มีค่า F-Prob. เท่ากับ .133 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน

1.4 อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน

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

ตาราง 25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	55.401	13.850	1.024	.395
	ภายในกลุ่ม	395	5342.296	13.525		
	รวม	399	5397.697			

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีค่า F-Prob. เท่ากับ .395 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	24803498.218	6200874.554	2.996*	.019
	ภายในกลุ่ม	395	817436974.680	2069460.695		
	รวม	399	842240472.898			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ .019 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ตามลำดับดังต่อไปนี้

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ประกอบธุรกิจ / ค้าขาย	อื่นๆ ได้แก่ แม่ บ้าน รับจ้างทั่วไป
$\bar{X}$	618.40	1096.21	1231.81	1130.73	868.60
นักเรียน / นักศึกษา	618.40	477.81* (.029)	613.41* (.003)	512.33* (.012)	250.20 (.325)
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1096.21		135.60 (.568)	34.52 (.885)	227.61 (.420)
พนักงานเอกชน	1231.81			101.08 (.652)	363.20 (.180)
ประกอบธุรกิจ / ค้าขาย	1130.73				262.13 (.334)
อื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป	868.60				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 27 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 477.81

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชน ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 613.41

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา กับนักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจ / ค้าขาย จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจ / ค้าขาย ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 512.33

ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี	ระหว่างกลุ่ม	4	1288.087	322.022	1.125	.344
	ภายในกลุ่ม	395	113055.390	286.216		
	รวม	399	114343.477			

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี มีค่า F-Prob. เท่ากับ .344 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน

1.5 รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน

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

ตาราง 29 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	25.709	6.427	.473	.756
	ภายในกลุ่ม	395	5371.989	13.600		
	รวม	399	5397.698			

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีค่า F-Prob. เท่ากับ .756 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	28836408.740	7209102.185	3.501*	.008
	ภายในกลุ่ม	395	813404064.158	2059250.795		
	รวม	399	842240472.898			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least-Significant Different (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ตามลำดับดังต่อไปนี้

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

รายได้ต่อเดือน		ต่ำกว่า 6,500 บาท	6,500 - 11,800 บาท	11,801 - 17,100 บาท	17,101 - 22,400 บาท	มากกว่า 22,400 บาท
	X	699.18	1165.35	1244.44	1153.33	1311.11
ต่ำกว่า 6,500 บาท	699.18		496.17* (.004)	575.26* (.028)	484.15 (.087)	641.93* (.015)
6,500 - 11,800 บาท	1165.35			79.09 (.773)	12.02 (.967)	145.76 (.596)
11,801 - 17,100 บาท	1244.44				91.11 (.797)	66.67 (.844)
17,101 - 22,400 บาท	1153.33					157.78 (.657)
มากกว่า 22,400 บาท	1311.11					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 31 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 6,500 - 11,800 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 6,500 - 11,800 บาท ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 496.17

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 11,801 - 17,100 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .028 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 11,801 - 17,100 บาท ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 575.26

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 22,400 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 22,400 บาท ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 641.93

ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี	ระหว่างกลุ่ม	4	464.075	116.019	.402	.807
	ภายในกลุ่ม	395	113879.402	288.302		
	รวม	399	114343.477			

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของนักท่องเที่ยวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี มีค่า F-Prob. เท่ากับ .807 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

H_1 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว

ตัวแปร	จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ($\bar{x} = 2.15$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	.156**	.002	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .156 ซึ่งตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว สินค้าประจำจังหวัด และการบริการการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ($\bar{x} = 2.15$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
- แหล่งท่องเที่ยว	.147**	.003	400
- สินค้าประจำจังหวัด	.154**	.002	400
- การบริการการท่องเที่ยว	.016	.750	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .147 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .154 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสินค้าประจำจังหวัดมากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านการบริการการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .750 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านการบริการการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว และสินค้าประจำจังหวัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นรายข้อ จำนวน 16 ข้อ ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว และสินค้าประจำจังหวัดโดยพิจารณาเป็นรายข้อ กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
1. แหล่งท่องเที่ยว	.147**	.003	400
1.1 ถ้ำถ้ำเขาวง	.109*	.029	400
1.2 ถ้ำเขาบิน	.082	.102	400
1.3 ถ้ำวัดเขาช่องพราน	.039	.435	400
1.4 ถ้ำจอมพล	.078	.118	400
1.5 น้ำตกแก้ง	.111*	.027	400
1.6 น้ำตกบ่อหวีหรือน้ำตกตะนาวศรี	.145**	.004	400
1.7 บ่อน้ำพุร้อน	.111*	.026	400
1.8 โป่งยุบ	.143**	.004	400
2. สินค้าประจำจังหวัด	.154**	.002	400
2.1 ผ้าจก	.129*	.010	400
2.2 ผ้าทอบ้านไร่	.167**	.001	400
2.3 ตุ๊กตาบ้านสิงห์	.052	.302	400
2.4 เครื่องจักสานเถาอู่น	.131**	.009	400
2.5 ชลู่และของที่ระลึกที่ทำด้วยไม้โมกมัน	.172**	.001	400
2.6 ผลิตภัณฑ์นมสด	.098*	.049	400
2.7 ไข่โป้วหวานและไข่โป้วเค็ม	.107*	.032	400
2.8 เครื่องปั้นดินเผา เช่น โอ่งมังกร	.067	.180	400

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว และสินค้าประจำจังหวัดโดยพิจารณาเป็นรายข้อ กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์สถิติ สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .147 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ถ้าเข้าสู่เชิงกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .109 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ถ้าเข้าสู่เชิงมากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ถ้าเข้าบินกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .102 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

1.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ถ้าวัดเขาช่องพรานกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .435 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

1.4 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ถ้าจอมพลกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .118 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

1.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำตกเก้าชั้นกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .027 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .111 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำตกเก้าชั้น มากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำตกบ่อหวี หรือน้ำตกตะนาวศรีกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .145 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2.4 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ เครื่องจักสานเถาอู่น กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .131 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ เครื่องจักสานเถาอู่น มากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

2.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ชลู่และของที่ระลึกที่ทำด้วยไม้โมกมัน กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .172 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ชลู่และของที่ระลึกที่ทำด้วยไม้โมกมัน มากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

2.6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ผลิตภัณฑ์นมสดกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .049 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .098 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ผลิตภัณฑ์นมสด มากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

2.7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ไข่โป้วหวานและไข่โป้วเค็มกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .032 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .107 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ไข่โป้วหวานและไข่โป้วเค็ม มากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

2.8 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ เครื่องปั้นดินเผา เช่น โอ่งมังกร กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .180 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองข้างต้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรม
ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 956.45$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	-.016	.745	400

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .745 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี

ตัวแปร	จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ($\bar{x} = 7.88$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	.081	.106	400

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .106 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

H_1 : ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว

ตัวแปร	จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ($\bar{x} = 2.15$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์	.092	.067	400

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .067 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 956.45$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์	.025	.613	400

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่าค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .613 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 40 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี

ตัวแปร	จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ($\bar{x} = 7.88$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์	.006	.907	400

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .907 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ในการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

H_1 : ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

ตาราง 41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว

ตัวแปร	จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ($\bar{x} = 2.15$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว	.039	.443	400

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .443

ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า จำนวนวันในการมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 42 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 956.45$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว	.000	.996	400

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .996 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี

ตัวแปร	จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ($\bar{x} = 7.88$)		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว	.065	.192	400

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .192 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี เพื่อจะได้เป็นข้อมูลพื้นฐานด้านรูปแบบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในการวางแผน การวางนโยบาย และการปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อสามารถตอบสนองให้เป็นไปตามความต้องการแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด ตลอดจนเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงการบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศนับแสนล้านบาทในแต่ละปี

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทยที่ต่างกัน มีพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี
3. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี
4. ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้การกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณ กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และสำรองไว้ 4 % หรือเท่ากับจำนวน 15 คน (เมื่อสำรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์) รวมขนาดกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 400 คน

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดราชบุรี

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อให้ได้สัดส่วนที่เท่ากัน โดยกำหนดให้สุ่มตัวอย่างจากสถานที่ท่องเที่ยว 8 แห่งที่เลือกไว้ในขั้นตอน ที่ 1

ขั้นที่ 3 ใช้การเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่ให้ความร่วมมือโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยการออกแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สินค้าประจำจังหวัด การบริการการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category Scale) จำนวน 3 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ Rating Scale Method : Likert Scale Questions)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category Scale) จำนวน 1 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method : Likert scale questions)

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) เป็นสเกลการจัดประเภท (Category Scale) จำนวน 1 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตอบ (Rating scale method : Likert scale questions)

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – ended Question) จำนวน 5 ข้อ และคำถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open – ended Question) จำนวน 4 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยได้ดำเนินการทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยจะเข้าพบนักท่องเที่ยวที่มาคนเดียวและที่มาเป็นกลุ่ม และเข้าพบมัคคุเทศก์หรือผู้นำนักท่องเที่ยวกรณีมาเป็นกลุ่มทัวร์ เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูล โดยรวบรวมและนำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ จากนั้นนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณค่าสถิติด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 10 ตามขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็น ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามในตอนที่ 2, 3, 4 และ 5

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

2.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ใช้สถิติ t-test independent ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (เฉพาะตัวแปร - เพศ) โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 1 (ตอนที่ 1)

2.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติ F-Test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ยกเว้นตัวแปร - เพศ) โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 2-5 (ตอนที่ 1)

2.3 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 6 – 8 (ตอนที่ 2) กับข้อที่ 16 – 18 (ตอนที่ 5)

2.4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 9 (ตอนที่ 3) กับข้อที่ 16 – 18 (ตอนที่ 5)

2.5 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 โดยใช้แบบสอบถามข้อที่ 10 (ตอนที่ 4) กับข้อที่ 16 – 18 (ตอนที่ 5)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดราชบุรีสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.50 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.50 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 15 - 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.20 รองลงมา คือ มีอายุ 25 - 34 ปี และ มีอายุ 35 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.20 และคิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ ด้านการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.20 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 21.70 และคิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

ในส่วนของอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมา คือ พนักงานเอกชน และประกอบธุรกิจ / ค้าขายส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 20.70 และคิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ โดยรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือน 6,500 - 11,800 บาท และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 11,801 - 17,100 บาท ซึ่งมีจำนวนเท่ากับผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 22,400 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.50 คิดเป็นร้อยละ 9.00 และคิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.1 แหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจเฉยๆ คือ ถ้าเขามิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 รองลงมา คือ ถ้ำวัดเขาช่องพราน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.13 ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจอย่างมาก คือ โป่งยุบ และน้ำตกบ่อหวี หรือน้ำตกตะนาวศรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.62 และ 1.20 ตามลำดับ

2.2 สินค้าประจำจังหวัด พบว่า สินค้าประจำจังหวัดที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจเฉยๆ คือ เครื่องปั้นดินเผา เช่น โอ่งมังกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์นมสด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.88 ส่วนสินค้าประจำจังหวัดที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจอย่างมาก คือ ผ้าทอบ้านไร่ ชลูดและของที่ระลึกที่ทำด้วยไม้โมกมัน ผ้าจก และเครื่องจักสานเถาอู่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.57, 1.30, 1.20 และ 1.09 ตามลำดับ

2.3 การบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี พบว่า การบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีที่นักท่องเที่ยวพอใจ คือ การคมนาคมในจังหวัดราชบุรีสะดวกสบาย เช่น ถนน รถโดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมา คือ อัตราค่าชมสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะสม คนในท้องถิ่นคอยให้ความช่วยเหลืออย่างดี มีป้ายบอกเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน มีร้านอาหารเพียงพอสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ แหล่งท่องเที่ยวมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ ถังขยะ เพียงพอ มีป้ายและสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อเตือนภัยให้แก่นักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีจุดบริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ และมีการดูแลเรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05, 4.01, 3.89, 3.86, 3.78, 3.77, 3.75 และ 3.62 ตามลำดับ ส่วนการบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจเฉยๆ คือ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรมเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์

3.1 แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารมาก คือ การบอกปากต่อปาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ส่วนแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.77

4. ข้อมูลเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

4.1 มูลเหตุจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า มูลเหตุจูงใจที่นักท่องเที่ยวได้รับในระดับมาก คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวสวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมา คือ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลายแห่ง เช่น ถ้ำต่างๆ โป่งยุบ มีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกหลายรูปแบบ ต้องการพาครอบครัวมาพักผ่อน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน เพื่อนชักชวนให้มาเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98, 3.82, 3.79, 3.66 และ 3.54 ตามลำดับ ส่วนมูลเหตุจูงใจที่นักท่องเที่ยวได้รับในระดับปานกลาง คือ การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และเพื่อซื้อสินค้าประจำจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และ 3.06 ตามลำดับ

5. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

5.1 วัดอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัดอุปสรรคเพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมา คือ วัดอุปสรรคเพื่อมาเยี่ยมญาติ และวัดอุปสรรคเพื่อมาทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.80 และคิดเป็นร้อยละ 9.20 ตามลำดับ

5.2 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง(รวมตัวท่านเอง) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 รองลงมา คือ มีผู้ร่วมเดินทาง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 และคิดเป็นร้อยละ 11.20 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย $\bar{x}$ เท่ากับ 11.76 หรือเท่ากับ 12 คน

5.3 ผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา คือ เดินทางมากับครอบครัว และเดินทางมากับญาติ คิดเป็นร้อยละ 40.50 และคิดเป็นร้อยละ 8.70 ตามลำดับ

5.4 พาหนะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า พาหนะในการเดินทางที่นักท่องเที่ยวใช้มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมา คือ รถบริษัทนำเที่ยวซึ่งมีจำนวนเท่ากับการเดินทางโดยรถเช่าเหมา และรถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 5.00, 5.00 และคิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

5.5 ช่วงเวลาในการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางในช่วงวันหยุดปลายสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.70 รองลงมา คือ เดินทางในช่วงวันธรรมดา และเดินทางในช่วงวันหยุดตามเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 13.00 และคิดเป็นร้อยละ 8.70 ตามลำดับ

5.6 จำนวนวันในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 57.70 รองลงมา คือ 2 วัน และ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 27.10 และคิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ย $\bar{x}$ เท่ากับ 2.15 หรือเท่ากับ 3 วัน จำนวนวันในการมาท่องเที่ยวน้อยที่สุด เท่ากับ 1 วัน ส่วนจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากที่สุด เท่ากับ 56 วัน และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 3.68

5.7 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย คือ 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.50 รองลงมา คือ มีค่าใช้จ่าย 500 บาท และมีค่าใช้จ่าย 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.50 และคิดเป็นร้อยละ 9.10 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย $\bar{x}$ เท่ากับ 956.45 หรือเท่ากับ 957 บาท ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวน้อยที่สุด เท่ากับ 20 บาท ส่วนค่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากที่สุด เท่ากับ 20,000 บาท และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1,452.89

5.8 จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1 ครั้งในรอบ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงมา คือ เดินทางมาท่องเที่ยว 10 ครั้งในรอบ 1 ปี และเดินทางมาท่องเที่ยว 2 ครั้งในรอบ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.50 และ คิดเป็นร้อยละ 13.20 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปีเฉลี่ย $\bar{x}$ เท่ากับ 7.88 หรือเท่ากับ 8 ครั้ง จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี น้อยที่สุด เท่ากับ 1 ครั้ง ส่วนจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี มากที่สุด เท่ากับ 300 ครั้ง และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 16.93

5.9 ความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวในอนาคต พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจมาอีกแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.70 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ และไม่มาอีกแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทยที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน

สามารถสรุปตามสมมติฐานย่อยดังนี้

เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .156 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำตกเก้าชั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำตกบ่อหวี หรือน้ำตกตะนาวศรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่บ่อน้ำพุร้อนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.8 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่โป่งยุบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ผ้าจก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ผ้าทอบ้านไร่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ตุ๊กตาบ้านสิงห์ กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.4 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ เครื่องจักสานเถาอุน่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ขลุ่ยและของที่ระลึกที่ทำด้วยไม้มอกมัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.6 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ผลิตภัณฑ์นมสด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ไข่โป้วหวานและไข่โป้วเค็มมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.8 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ เครื่องปั้นดินเผา เช่น โถงมังกร กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .745 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะมีจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษา แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และอายุ 55 - 64 ปี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 - 44 ปี และอายุ 55 - 64 ปี มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี และพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี อายุ 35 - 44 ปี และอายุ 55 - 64 ปี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 34 ปี อายุ 35 - 44 ปี และอายุ 55 - 64 ปี มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 15 - 24 ปี นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 - 64 ปี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 - 64 ปี มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 - 54 ปี

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และผู้ที่ประกอบธุรกิจ / ค้าขาย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และผู้ที่ประกอบธุรกิจ / ค้าขาย มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 6,500 - 11,800 บาท รายได้ 11,801 - 17,100 บาท และรายได้มากกว่า 22,400 บาท กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 6,500 - 11,800 บาท รายได้ 11,801 - 17,100 บาท และรายได้มากกว่า 22,400 บาท มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท

3. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน

4. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ถ้าภาษีเขาสูง ถ้าเขาบิน น้ำตกเก่าชั้น น้ำตก บ่อหวี หรือน้ำตกตะนาวศรี บ่อน้ำพุร้อน และโป่งยุบ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กัน ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ถ้าวัดเขาช่องพราน และถ้าจอมพลกับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ผ้าจก ผ้าทอบ้านไร่ เครื่องจักสาน เถาอ่อน ชลุ่มและของที่ระลึกที่ทำด้วยไม้ไผ่กม้น ผลิตภัณฑ์นมสด และไข่ไก่หวานและไข่ไก่เค็ม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กัน ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านสินค้าประจำจังหวัด คือ ตุ๊กตาบ้านสิงห์ และเครื่องปั้นดินเผา เช่น โถงมังกร กับพฤติกรรมด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านการบริการการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กัน

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กัน

๕. [5. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว] และพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กัน

๖. [6. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการ] ท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากข้อมูลข้างต้น ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดราชบุรี โดยในการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ จำนวนวันในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านสินค้าประจำจังหวัดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณ วาษ์วานิช (2539 : 17) พบว่า ด้านส่วนผสมการตลาดนั้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียง และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว เพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความยุ่งยากซับซ้อน และมีลักษณะพิเศษ แตกต่างจากสินค้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศนิกาญจน์ เทพกาญจนา พันตรีหญิง (2542) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว สรุปเรียงตามลำดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้ง และระยะทาง

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย (บทคัดย่อ : 2540) พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ นิตยสารสวัสดิ นิตยสารกินรี สติ๊กเกอร์ แผ่นพับ จุลสาร วิทยุ ซีดีรอม และอินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารมาก คือ การบอกปากต่อปาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสภณพร สุทธิศักดิ์ (บทคัดย่อ : 2539) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง

ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณา วงษ์วานิช (2539 : 17) พบว่า การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อชมวิวทิวทัศน์ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวและพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรีพร ภัทรพรนนท์ (บทคัดย่อ : 2541) พบว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติของจังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกันตาม ภูมิสำเนา เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์ (บทคัดย่อ : 2545) พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยว

สำหรับข้อมูลด้านพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีนั้น สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรีพร ภัทรพรนนท์ (2541 : 113) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศนิกาญจน์ เทพกาญจนา พันตรีหญิง (บทคัดย่อ : 2542) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนส่วนตัว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของคัตฉณางค์ วรภัฏญ์เกียรติ (บทคัดย่อ : 2543) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเกาะเกร็ดโดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน โดยรถยนต์ส่วนตัว และเดินทางในช่วงวันหยุดปลายสัปดาห์ สอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์ (บทคัดย่อ : 2545) พบว่า พฤติกรรมมาท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนส่วนมากเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมากับเพื่อนด้วยรถยนต์ส่วนตัว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะซึ่งบางส่วนได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้

1. ภาครัฐควรส่งเสริมและให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อให้นักท่องเที่ยวภายในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียงรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างละเอียด นอกจากนั้น ควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครนิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีเพิ่มขึ้นเพราะเป็นสถานที่ใกล้กับกรุงเทพมหานครมากที่สุด

2. แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพอใจเฉยๆ คือ ถ้าเขาบิน รองลงมา คือ ถ้ำวัดเขาช่องพราน ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจ คือ ถ้ำจอมพล ถ้ำฤๅษีเขาสูง บ่อน้ำพุร้อน และน้ำตกเก้าชั้น และแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจอย่างมาก คือ โป่งยุบ และน้ำตกบ่อหวี หรือน้ำตกตะนาวศรี ดังนั้น ภาครัฐควรมีการบำรุง ดูแลรักษา และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว ให้คงความเป็นธรรมชาติ ทัศนียภาพที่สวยงาม มีความร่มรื่น เพื่อสร้างบรรยากาศในการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

3. ภาครัฐควรมีการปลูกจิตสำนึก และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในจังหวัดราชบุรีเกิดความรู้สึกหวงแหนในสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งต่างๆ โดยช่วยกันดูแล สร้างบรรยากาศทำให้ราชบุรีเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว เพื่อจูงใจให้เกิดการมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้สึกเฉย ๆ ต่อการที่สถานที่พักแรมตั้งใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น ภาคเอกชนควรให้ความร่วมมือในการให้บริการด้านสถานที่พักแรมให้เพียงพอับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว และควรอำนวยความสะดวกในการเดินทางสู่สถานที่ท่องเที่ยวแหล่งต่างๆ เช่น มีการจัดบริการรถตู้โดยสารภายในจังหวัด นอกจากนี้ยังต้องเน้นการรักษาความสะอาด รวมถึงความปลอดภัยเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาพักแรม ทำให้เกิดความพึงพอใจ สร้างความประทับใจและเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

5. ควรทำการปรับปรุง พัฒนาคุณภาพ และประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่นที่มีมาช้านานแต่ไม่สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น เครื่องปั้นดินเผา เช่น โถงมังกร ผลิตภัณฑ์นมสด ตักดา บ้านสิงห์ ไชโป้วหวาน ไชโป้วเค็ม ผ้าทอบ้านไร่ ชลู่และของที่ระลึกที่ทำด้วยไม้โมกมัน ผ้าจก และเครื่องจักสานเถาอ่อน ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และอาจส่งเสริมพัฒนาสินค้าเพื่อสนองนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของรัฐ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว

6. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย การคมนาคมในจังหวัดราชบุรีสะดวกสบาย เช่น ถนน รถโดยสาร รองลงมา คือ อัตราค่าชมสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะสม คนในท้องถิ่นคอยให้ความช่วยเหลืออย่างดี มีป้ายบอกเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวชัดเจน มีร้านอาหารเพียงพอสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ แหล่งท่องเที่ยวมีระบบสาธารณสุขปลอดภัย เช่น ห้องน้ำ ถึงขยะเพียงพอ มีป้ายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อเตือนภัยให้นักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีจุดบริการนักท่องเที่ยวเพียงพอ และมีการดูแลเรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ดังนั้นภาครัฐควรรักษาคุณภาพ และปรับปรุงบริการเหล่านี้เพื่อสร้างความพอใจต่อลูกค้ามากยิ่งขึ้นไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี และควรศึกษาส่วนประสมการตลาดในเรื่องอื่นๆ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญต่อการให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งต่างๆ และเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวกันมากขึ้น เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน และเป็นการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวให้ยั่งยืนสู่ลูกหลานต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539,มีนาคม). "บทความพิเศษ" ECOTOURISM NETWORK. ของดีเมืองราชบุรี. (2532) กรุงเทพฯ : บริษัท พี.ที.ซี. คอร์ปอเรชั่น จำกัด.
- คัตณางค์ วรกันย์จุนเกียรติ. (2543). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด.
- จิตาภัส สัมพันธ์สมโภช และชัยยงค์ อยู่ประสิทธิ์ (2539). ระบบการข่าวสารเพื่อการบริหาร. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- จิราพร กองทอง. (2540). ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด้านช่องจอมอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์. ปรินญาการศึกษามหาบัณฑิต(ภูมิศาสตร์). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จุฑามาศ จันทรัตน์. (2541,เมษายน – มิถุนายน). "การท่องเที่ยวก้าวไกลหัวใจอยู่ที่ความร่วมมือ," จุลสารการท่องเที่ยว. 17(2) :9-11
- จุฑามาศ ไชยสร. (2536) . การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน. ปรินญาณิพนธ์. กสม. (ภูมิศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อัดสำเนา.
- จุลลองศรี พิมลสมพงศ์. (2544). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540).). วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : โครงการวิถีทรรศน์ 1-10.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2534). การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาพื้นฐาน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัย ชุมสาย. (ม.ป.ป.). หลักวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.
- นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี . (2538) . เรียบวิธีวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัยนา คุปติมนัส. (2544). ทศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ. (2538). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. นครปฐม : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บรรจบพร สมรัตน์กุล. (2544). ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี.
- ประเสริฐ วิทย์รัฐ. (2535). ภูมิศาสตร์ปักษ์ใต้. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ปริญ ลักษิณานนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : หจก. เจริญบุญการพิมพ์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรภา ลาภลือชัย. (2545). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพมหานคร : สารนิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ยุพดี เสตพรรณ. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขตกาญจนบุรี ในพระบรมราชูปถัมภ์. กรุงเทพฯ : พิธีกรรมการพิมพ์.

- วรรณ วลัยวนิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- วิชัย เทียนน้อย. (2528). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ศนิกาญจน์ เทพกาญจนา. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า.
- ศศิธร สามารณ. (2545) ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). สังคมวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย. (2540). ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่ง ไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สถาบันวิจัยสังคม. (2533). ผลการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การลงทุนของธุรกิจการท่องเที่ยว ภาคกลาง. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สลักกัญญ์ เตียวตระกูล. (2540). ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : ศึกษากรณีนักท่องเที่ยวเมืองพัทยา. ภาคนิพนธ์. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(นโยบายและการวางแผนวิทยาศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. อัดสำเนา.
- สุชิน หมอนทอง. (2543). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาอ่าวตงตาล อำเภอสัตหีบ.
- สุดาพร ชูติธรรณท์. (2542. เมษายน - มิถุนายน). "การท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการ," จุลสารการท่องเที่ยว. 18(2) :39-53
- สุรพล ปธานวนิชและคณะ. (2536). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- สุวรรณา ศรีติลาวัณย์. (2541). ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ.
- สุริพร ภัทรพรนันท์. (2541). ทศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติ ในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. ศิลปศาสตร์ (สิ่งแวดล้อมศึกษา). กรุงเทพฯ.
- โสภภาพร สุทธิศักดิ์. (2539). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ทัศนวรรณ วิบุรุษขมานนท์. (2545). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการวางแผน พัฒนาและปรับปรุงอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือช่วย กรอกแบบสอบถามดังนี้

- ตอนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
- ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
- ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์
- ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว
- ตอนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ นิสิตปริญญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจ
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี

ตอนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดตอบแบบสอบถามต่อไปนี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย☐ 2. หญิง

2. อายุ

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

3. ระดับการศึกษา

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

4. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา☐ 4. ประกอบธุรกิจ / ค้าขายส่วนตัว☐ 2. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____☐ 3. พนักงานเอกชน

5. รายได้ต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่า 6,500 บาท☐ 4. 17,101 - 22,400 บาท☐ 2. 6,500 - 11,800 บาท☐ 5. มากกว่า 22,400 บาท☐ 3. 11,801 - 17,100 บาท

ตอนที่ 2 **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว**

6. ท่านเคยไปแหล่งท่องเที่ยวที่ระบุหรือไม่ และท่านมีความพอใจหรือไม่พอใจอย่างไรต่อสถานที่ดังกล่าว

แหล่งท่องเที่ยว	ระดับความพอใจ						
	พอใจ อย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก	ไม่เคยไป	โปรดระบุรายละเอียดสิ่ง พอใจ / ไม่พอใจ
1. ถ้ำฤาษีเขา							
2. ถ้ำเขabin							
3. ถ้ำวัดเขาช่อง พราน							
4. ถ้ำจอมพล							
5. น้ำตกเก้าชั้น							
6. น้ำตกบ่อหวี หรือน้ำตก ตะนาวศรี							
7. บ่อน้ำพุร้อน							
8. โป่งยุบ							

7. ท่านเคยซื้อสินค้าประจำจังหวัดที่ระบุหรือไม่ ในกรณีที่เคยซื้อโปรดระบุว่าท่านมีความพอใจหรือไม่พอใจอย่างไรต่อสินค้าประจำจังหวัดดังกล่าว

สินค้าประจำ จังหวัด	เคยซื้อ						โปรดบรรยายละเอียดสิ่งที่ พอใจ / ไม่พอใจ
	พอใจ อย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก	ไม่เคยซื้อ	
1. ผ้าจก							
2. ผ้าทอบ้านไร่							
3. ดูกตาบ้านสิงห์							
4. เครื่องจักสาน เถาอู่น							
5. ขลุ่ยและของ ที่ระลึกที่ทำด้วย ไม้โมกมัน							
6. ผลิตภัณฑ์ นมสด							
7. ไข่โป้วหวาน และไข่โป้วเค็ม							
8. เครื่องปั้นดิน เผา เช่น โอ่ง มังกร							

8. ท่านได้รับความพึงพอใจต่อการบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีต่อไปนี้หรือไม่

การบริการท่องเที่ยวของจังหวัด ราชบุรี	ระดับความพอใจ					
	พอใจ อย่างมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างมาก	โปรดระบุรายละเอียดสิ่งที่ พอใจ / ไม่พอใจ
1. มีป้ายบอกเส้นทางและแหล่ง ท่องเที่ยวชัดเจน						
2. มีป้ายและสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อเตือนภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว อย่างชัดเจน						
3. แหล่งท่องเที่ยวมีระบบ สาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ, ถังขยะ เพียงพอ						
4. มีการดูแลเรื่องความปลอดภัย ให้กับนักท่องเที่ยวเป็น อย่างดี						
5. อัตราค่าชมสถานที่ท่องเที่ยว เหมาะสม						
6. มีจุดบริการนักท่องเที่ยว เพียงพอ						
7. ใกล้แหล่งท่องเที่ยวมีที่พัก แรมเพียงพอ						
8. มีร้านอาหารเพียงพอ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้						
9. การคมนาคมในจังหวัด ราชบุรีสะดวกสบาย เช่น ถนน, รถโดยสาร						
10. คนในท้องถิ่นคอยให้ความ ช่วยเหลืออย่างดี						

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์

9. ท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

การประชาสัมพันธ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยรับรู้
1. การบอกปากต่อปาก						
2. วารสาร / นิตยสาร						
3. แผ่นพับ						
4. อินเทอร์เน็ต						
5. งานมหกรรมท่องเที่ยว						

ตอนที่ 4 มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

10. ท่านได้รับมูลเหตุจูงใจจากสิ่งต่อไปนี้มากน้อยเพียงใดในการมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี

มูลเหตุจูงใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวสวยงามและมี ความเป็นธรรมชาติ					
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ ความเป็นมายาวนาน					
3. มีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกหลาย รูปแบบ					
4. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลาย แห่ง เช่น ลำน้ำต่าง ๆ , โป่งยุบ					
5. ต้องการพาครอบครัวมาพักผ่อน					
6. เพื่อนชักชวนให้มาเที่ยว					
7. การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว					
8. เพื่อซื้อสินค้าประจำจังหวัด					

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย

11. วัดอุปพระสงค์ที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีในครั้งนี้ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. มาพักผ่อน

☐ 4. มาทัศนศึกษา

☐ 2. มาเยี่ยมญาติ

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

☐ 3. มาติดต่อธุรกิจ

12. การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีครั้งนี้ท่านเดินทางมา _____ คน (รวมตัวท่านด้วย)

13. ท่านมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีในครั้งนี้ท่านมากับใคร

☐ 1. มาคนเดียว

☐ 4. มากับเพื่อน

☐ 2. มากับครอบครัว

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

☐ 3. มากับญาติ

14. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีในครั้งนี้

☐ 1. รถยนต์ส่วนตัว

☐ 4. รถบริษัทนำเที่ยว

☐ 2. รถโดยสารประจำทาง

☐ 5. รถเช่าเหมา

☐ 3. รถไฟ

15. ท่านใช้เวลาช่วงใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีในครั้งนี้

☐ 1. วันธรรมดา

☐ 4. วันหยุดตามเทศกาล

☐ 2. วันหยุดปลายสัปดาห์

☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

☐ 3. วันลาพักร้อนประจำปี

16. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีครั้งนี้จำนวน _____ วัน

17. ค่าใช้จ่ายของท่านที่ท่านใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีครั้งนี้ _____ บาท

18. ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาท่านได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดราชบุรีรวมครั้งนี้ด้วย _____ ครั้ง

19. ท่านตั้งใจจะมาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีอีกหรือไม่

☐ 1. มาอีกแน่นอน

☐ 2. ไม่มาอีกแน่นอน

☐ 3. ไม่แน่ใจ

ภาคผนวก ข
ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/ ๑๕๕3

วันที่ 12 ธันวาคม 2545

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี” โดยมี อาจารย์วรรางคณา อติสรประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์	ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา	รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาคผนวก ค
ขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

ที่ ทม 1012/0671



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๔1 มกราคม 2546

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน หัวหน้าหน่วยงานที่ท่องเที่ยวถ้ำถ้ำเขา

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี” โดยมี อาจารย์วรังกมา อิศรประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวถ้ำถ้ำเขา จำนวน 30 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาต ได้โปรดพิจารณาให้ นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : หากมีข้อสอบถามเกี่ยวกับเอกสาร กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ที่ทำงาน 02-5647000 ต่อ 1474

มือถือ 01-4201100

ภาคผนวก ง
ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

ที่ ทม 1012/1312



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

5 กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้าประจำกิ่งอำเภอบ้านคา ที่ว่าการกิ่งอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดราชบุรี” โดยมี อาจารย์วรรางคณา อศิครประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน จำนวน 50 คน ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ที่ทำงาน 02-5647000 ต่อ 1474

มือถือ 01-4201100



๕ กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน นายอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดราชบุรี” โดยมี อาจารย์วรารัณ อิศรประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวน้ำตกแก้งชั้น โป่งผุบ และน้ำตกบ่อหวีหรือน้ำตกตะนาวศรี จำนวน 50 คน ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ที่ทำงาน 02-5647000 ต่อ 1474

มือถือ 01-4201100

ที่ ทม 1012/ 13 14



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕ กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน นายอำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดราชบุรี” โดยมี อาจารย์วรางคณา อศิครประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวถ้ำจอมพล จำนวน 50 คน ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ที่ทำงาน 02-5647000 ต่อ 1474

มือถือ 01-4201100

ที่ ทม 1012/ 1315



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุโขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

5 กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน นายอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางอารณีย์ วิวัฒนภรณ์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดราชบุรี” โดยมี อาจารย์วรางคณา อติสรประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวถ้ำเขาวังพรานจำนวน 50 คน ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางอารณีย์ วิวัฒนภรณ์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภภรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ที่ทำงาน 02-5647000 ต่อ 1474

มือถือ 01-4201100

ที่ ทม 10121/316



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

5 กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน นายอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย ในจังหวัดราชบุรี” โดยมี อาจารย์วรางคณา อติศรประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวถ้ำถ้ำเขาบิน และถ้ำเขาบิน จำนวน 100 คน ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5731, 5618

โทรสาร. 02-258-4119

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ที่ทำงาน 02-5647000 ต่อ 1474.

มือถือ 01-4201100

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นางอารณีย์ วิวัฒนาภรณ์
วันเดือนปีเกิด	9 มกราคม 2518
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	653 / 22 ซอยจรัสสินทวงศ์ 41 บางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2536	โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย
พ.ศ. 2540	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบริหารงานบุคคล) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ. 2546	บธ.ม. (การตลาด) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ