

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2553

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2553

อัมพร โตชนะรุ่งโรจน์. (2553). ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ สุพาตา สิริกุตตา.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้สถิติในการทดสอบโดยใช้ ค่าที และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และเมื่อพบความแตกต่างรายคู่จะใช้วิธีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับน้อยที่สุด การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีสถานภาพโสด
2. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม อยู่ในระดับ ดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะของจังหวัดมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด ความคิดเห็นอยู่ในระดับดี
3. ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายสถานที่ พบว่า สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตกไทรโยคเล็ก อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากทุกด้าน
4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม พบว่า อยู่ในระดับ พึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรู้สึกว่าการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย และด้านความรู้สึกรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่น อยู่ในระดับพึงพอใจมาก
5. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

6. ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมและด้านคุณลักษณะของจังหวัด ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลางทุกด้าน

7. ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง



KANCHANABURI PROVINCE'S IMAGE AFFECTING TOURISTS'S SATISFACTION



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University

May 2010

Amporn Tothananarungroj. (2010). *Kanchanaburi Province's Image Affecting Tourists's Satisfaction*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Associate Professor Supada Sirikudta.

This research is aimed to study Kanchanaburi province's image affecting tourists's satisfaction. Sample size of this research is 400 Thai tourists who have travelled to Kanchanaburi province. Questionnaire is used as a tool for data collecting. Statistics for data analysis are percentage, mean, and standard deviation. Difference analysis is analyzed by using t-test, one-way analysis of variance. When pair difference is occurred, Least Significant Different is applied. Relationship analysis is analyzed by Pearsons product moment correlation coefficient. Data is processed by the Statistical Package for Social Science.

The results of this research are as follows:

1. Most samples are female, aging 30 years or younger, holding bachelor degree or higher, private company employees, having monthly income between Baht 10,001 and 20,000 and single.
2. Overall images of Kanchanaburi province tourism are at good levels. Considering in each category, category of province traits, the opinions are at very good levels. Category of tourist attraction, personal, safety, and province information providing, the opinions are at good levels.
3. Attitudes toward overall tourist attractions in Kanchanaburi province are at very good levels. Considering in each attraction, the attitudes of Bridge over the River Kwai, Sai Yok Yai National Park, Sai Yok Noi Waterfall, Erawan National Park, Prasat Muang Sing Historical Park, and Sri Nakarin Dam are all at very good levels.
4. Overall tourists' satisfactions towards Kanchanaburi province are at very satisfied levels. Considering in each category, category of tourists' feeling on travelling in Kanchanaburi Province is worthiness compared to expenses, and category of tourists' feeling on travelling in Kanchanaburi province compared to other provinces, are all at very satisfied levels.
5. The differences in tourists' demographic data in gender, age, occupation, monthly income, education level and marital status influence tourists' satisfaction toward Kanchanaburi province differently with statistical significance of 0.05 levels.
6. Overall image of Kanchanaburi province consisting of province traits, tourist attraction, personal, safety, and province information providing has positively moderate

correlated to tourist' satisfaction toward Kanchanaburi province with statistical significance of 0.05 levels.

7. Attitude toward tourist attraction in Kanchanaburi province has positively moderate correlated to tourists' satisfaction toward Kanchanaburi province with statistical significance of 0.05 levels.



ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณา และความช่วยเหลือจากท่าน รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ท่านได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ ตลอดจนได้ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในงานวิจัย นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินงานจนเสร็จสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ และอาจารย์ ดร.อภิญา ญาณสมบูรณ์ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ตลอดจนให้คำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำงานวิจัย รวมถึงเป็นคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้กรุณาอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ทั้งในทางทฤษฎี รวมถึงการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการศึกษาของผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกาญจนบุรี ที่อนุเคราะห์ข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามสำหรับสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆ SWUMBA 8 (การตลาด) และน้องๆ บริษัทเอฟดีซี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ทุกท่านที่ให้มีมิตรภาพ ให้ความช่วยเหลือ ประสพการณ์ และความทรงจำที่ดีต่างๆ

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดา ผู้ให้ความรัก ความเมตตา และสนับสนุนให้ได้รับการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานอันก่อให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้

อัมพร โตชนะรุ่งโรจน์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย	3
ความสำคัญของงานวิจัย	3
ขอบเขตของงานวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานการวิจัย	7
2 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทัศนคติ	8
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์	12
แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรม	16
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและทฤษฎีความพึงพอใจ	22
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	63
แหล่งข้อมูลในการศึกษา	63
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	63
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล	69
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	70
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	70
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	76
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	76
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	76
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	77

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	112
ความมุ่งหมายของการวิจัย	112
ความสำคัญของการวิจัย	112
สมมติฐานของการวิจัย	112
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า	113
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	113
การเก็บรวบรวมข้อมูล	114
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	114
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	116
อภิปรายผลการศึกษาวิจัย	121
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	125
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป	127
บรรณานุกรม	128
ภาคผนวก	131
ภาคผนวก ก	132
ภาคผนวก ข	139
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	141

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

- 1 แสดงจำนวนและคำร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2 แสดงจำนวนความถี่และคำร้อยละ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่จัดกลุ่มใหม่
- 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม
- 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี
- 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยว
- 6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากร
- 7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัย
- 8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านการบริการจากพนักงาน
- 9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สำหรับสะพานข้ามแม่น้ำแคว
- 10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแคว
- 11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่
- 12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี น้ำตกไทรโยคเล็ก
- 13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติเอราวัณ
- 14 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์
- 15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เขื่อนศรีนครินทร์

บัญชีตาราง (ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

- 31 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี
- 32 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีเป็นรายด้าน กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี
- 33 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นรายด้าน กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี
- 34 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer added value)...	24
2 แสดงคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า (Customer delivered value).....	24



บทที่ 1

บทนำ

จากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก อันเป็นผลมาจากวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของโลกโดยรวม สถาบันการเงินประสบปัญหาเป็นลูกโซ่ทั่วโลก ประชาชนขาดกำลังซื้อเนื่องจากรายได้ลดลงในขณะที่ผู้มีรายได้สูงชะลอการใช้จ่าย ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจโลกเช่นเดียวกัน โดยมูลค่าการผลิตและการส่งออกลดลง เริ่มเกิดภาวะการว่างงาน รัฐบาลไทยได้พยายามแก้ไขปัญหาโดยวิธีหนึ่งได้แก่ การให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายของประชาชนให้มากขึ้น เพื่อส่งผลในการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชน เป็นการกระตุ้นให้ไทยเที่ยวไทย ภายใต้โครงการ **“เที่ยวไทยครึ่งคืนเศรษฐกิจไทยคึกคัก”** เพื่อให้เศรษฐกิจขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง และส่งผลดีต่อการแก้ปัญหาทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ในแต่ละภาคส่วนจังหวัดต่างก็พยายามแข่งขันที่จะเพิ่มศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของตนเองให้มากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญและส่งผลการกระจายรายได้ในหลายภาคส่วนอย่างกว้างขวางมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตกเอราวัณ น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น ถ้ำธารลอด และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทเมืองสิงห์ พิพิธภัณฑสถานโลกครั้งที่ 2 สะพานข้ามแม่น้ำแคว และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านชาวมอญ หมู่บ้านหนองขาว ฯลฯ จากความหลากหลายเหล่านี้ ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นจำนวนมากและนำรายได้เข้ามาสู่จังหวัดเป็นจำนวนมากด้วยเช่นกัน

จากสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม 2551 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นชาวไทย 4.4 ล้านคน เป็นชาวต่างประเทศ 330,000 คน แต่ละคนมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,272.94 บาท ต่อคน รายได้จากการท่องเที่ยวในส่วนของคนไทย 7,951 ล้านบาท จากชาวต่างประเทศ 861 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การตลาดของการท่องเที่ยวที่มีภาวะการแข่งขันสูง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จากผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งที่รัฐบาลได้จัดทำขึ้น และแต่ละจังหวัดต่างจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเองอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ของคนไทยมีทางเลือกมากขึ้น ในขณะที่การแข่งขันของจังหวัดต่าง ๆ ก็มีมากขึ้นเช่นเดียวกัน ในการตัดสินใจส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในขณะที่ความต้องการท่องเที่ยวมีจำกัดและมีการแข่งขันสูง จังหวัดกาญจนบุรีรวมทั้งผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยที่ทำให้เกิด

แรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มมากขึ้น โดยปัจจุบันผู้บริโภคนักท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยว) มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น ทั้งข้อมูลรายละเอียด ของแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงข่าวสารเชิงบวก และเชิงลบ ของการท่องเที่ยวในจังหวัดซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ไปเที่ยว ไม่ไปเที่ยว) ของผู้บริโภค

จากความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา การดำเนินธุรกิจทุกประเภทโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีแผนการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นแผนกลยุทธ์ทางการตลาด แผนทางด้านทรัพยากรบุคคลให้รองรับกับธุรกิจ แผนการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งความคาดหวังด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะได้รับการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งจะนำไปสู่รายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะส่งผลถึงการสร้างความภักดี สร้างการรับรู้ที่ดี ช่วยให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก และก่อให้เกิดการมาท่องเที่ยวซ้ำ (ซ้ำซ้ำ) ของลูกค้า ยังผลให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนผู้ประกอบการอาชีพในแหล่งท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ทำให้เกิดมาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น และก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งประสบการณ์ที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยที่ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Pictures) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นบุคคลหรือองค์กรก็ได้ โดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจซึ่งอาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรง (Direct Experience) ซึ่งตนเองได้ไปพบและสัมผัสมาเอง ในการไปใช้บริการหรือติดต่อด้วยและอาจได้จากประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) เป็นการได้รับฟังจากคำบอกเล่าของบุคคล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน หรือสื่อขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นข่าว บทความ สารคดี รายการโทรทัศน์หรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

หน่วยงานหรือองค์กรสถาบันใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานหรือสถาบันนั้น ย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัย หรือเกลียดชังต่อหน่วยงานนั้น รวมทั้ง อาจไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อหน่วยงานนั้นๆ ถึงแม้ว่าจังหวัดกาญจนบุรีจะมีแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม แต่สองสามปีที่ผ่านมา จังหวัดกาญจนบุรีได้รับผลกระทบอย่างหนักจากกระแสข่าวลือเรื่องเขื่อนแตกเนื่องจากเขื่อนสำคัญสองแห่งของจังหวัดตั้งอยู่บนรอยเลื่อนใต้เปลือกโลกดังที่ทราบกันดี ข่าวสารดังกล่าวคลุ้มเครือ สร้างผลกระทบด้านลบต่อภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นระยะๆ และได้กลายเป็นประเด็นที่อ่อนไหวมาก หน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องให้ข่าวสารที่ถูกต้องอย่างทันท่วงทีเพื่อมิให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร สถาบัน เพื่อให้ประชาชนมีความนิยม ประทับใจ เป็นงานที่ต้องอาศัยเวลา เมื่อภาพลักษณ์นั้นตราตรึงอยู่ในจิตใจของประชาชนแล้ว ผลที่ตามมาคือ ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือศรัทธา ต่อองค์กร สถาบัน ติดตามมาในที่สุด และ

ประทับแบบแน่นอยู่ในความทรงจำของประชาชนเช่นเดียวกับ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหากเป็นไปในทางที่พึงปรารถนาและมีความน่าประทับใจแล้ว ย่อมส่งผลดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดขายที่ดีของจังหวัดกาญจนบุรีต่อไปในอนาคต

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งที่จะศึกษาภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจและวางแผนการท่องเที่ยวของจังหวัด และเพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ความสำคัญของงานวิจัย

ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดการเสริมสร้างภาพลักษณ์ในทางที่ดีต่อจังหวัดกาญจนบุรีไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว บุคคลากร ปัจจัยทางการตลาดอื่น ๆ ให้เกิดการรับรู้ในทางที่ดี อันจะส่งผลให้เกิดความประทับใจและไปท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีในครั้งต่อไป

ขอบเขตของงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างแบบใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2538: 185-186) ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95%

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

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 Z = ค่า Z score ที่ระดับความเชื่อมั่น
 E = แทนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

โดยแทนค่าที่ระดับความน่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 0.5 ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 แล้วจะได้ผลดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ คน} \\ \text{สำรอง } 4\% &= 384 \times 1.04 \\ &= 399.36 \text{ หรือ } 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยว 6 แห่งในจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เขื่อนศรีนครินทร์ น้ำตกไทรโยคน้อย อุทยานแห่งชาติไทรโยค (น้ำตกไทรโยคใหญ่) อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้เยี่ยมชมเยื่อน นิยมไปท่องเที่ยว (จากรายงานสถานการณ์ด้านการตลาดเดือนพฤษภาคม 2552 จาก ททท.สำนักงานกาญจนบุรี)

2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากสถานที่ที่เลือกในขั้นตอนแรก กำหนดว่าจะเก็บแบบสอบถามจากประชากรรวมทั้งสิ้น 400 คน จากแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 6 แห่ง ที่เลือกไว้ โดยแบ่งเก็บที่ละ 66-67 คน

3. การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับรู้ไว้ในข้างต้น

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

1.1.2 อายุ

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
- 2) 21-30 ปี
- 3) 31-40 ปี
- 4) 41-50 ปี
- 5) 51ปีขึ้นไป

1.1.3 ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรี
- 3) สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 อาชีพ

- 1) นักเรียน/ นักศึกษา
- 2) ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3) พนักงานบริษัทเอกชน
- 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
- 5) อื่น ๆ

1.1.5 รายได้ต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 2) 10,001 – 20,000 บาท
- 3) 20,001 – 30,000 บาท
- 4) 30,001 – 40,000 บาท
- 5) 40,001 บาทขึ้นไป

1.1.6 สถานภาพสมรส

- 1) โสด
- 2) สมรส / อยู่ด้วยกัน
- 3) หย่าร้าง / แยกกันอยู่

1.2 ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัดด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ความปลอดภัย และด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร

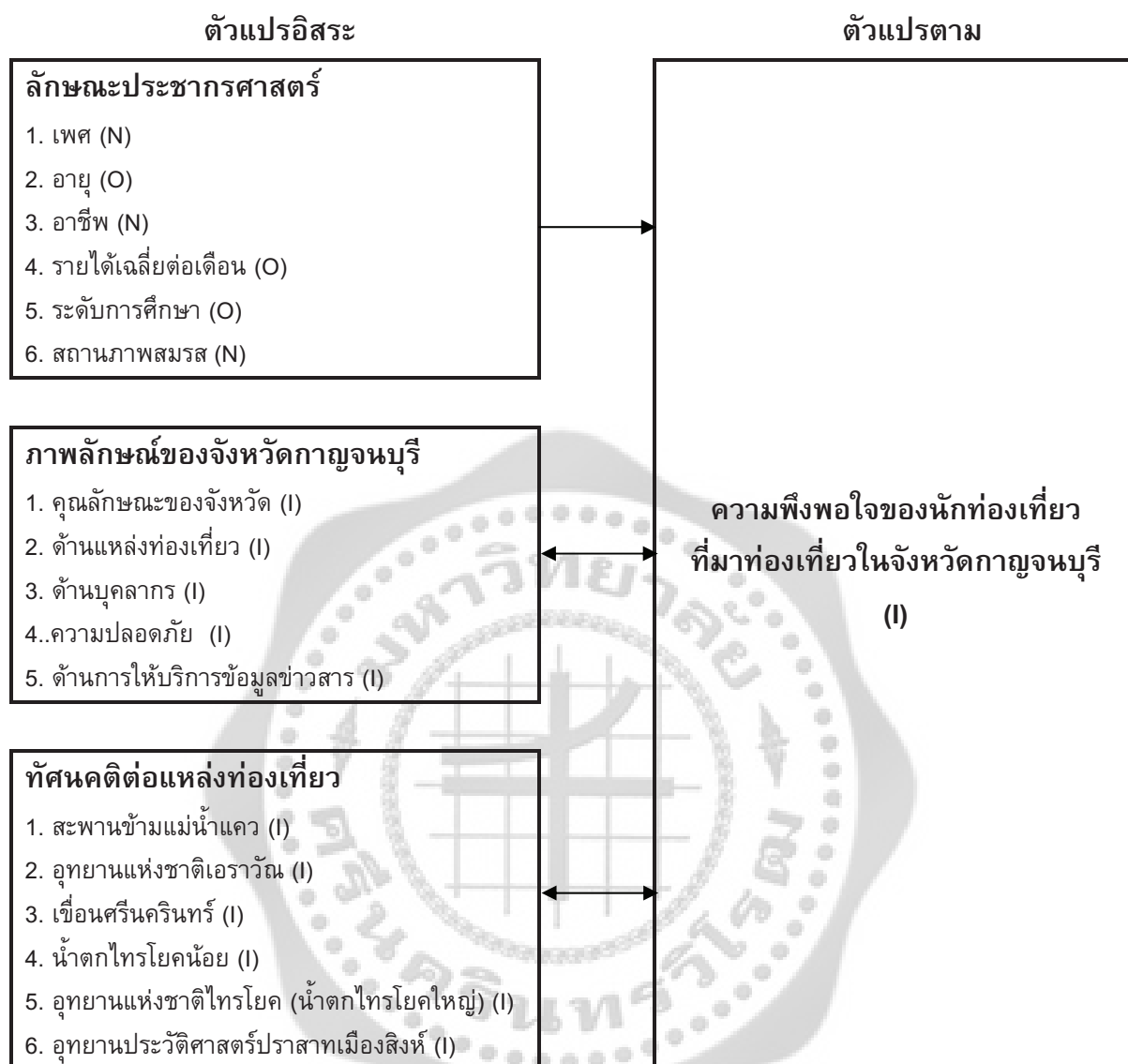
1.3 ทิศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวดังนี้ สะพานข้ามแม่น้ำแคว น้ำตกไทรโยคน้อย อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เขื่อนศรีนครินทร์ อุทยานแห่งชาติไทรโยค (น้ำตกไทรโยคใหญ่) อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อายุระหว่าง 20 – 60 ปี
2. แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งที่สำคัญของจังหวัดกาญจนบุรีที่นำมาเป็นพื้นที่ในการสำรวจ อันได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ น้ำตกไทรโยคน้อย อุทยานแห่งชาติน้ำตกไทรโยค(น้ำตกไทรโยคใหญ่) อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เขื่อนศรีนครินทร์
3. ภาพลักษณ์ หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อจังหวัดกาญจนบุรีในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัยจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีและด้านการบริการให้ข่าวสารข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี
4. ทักษะ หมายถึง ความคิดเห็นทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ทำการศึกษา ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ น้ำตกไทรโยคน้อย อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานแห่งชาติไทรโยค(น้ำตกไทรโยคใหญ่) เขื่อนศรีนครินทร์
5. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจต่อจังหวัดกาญจนบุรีในด้านการท่องเที่ยว อันได้แก่ ความสวยงามเป็นระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว ภัตตาคารและร้านอาหาร โรงแรม รีสอร์ท และแหล่งที่พัก ระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การให้บริการของเจ้าหน้าที่ การให้บริการข้อมูล ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

2. ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

3. ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีความสัมพันธ์ กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

บทที่ 2

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้ทำการวิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้ารวบรวมจากเอกสารตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยสรุปเป็นประเด็นตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
5. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและทฤษฎีความพึงพอใจ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นศัพท์ทางจิตวิทยาการศึกษา เป็นความเชื่อ ความรู้สึกและเครื่องแสดงพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายของ “ทัศนคติ” ไว้ดังนี้

อังคณา บุญสม (2539:12) ให้ความหมายว่าทัศนคติคือความรู้สึกส่วนตัวที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อเรื่องใดหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นคำผสมระหว่างคำว่าทัศนคติซึ่งแปลว่าความคิดเห็น กับคติซึ่งแปลว่า แบบอย่าง หรือลักษณะ เมื่อรวมกันแล้ว จึงแปลว่าลักษณะของความเห็น

กอร์ดอน อัลพอร์ต (Gordon Allport. 1976: 2) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางด้านจิตใจประสาท ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น

เทอร์สโตน (Thurstone. 1964: 49) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึงตัวแปรทางจิตวิทยาที่ไม่สามารถสังเกตได้ง่าย แต่เป็นความโน้มเอียงภายใน แสดงออกให้เห็นโดยพฤติกรรมอย่างหนึ่ง และทัศนคติยังเป็นเรื่องของความชอบ ไม่ชอบ ความลำเอียง ความคิดเห็น และความรู้สึกเชื่อมั่นในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

บาร์อน และกรีนเบิร์ก (Baron; & Green. 1995: 164) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง กลุ่มของความรู้สึกที่มั่นคง ความเชื่อ ความโน้มเอียงของพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งหนึ่ง

พะยอม วงศ์สารศรี (2531: 229) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด อาจจะออกมาในรูปของการยอมรับ (ชอบ) หรือปฏิเสธ (ไม่ชอบ)

แมคเคนนา (อาภาวรรณ สิงแก้ว. 2535: 84; อ้างอิงจาก Mckenna. n.d.) กล่าวว่าทัศนคติเป็นระบบของการประเมินทางบวกหรือทางลบที่ติดทนนาน เนื่องจากการยอมรับทางสังคมของบุคคลหรือความรู้สึกทางอารมณ์ และแนวโน้มของการเกิดพฤติกรรม องค์ประกอบของทัศนคติคือ ความเชื่อ (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) และการแสดงออก (Conative)

มูลเลอร์ (จุไรพร จิตนาการนทร์. 2535: 4; อ้างอิงจาก Mueller. 1928. *Measuring Social Attitudes*) ทัศนคติ หมายถึง

1. ความรู้สึกต่อต้านหรือเห็นด้วย
2. การประเมินผลสิ่งที่กำหนดในเชิงจิตวิทยา
3. ความชอบหรือไม่ชอบ
4. ความรู้สึกทางบวกหรือลบ

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2524: 4) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึง ความพร้อมในการกระทำ ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งความพร้อมดังกล่าวของบุคคลเห็นได้จากพฤติกรรมที่บุคคลใดแสดงต่อ สิ่งนั้น ๆ ว่าชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2523: 53) หมายถึง สภาวะของความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะกระทำหรือมีปฏิกิริยาต่อสิ่งที่เร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากลักษณะบางอย่าง บุคคลทุกคนมีทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งอยู่แต่ไม่จำเป็นจะต้องปรากฏให้เห็นชัดทัศนคติเหล่านี้จะแสดงออกให้เห็นได้จากคำพูดหรือพฤติกรรมเมื่อได้พบสิ่งที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้นคนแต่ละคนมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากน้อยแตกต่างกันทัศนคติที่มีอยู่จะได้รับการยืนยันแน่นแฟ้นมากขึ้นด้วยความเชื่อและอาจมีความรู้สึกรุนแรงทางอารมณ์ อันก่อให้เกิดพฤติกรรมบางลักษณะบางประการ

ศักดิ์ สุนทรเมธี (2531: 2) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติ หมายถึง ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก ความอยาก ความกลัว ความเชื่อมั่น ความลำเอียง การมีอคติของบุคคลที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลที่ได้รับมา
2. ทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดี หรือต่อต้านด้านสภาพแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด
3. ในด้านพฤติกรรมของคนเรา ทัศนคติ หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมในการที่จะตอบสนอง

องค์ประกอบของทัศนคติ

ฟรีแมน (ศักดิ์ สุนทรเมธี. 2531: 4; อ้างอิงจาก Friedman. 1979: 19) ได้แยกองค์ประกอบของทัศนคติเป็น 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ (Cognitive Component) เป็นเรื่องการรู้ของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจจะเป็นการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของบุคคล หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ว่ารู้สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวนั้นได้อย่างไร รู้ในทางที่ดีหรือไม่ดีทางบวกหรือลบ ซึ่งจะก่อให้เกิดทัศนคติขึ้น ถ้าเรารู้สิ่งใด

สิ่งหนึ่งนางที่ดีเราก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นในทางที่ดี และถ้ารู้สึกใดสิ่งหนึ่งในทางไม่ดี เราก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้นด้วย ถ้าเราไม่รู้จักสิ่งใดเลยทัศนคติก็จะไม่เกิดขึ้น

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component or Filling Component) เป็นองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งถูกรับรู้ขึ้นจากความรู้ นั้น เมื่อเราเกิดความรู้สึกสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว จะทำให้เราเกิดความรู้สึกในทางที่ดีหรือไม่ดี ถ้าเรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ไม่ดี เราก็จะไม่ชอบ หรือไม่พอใจในสิ่งนั้นความรู้สึกนี้จะทำให้เกิดทัศนคติในทางใดทางหนึ่ง คือ ชอบหรือไม่ชอบ ความรู้สึกนี้เกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยากมาก

3. องค์ประกอบทางด้านแนวโน้มในเชิงพฤติกรรม (Action Tendency Component or Behavioral Component) เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้น ๆ ในทางใดทางหนึ่ง คือ พร้อมที่จะสนับสนุนส่งเสริมช่วยเหลือหรือในทางทำลาย ขัดขวาง ต่อสู้ เป็นต้น

ลักษณะของทัศนคติ

ทิตยา สุวรรณขุ (2540: 502) กล่าวถึงลักษณะของทัศนคติว่ามีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมใด ๆ จะเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดหรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง

2. ทัศนคติจะมีความคงอยู่ในช่วงระยะเวลา คือมีความมั่นคงถาวรพอสมควรเปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง

3. ทัศนคติเป็นตัวแปรที่จะนำไปสู่ความสอดคล้องของพฤติกรรมกับความรู้สึกนึกคิด ไม่ว่าจะไปในรูปของการแสดงออกโดยวาจา หรือความรู้สึก ตลอดจนการที่ต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4. ทัศนคติมีคุณสมบัติเป็นแรงจูงใจ ในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผลเลือกสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งหมายถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่เห็นจริงด้วย

อัลพอร์ต (Allport. 1935: 271-272) กล่าวถึงลักษณะของทัศนคติไว้ดังนี้

1. เป็นภาวะจิตใจและประสาทซึ่งแสดงออกให้เห็นพฤติกรรม เช่น โกรธเกลียด รัก เป็นต้น

2. เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองเมื่อมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดก็พร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามลักษณะของทัศนคติที่เกิดขึ้น

3. เกิดขึ้นเป็นระบบโดยจัดระบบในตนเองเมื่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดแล้วจะเกิดต่อเนื่องและติดตามมาด้วยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน

4. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลมีส่วนในการสร้างเสริมทัศนคติได้ดีเป็นพลังสำคัญที่มีต่อพฤติกรรมที่แสดงออกหมายถึง การแสดงของพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับทัศนคติเป็นสำคัญ

พะยอม วงศ์สารศรี (2536: 230-231)

1. ทศนคติกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม เมื่อบุคคลมีความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เราจะได้ด้วยการสังเกตพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออกมาอาจจะแสดงออกมาด้วยคำพูดสีหน้าและท่าทางได้

2. ทศนคติเป็นสิ่งที่ซับซ้อนบุคคลอาจมีความรู้สึกนึกคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะสลับซับซ้อนค่อนข้างมาก

3. ทศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงทศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นในทางดีหรือไม่ดีก็อาจเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าสภาพแวดล้อม และเหตุการณ์ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป หรือการได้รับข้อมูลใหม่มากขึ้นทศนคติของบุคคลเปลี่ยนจากทศนคติที่ยอมรับไปสู่ทศนคติที่ไม่ยอมรับหรือเปลี่ยนจากทศนคติที่ไม่ยอมรับไปสู่ทศนคติที่ยอมรับกระบวนการเปลี่ยนแปลงทศนคติ

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทศนคติ

เฟสทินเกอร์ (ศักดิ์ สุนทรเสณี. 2531: 4; อ้างอิงจาก Festinger. 1957: 18) ได้เสนอทฤษฎีความไม่สอดคล้องของการรู้ ทฤษฎีนี้ได้มาจากความคิดที่ว่า “มนุษย์ไม่สามารถทนต่อความขัดแย้งหรือความไม่สอดคล้องได้ จึงจำเป็นต้องลดความขัดแย้งนั้นด้วยการเปลี่ยนแปลงทศนคติไม่สอดคล้องกับการกระทำแล้ว ทศนคติต่อสิ่งนั้นจะเปลี่ยนไป” ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึกกับการกระทำที่ไม่สอดคล้องกันความขัดแย้งก็จะไม่เกิดขึ้น

จาร์อง เงินดี (2529: 37) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงทศนคติได้ว่ามี 5 ขั้นตอน คือ

1. การใส่ใจ (Attention) คือขั้นที่ต้องชักจูงใจให้ผู้ที่เราต้องการจะเปลี่ยนแปลงเกิดความสนใจเรื่องนั้น ๆ เสียก่อน

2. ความเข้าใจ (Comprehension) เมื่อให้เกิดความสนใจได้แล้วก็ชี้แจงในรายละเอียด โดยกล่าวถึงจุดหมายปลายทางในลักษณะต่าง ๆ ของเรื่องนั้น โดยสร้างให้เกิดความงมงาย

3. การยอมรับ (Acceptance) ขั้นที่ทำให้ผู้ที่ถูกจูงใจยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้นั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้จูงใจ

4. การเก็บจำ (Retention) เมื่อมีสิ่งใหม่เกิดขึ้นกับบุคคลที่เราต้องการจะเปลี่ยนแปลงแล้วถ้าผู้นั้นยอมรับอย่างต่อเนื่องและจดจำไว้อย่างถาวรจะถือว่าอยู่ในขั้นการเก็บจำและพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมทันทีเมื่อมีโอกาส

5. การกระทำ (Action) ขั้นนี้จะแสดงออกมาในรูปพฤติกรรมคือ เมื่อถูกชักจูงและเก็บจำสิ่งใหม่ที่ได้รับ ก็จะต้องทำในสิ่งใหม่ไม่ใช่กระทำแบบเดิม

กล่าวโดยสรุป ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความจริง ข้อเท็จจริง หรือรายละเอียดของเรื่องราว ซึ่งได้จากการสังเกตประสบการณ์ การค้นคว้า หรือการรับรู้ เป็นปัจจัยสำคัญของทศนคติและการมีส่วนร่วม ซึ่งในการศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาในองค์ประกอบของความรู้ความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความรู้ความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับใด

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

คำว่า IMAGE ตรงกับภาษาไทยว่า “ภาพลักษณ์” หรือ “จินตภาพ” ตามพจนานุกรม หมายถึง ภาพที่เห็นในกระจกเงา ภาพที่ผ่านจากกล้องส่อง หรือภาพที่อยู่ในความนึกคิด อย่างไรก็ตามคำว่าภาพลักษณ์นี้ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความไว้มากมาย ดังนี้

โรบินสัน และบาร์โลว์ (Robinson; & Barlow. 1959) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล ที่มีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถาบัน และภาพในใจนั้น ๆ อาจจะได้มาจากประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์โดยอ้อม

เจฟคินส์ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2537: 123; อ้างอิงจาก Jefkins. n.d.) ได้ให้ความเห็นว่า ภาพลักษณ์ทางการประชาสัมพันธ์นั้นเกิดจากความรู้สึกประทับใจ ที่เกิดจากการมีความรู้ความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น ๆ

แอนเดอร์สัน และรูบิน (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2537: 123; อ้างอิงจาก Anderson; & Rubin. n.d.) มองว่าภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์การทั้งหมด โดยองค์การก็เปรียบเสมือนคนซึ่งย่อมต้องมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537) บอกว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของคนที่เห็นหน่วยงานเป็นภาพในลักษณะที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานนั้น ทั้งที่ประจักษ์และไม่ประจักษ์

มานิต รัตนสุวรรณ (2520) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคนใดคนหนึ่งหรือองค์การใดองค์การหนึ่งจะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้

อาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์นั้นเป็นภาพที่เกิดขึ้นด้วยความประทับใจ หรือการรับรู้ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ จากการมีความรู้ในอดีตซึ่งผันแปรไปตามการมุมมองของนักวิชาการทั้งหลาย แต่อย่างไรก็ตามถ้าจะมองให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ประจวบ อินออด ได้พรรณนาไว้ว่า ภาพลักษณ์ คือ

1. พลังแฝงที่จะนำไปสู่พฤติกรรม
2. เจตนคติของบุคคล กลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบันหรือเป้าหมาย ซึ่งอาจจะเป็นกรณี หรือบุคคลหรือสถาบันใด ๆ ก็ได้
3. ความคาดหวังของบุคคลต่อบุคคล กรณี หรือสถาบันที่มีต่อกรณีใดกรณีหนึ่ง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความเชื่อ ความรู้สึกของคนที่มียู่
4. สิ่งสะท้อนความรู้สึกคิดของคนที่มีต่อกรณี หรือบุคคล หรือสถาบัน
5. คุณค่าเพิ่ม หรือความนิยมที่มีต่อสถาบัน บุคคล หรือกรณีเรื่องราวใด ๆ

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537: 76) กล่าวว่าภาพลักษณ์คือภาพที่เกิดขึ้นในใจ อันเนื่องมาจากความประทับใจและเกิดความทรงจำ (ทั้งบวกและหรือลบ) ใน “ตัวสาร” โดยได้มีการสะสมและพัฒนาปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่พบเห็น หรือไปมีส่วนร่วม โดยภาพลักษณ์สามารถเกิดขึ้นได้ 2 วิธี คือ

1. เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ปราศจากการปรุงแต่ง ดังนั้นภาพขององค์การหนึ่งจะเป็นเช่นไรก็ได้ตามที่บุคคลนั้นไปพบเห็นมา ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์ที่ดีและเลวได้แล้วแต่ประสบการณ์

2. เกิดจากการปรุงแต่ง โดยที่มีความพยายามที่จะให้องค์กรมีพฤติกรรมที่ดี เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี หรือถ้าเกิดเหตุการณ์อะไรไม่ดีก็จะมีการสร้างเหตุการณ์บางอย่างมาลบล้างหรือเป็นการแก้ไขข้อเท็จจริง ปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ในทิศทางที่พึงประสงค์

ความสำคัญของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นพื้นฐานที่องค์การขนาดใหญ่ทุกแห่งต้องให้ความสำคัญ เพราะภาพลักษณ์เป็นเรื่องของการสร้างสรรค์ (Creation) ที่ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างอย่างยาวนานและต่อเนื่อง เพื่อให้บุคคลเก็บเป็นภาพประทับใจ จากการได้รับรู้ได้เห็นได้มีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ แล้วเก็บสะสมไว้เป็นภาพที่ดีเป็นความรู้สึกที่ดี ดังนั้นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นจึงเปรียบเสมือนบุคลิกเฉพาะตัวขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อภาพลักษณ์นั้นจะมีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ลึกซึ้งกับพฤติกรรมอันส่งผลต่อการบริหารการดำเนินงานธุรกิจนั่นเอง

ในยุคที่โลกของเราก้าวสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) การติดต่อสื่อสารสามารถเชื่อมโยงถึงกันอย่างใกล้ชิด ด้วยศักยภาพของการสื่อสารมวลชนและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การสื่อสารทำให้ข้อมูลและเหตุการณ์ข่าวสารต่างๆ เผยแพร่สู่สาธารณชนอย่างต่อเนื่อง รวดเร็ว คนในสังคมมีความตื่นตัวจากข่าวสารที่ได้รับทั้งด้านดีและด้านไม่ดีจากหลายแหล่งหลายสื่อ ทุกคนต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพ ใช้ในการตัดสินใจและดำเนินชีวิตประจำวัน ดังนั้นหากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี มันคงถาวรและมีการพัฒนาให้ดีขึ้นตลอดเวลา องค์กรก็ย่อมได้รับความนิยมชมชอบความเชื่อมั่นไว้วางใจและได้รับการยอมรับสนับสนุนจากประชาชนเมื่อมีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีผลกระทบรุนแรง องค์กรที่มีภาพลักษณ์ดีก็ย่อมไม่ได้รับผลกระทบที่รุนแรงเท่ากับองค์กรที่มีภาพลักษณ์ไม่ดี และประชาชนทั่วไปก็อาจจะต่อต้านเมินเฉยหรือเกลียดชังองค์กรที่มีภาพลักษณ์ไม่ดีนั้น

นอกจากนี้องค์กรต่างๆ ในปัจจุบันจะมีลักษณะเป็นสาธารณะหรือเป็นองค์กรของมวลชนมากขึ้น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการของมหาชนจึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับองค์กร การที่บุคคลมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรหนึ่งจะชักนำให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมในทางบวกแก่องค์กร ไม่ว่าจะเป็นการพูดถึง เย้ยถึง การสนใจเข้าร่วมกิจกรรม การสนับสนุนกิจการงานด้วยการเป็นลูกค้าหรือใช้บริการ

ความนิยมชมชอบหรือไม่สนใจหรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้เป็นสำคัญ ดังนั้น แม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางการสื่อสาร และเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตามจะมีความหมายอะไรหรือไม่ องค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นคำตอบที่ดีมากกว่าอย่างอื่น

การรับรู้และความประทับใจ (Perception and Impression) ภาพลักษณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวที่พินิจพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อน โดย “การรับรู้” (Perception) ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” หรือเรียกว่าเป็นไปตามความลำเอียงเฉพาะบุคคลก็ไม่ผิดนัก ส่วนความประทับใจ (Impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะ

เกี่ยวข้องกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ จดจำได้มากและนาน และเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณะอะไรขึ้นได้แล้ว ก็จะเป็นภาพลักษณะที่เจือจางได้ช้ากว่าการที่มีความประทับใจน้อยหรือไม่มีความประทับใจเลย

ภาพลักษณะที่เกิดขึ้นจากกระบวนการที่กล่าวมานี้ จะมีการผันแปรเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งนี้เนื่องมาจากการได้รับข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับองค์นั้น ๆ และหรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย นอกจากนี้ทั้งกระบวนการอันได้แก่ ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้และความประทับใจ และสภาพสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรสำคัญของการปรับและปรุงแต่งภาพลักษณะในอนาคตต่อไปเรื่อย ๆ

นอกจากเหตุการณ์ที่ถือเป็นจุดเริ่มแรกของการเกิดภาพลักษณะได้แล้ว กระบวนการสื่อสารที่นำข่าวสารเหตุการณ์ไปยังผู้รับสารนั้นยังมีหลายขั้นตอน โดยแต่ละขั้นตอนก็เสี่ยงต่อการบิดเบือน (Distortion) ในข่าวสารของเหตุการณ์ กล่าวคือผู้ที่รับรู้ในเหตุการณ์อาจเป็นใครก็ได้ ทั้งที่เป็นพนักงานบุคลากรขององค์กรหรือบุคคลอื่น ดังนั้นในความพยายามที่จะควบคุมการสื่อสารนี้องค์กรมักให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นผู้แทนขององค์กรและควบคุมดูแลด้วยการจัดเตรียมข่าวสาร และหรือเป็นผู้ให้ข่าวสารและหรือเป็นผู้จัดเตรียมการให้ข่าวสาร (เช่น จัดแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร) อย่างไรก็ตาม บุคคลอื่นที่มารับรู้เห็นเหตุการณ์ในชั้นแรกก็ยากที่จะไปควบคุมการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลของเหตุการณ์ต่อไปยังสื่อหรือสื่อมวลชน

แนวคิดเรื่องภาพลักษณะของโบลดิง

ภาพลักษณะเป็นความรู้และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจากที่เรียกว่า ความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในโลกรอบตัวที่เราได้ประสบความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคลจึงเป็นที่รวมของสิ่งต่าง ๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากเราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างถ่องแท้เสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ “ภาพ” บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้นซึ่งมีความไม่แน่นอนชัดเจนอยู่ เรามักตีความหรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณะของเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในโลก และพฤติกรรมของเราจะขึ้นอยู่กับความรู้เดิมที่เรามีอยู่ในสมองด้วย

ภาพลักษณะจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ คนเรามีได้มีเพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัว แต่เรายังมีประสบการณ์ทางอ้อมอื่น ๆ ด้วยที่ต้องตีความและให้ความหมาย

โบลดิง (1975) กล่าวว่าองค์ประกอบของภาพลักษณะ แยกได้เป็น 4 ส่วน ที่เกี่ยวข้องมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก ดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกตโดยตรงและนำไปสู่การรับรู้ (Clues) อาจเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ

2. องค์ประกอบเชิงเรียนรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภท คุณสมบัติ (Attribute) ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกต

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

การเกิดภาพลักษณ์ในเชิงการสื่อสารตามแนวความคิดของโบลด์นิง มุ่งเน้นในลักษณะของการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญ ลักษณะของการก่อตัวของภาพลักษณ์เรื่องใดเรื่องหนึ่งมักก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานองค์ประกอบเชิงความรู้ จนเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลนั้นเคยมีประสบการณ์ ทั้งโดยทางตรงและเรียนรู้ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ

ภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้วเมื่อได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้เข้ามาใหม่ อาจมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดเกิดขึ้น คือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงเดิม ไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างใด

2. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามามีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิม จะสามารถเรียกร้องความสนใจทำให้เกิดการประเมินคุณค่าและอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น

3. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามามีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิม จะสามารถเรียกร้องความสนใจทำให้เกิดการประเมินคุณค่าและอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น

ภาพลักษณ์ของปัจเจกบุคคลประกอบไปด้วยข้อเท็จจริงและจินตนาการ หากสารใหม่ที่ได้รับเข้ากันได้กับภาพลักษณ์เดิมที่มีอยู่ อาจทำให้ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงแต่จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับน้ำหนักของข้อมูลใหม่ที่ได้รับ

เมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้น ภาพลักษณ์ที่ก่อขึ้นมีแนวโน้มที่จะชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้เห็นคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกัน และเมื่อภาพลักษณ์เกิดขึ้นแล้วเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์นั้นจะกระทบโครงสร้างพฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพลักษณ์เป็นเรื่องที่ยากแต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่สูญเสียไป การให้ข้อมูลแก่บุคคลเพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์อาจถูกปฏิเสธได้ หากข้อมูลดังกล่าวขัดแย้งกับทัศนคติ ความคิดความเชื่อเดิม ดังนั้นภาพลักษณ์จึงมีลักษณะจึงมีลักษณะไม่หยุดนิ่ง แต่การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ก็เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก

ประเภทของภาพลักษณ์

วิรัช ลภวิรัตนกุล (2529) ได้จำแนกภาพลักษณ์ออกเป็นประเภทสำคัญ ๆ ไว้ 4 ดังนี้คือ

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้หมายรวมไปถึงการบริหารการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้นคำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) จึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institution Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบันหรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product / Service Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กร

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้านี้หรือใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักใช้ในการโฆษณา (Advertising) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

4. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรม

พฤติกรรม ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ (2530: 373) หมายถึง การแสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดและความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

ซุดา จิตพิทักษ์ (2525: 2) กล่าวว่าพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกนั้นยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในของบุคคลซึ่งคนภายนอกไม่สังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น ค่านิยม (Value) ที่ยึดถือเป็นหลักการในการประเมินสิ่งต่าง ๆ ทัศนคติหรือเจตคติ (Attitude) ที่เขามีต่อสิ่งต่าง ๆ ความคิด (Opinion) ความเชื่อ (Belief) รสนิยม (Taste) และสภาพจิตใจที่ถือว่าเป็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้น

ชัยพร วิชชาวุธ (2523) กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ไม่ว่าการกระทำนั้นผู้กระทำจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ และไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม การพูด การเดิน การกระพริบตา การไถ่ยืม การเข้าใจ การรู้สึกโกรธ การคิดต่างเป็นพฤติกรรมทั้งนั้น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520: 10) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การกระทำของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ

องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมของมนุษย์ มีองค์ประกอบ 7 ประการ

1. ความมุ่งหมาย (Goal) คือ ความต้องการที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลาอันจึงจะบรรลุความต้องการได้
2. ความพร้อม (Readiness) คือ ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ
3. สถานการณ์ (Situation) คือ เหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) คือ ก่อนที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งจะต้องพิจารณาสถานการณ์ก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่เกิดความพึงพอใจตามความต้องการ
5. การตอบสนอง (Response) คือ การกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย
6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) คือ เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้ผลการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจเป็นไปตามที่คาดคิดหรืออาจตรงข้ามก็ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) คือ ในกรณีที่ตอบสนองความต้องการไม่ได้ มนุษย์ก็อาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์และเลือกวิธีการใหม่

ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539: 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลและการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการโดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขาได้

ธงชัย สันติวงษ์ (2515: 8) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวนำและตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวนี้ ๆ

พิบูล (ดารามาศ แก้วแดง. 2537: 41) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใดๆของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับการใช้ และการใช้จ่ายสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวนำและตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวนี้ ๆ

อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2543: 13) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การเลือกซื้อ เลือกใช้และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใดๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและปรารถนา เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman; & Kanuk. 2000: 5) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอย ผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาหรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรม

การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้าทางการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยเหตุผลหลายประการกล่าวคือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การตลาดเชิงธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดนั้นสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้
2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ที่ว่าการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analysis Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 125-130)

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who?, What?, Why?, When?, Where?, และ How เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7 Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations

ตารางแสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและสามารถสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What dose consumers buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Difference)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม

ตาราง (ต่อ)

คำถาม	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
		3. ผลิตภัณฑ์ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Difference) ได้แก่ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why dose consumer buy)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลคือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ได้แก่ กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organization) มีอิทธิพลในตัดสินใจซื้อประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising ; & Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When dose the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน วัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where dose the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร

ตาราง (ต่อ)

คำถาม	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How dose the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงข้อมูลเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) จุดเริ่มต้นของแบบจำลองนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น แบบจำลองนี้จึงอาจเรียกทฤษฎีเอส-อาร์ (S-R Theory) (ศิริวรรณ สิริรัตน์. 2539: 35)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Insider Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด/แลก/แจก/แถม ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านระบบปรับอากาศหรือฟอกอากาศสามารถกระตุ้นให้เกิดการใช้มากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่ง จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าให้เทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังซื้อ

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

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Time)

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการแสดงออกของคนที่เกี่ยวกับกระบวนการค้นหาความต้องการ ความรู้สึก การรับรู้ต่าง ๆ ในการบริโภค โดยมีกระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ การตัดสินใจซื้อ การใช้และสามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคนั้นได้ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ากระบวนการของพฤติกรรมของคนจะมีลักษณะคล้าย ๆ กันแต่รูปแบบของพฤติกรรมของคนที่แตกต่างกันในเหตุการณ์ต่าง ๆ มีลักษณะแตกต่างกันไป ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือผูกพันกับบุคคล ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของบุคคลทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาต่างกันเช่นเดียวกับการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างไร และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนหน่วยงานและบริษัทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำมาใช้ในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวนี้

5. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและทฤษฎีความพึงพอใจ

เลอวีล (Reilly. 1996: 31) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่า เมื่อลูกค้ากลับมาเป็นเพื่อนกับเรา และเมื่อลูกค้าชอบคุณในการรับบริการ หรือเมื่อลูกค้าต้องการสั่งสินค้าหรือบริการเพิ่ม จากคำตอบเหล่านี้สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและการคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลลัพธ์ออกมาเกินความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าไม่ได้เป็นไปตามคาดหวัง ลูกค้าจะไม่เกิดความพึงพอใจ

คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler; & Armstrong. 1996: 572) กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการนำเสนอคุณค่าทางการตลาด และทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อนั้นจะเกี่ยวข้องกับรูปแบบของสินค้าที่นำเสนอออกมา และเชื่อมโยงไปถึงความคาดหวังของลูกค้า โดยลูกค้าแต่ละรายอาจมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันโดยถึารูปแบบที่นำเสนอสินค้ามีความคาดหวังที่ต่ำ ลูกค้าจะไม่พึงพอใจ แต่ถ้าเพิ่มความคาดหวังเข้าไป ลูกค้าจะพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามความคาดหวังยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการซื้อในอดีตของลูกค้า ความคิดเห็นของเพื่อนและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลของนักการตลาดและคู่แข่งที่น่าเสนอหรือสัญญาไว้ นักการตลาดจะต้องระมัดระวังในเรื่องระดับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

ฟิตซ์เกอร์าลด์ และดูรานท์ (Fitzgerald; & Durant. 1980: 586) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยการปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ (Perceptions) ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริง และการประเมินผลนี้จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับเกณฑ์ (Criteria) ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสินใจ (Judgement) ของบุคคลนั้นด้วย

ออสแคมป์ (เอกรินทร์ รอยกุลเจริญ, ทวีชัย กุศลสิทธิธารณ; และพรเทพ ปลั่งพงษ์พันธ์. 2539: 6; อ้างอิงจาก Oskamps. 1984. *Applied Social Psychology*.) พบว่า ความพึงพอใจมีความหมายอยู่ใน 3 นัย คือ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงเป็นไปตามบุคคลที่คาดหวังไว้
2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ
3. ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ทำงานได้เป็นไปตามหรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

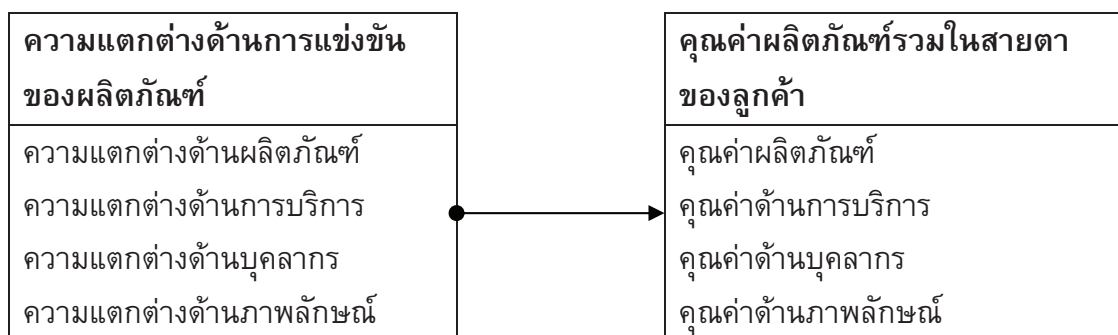
จากความหมาย 3 นัยดังกล่าว ออสแคมป์ (Oskamps) กล่าวว่าได้นำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีว่า ด้วยความพึงพอใจต่องาน 3 ทฤษฎีที่สำคัญ คือ ตามความหมายนัยแรกอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theories) ตามความหมายที่สองอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) และตามความหมายนัยที่สามจัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีคุณค่า (Value Theories)

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2544: 19) “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “satisfaction” ความหมายโดยทั่วไปคือ “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ “consumer satisfaction” ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามเป็น 2 นัย คือ

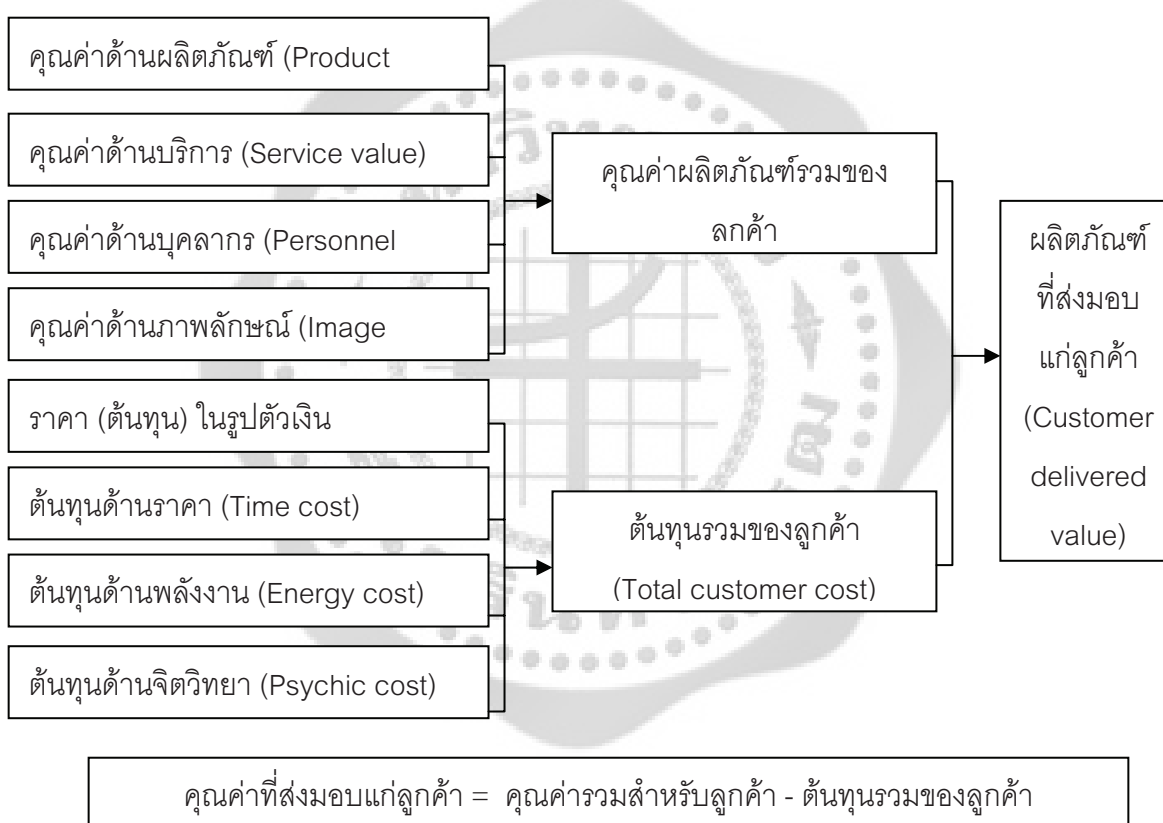
1. ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อ”

2. ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง” ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 44 – 48) ได้รวบรวมความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ตามผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ นักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)

คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือราคาสินค้า



ภาพประกอบ 1 แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer added value)



ภาพประกอบ 2 แสดงคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า (Customer delivered value)

3. เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า เป็นวิธีการที่จะติดตาม วัด และค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ 1. วิธีการสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มการบริการและจุดเด่นของสินค้าซึ่งสิ่งนี้จะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง 2. บริษัทต้องสามารถสร้างกำไรโดยการผลิตลงทุน หรือการวิจัย วิธีการติดตามและวัด

ความพึงพอใจของลูกค้า สามารถวัดได้โดยวิธีการดังนี้ 1. ระบบการติดตามและข้อเสนอแนะ 2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า 3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย 4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป

6. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างขวางเพราะว่ามีได้หมายความว่าเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษาเพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับจนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ด้วยกัน (วินิจ วีรยางกูร. 2533: 1-2)

ความหมายของการท่องเที่ยว (The Meaning of Tourism)

การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากที่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ในปี ค.ศ. 1963 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่า เนื่องจากคำว่าการท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางดังกล่าวแล้ว จึงสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourism) ให้เน้นคำที่กินความกว้างขวางขึ้นเพื่อใช้เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่จะสามารถใช้เปรียบเทียบซึ่งกันและกันได้ต่อไป โดยการเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) แทนคำว่า “นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน” (Tourism) ซึ่งคำว่าผู้มาเยือนให้ความหมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม ที่มีใช้ประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

ดังนั้นคำว่า “ผู้มาเยือน” จึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourism) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักผ่อน ทักตักศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจ ร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น

2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ประเทศไทยก็ได้ยึดถือคำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นที่กรุงโรมนี้ เป็นหลักในการจดบันทึกสถิติจำนวน “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” ซึ่งสรุปแล้วก็หมายถึงชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาใน

ประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อ

1. มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักผ่อน ฯลฯ
2. มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ
3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้
4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะมาจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

พร้อมกันนี้ก็ได้กำหนดคำนิยามของ “นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน” (Domestic Tourist) ไว้ว่า คือคนไทยหรือคนต่างด้าว ที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายไปทำงานหารายได้ และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน (หน่วยศึกษานิเทศน์ กรมการฝึกหัดครู. 2533: 19-20)

หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527: 41) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง เป็นความสัมพันธ์ เบ็ดเสร็จและปรากฏการณ์ทั้งหลาย ทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยอยู่อย่างชั่วคราวของคนต่างถิ่นที่อยู่ ทั้งนี้ มีเงื่อนไขมิใช่เป็นการตั้งหลักฐานเพื่อประกอบอาชีพเป็นการชั่วคราวหรือถาวรทำให้เกิดผลกำไร

ชำนาญ ม่วงทับทิม (2527: 34) กล่าวว่า เมื่อพิจารณาการท่องเที่ยวจากกรอบการมองในแง่บทบาทของการท่องเที่ยว อาจให้ความหมายของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 นัย คือ

ประการแรก ความหมายของการเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยที่การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ช่วยยกระดับรายได้และมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศให้สูงขึ้น และถือว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าออกประเภทหนึ่งที่ไม่เห็นตัวประการที่สอง การท่องเที่ยววนั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นความสัมพันธ์ (Social Relation) ระหว่างบุคคลซึ่งปกติไม่เคยพบกันมาก่อน
2. เป็นการเผชิญหน้ากัน ระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Confrontation) ในกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ภาษา ความแตกต่างในด้านเศรษฐกิจ ฯลฯ

3. พฤติกรรมของกลุ่มคนที่ต้องการผ่อนคลาย (Release) จากความตึงเครียดทางเศรษฐกิจและสังคมในชีวิตประจำวัน

4. พฤติกรรมของคนต่างถิ่นที่ประสานกัน ระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ตนได้รับการดำรงชีวิตของคนต่างถิ่นปัจจุบันได้มีวิชาการองค์การเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้พยายามที่จะให้คำนิยามของ “การท่องเที่ยว” โดยอาศัยเกณฑ์ต่าง ๆ กัน เช่น ยึดถือตามจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ช่วงระยะเวลาของการเดินทางและลักษณะของการเดินทาง ว่าอะไรไม่ใช่หรือไม่ใช่การท่องเที่ยว แต่ไม่มีความหมายอันใดเป็นความหมายสากล หรือมาตรฐานที่เป็นข้อสรุปอันเป็นที่พอใจของทุกคน

ความหมายของนักท่องเที่ยว

เบอร์การ์ด และเมดิลค์ (Burkart; & Medilk. 1985: 319-321) ให้ความหมาย นักท่องเที่ยว (Tourists) คือ ผู้เดินทางสู่จุดหมายนอกภูมิลาเนา โดยตั้งใจจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน นักท่องเที่ยวจำแนกได้หลายประเภท และหลายระดับ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทางหรือเป็นการเยือนและเกณฑ์อื่น ๆ

นิคม จารุมณี (2535: 85) กล่าวว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้มาเยือนใด ๆ ที่พำนักในประเทศที่มาจากเกินกว่า 24 ชั่วโมง โดยมีจุดประสงค์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ เพื่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา ครอบครัว มิตรสหาย สุขภาพอนามัย วันหยุดพักผ่อนระหว่างการเดินทางปฏิบัติหน้าที่การทำงานเพื่อการกีฬา เยี่ยมญาติ ศาสนกิจ การศึกษา และเพื่อความบันเทิง

กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.: 71) ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว (tourist) คือ ผู้เดินทางมายังพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ ศึกษา และไม่ใช่บุคคลท้องถิ่นที่มีภูมิลาเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางจะต้องพักแรมไม่น้อยกว่า 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อใช้เวลาว่าง (การนันทนาการ การพักผ่อนวันหยุด การรักษาสุขภาพ การศึกษาเรียนรู้ การศาสนาและการกีฬา) ธุรกิจ เยี่ยมญาติ การปฏิบัติหน้าที่ และการประชุม เป็นต้น

ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมาย นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนต่างถิ่นเกินกว่า 24 ชั่วโมง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมใดก็ตาม ที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

องค์ประกอบในการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป.: 7) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบต่าง ๆ 8 ประการ ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง (ซึ่งหมายถึงทั้งการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ)
2. ที่พัก
3. ร้านอาหาร และภัตตาคาร
4. บริการท่องเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรม และโบราณสถาน (กล่าวคือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มียู่แล้วในธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้)
6. ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การเผยแพร่และโฆษณา

ส่วนในรายงานการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ในอีกทัศนะหนึ่งว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 หลัก คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน องค์ประกอบย่อย เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคม วัฒนธรรมองค์กรและกฎหมายเป็นต้น ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่แตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นโดยความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือเพื่อศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการท่องเที่ยว

บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่งซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวแต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจจะเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะเป็นอื่น ๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว

เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมพักผ่อนและเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยว มักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็นทั้งวัตถุและเป็นส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขายให้นักท่องเที่ยว อาจจะกล่าวได้ว่าเป็น “สินค้า” ที่มีลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดให้ “ลูกค้า” หรือนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา “ซื้อ” กันถึงที่ตั้งสินค้า (สุภาพร มากแจ้ง. 2534: 12) ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เช่น ภูเขา หุบเขา แม่น้ำ ลำธาร ทะเลสาบ น้ำตก ป่า ภูเขาไฟ น้ำพุร้อน ฯลฯ ตลอดจนปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ฤดูการอพยพของสัตว์บางชนิด หรือแหล่งอาศัยของสัตว์ ตลอดจนแหล่งพฤษชาติต่าง ๆ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made Tourism Resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งเป็น

2.1 ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน อาคาร บ้านเรือน ฯลฯ

2.2 วัฒนธรรมและประเพณี เช่น เทศกาล นิทรรศการ พิธีกรรม ฯลฯ

2.3 วิถีชีวิต เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย ขนบธรรมเนียม ฯลฯ

2.4 ความเจริญก้าวหน้าและความทันสมัย เช่น ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์วิทยาศาสตร์ โรงงาน อุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา สนามกีฬา ศูนย์สุขภาพ ฯลฯ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวแยกตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้แก่ 3 ประการ ดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนสถาน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์และบอกให้ทราบถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของธรรมชาติ ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมืองธนบุรี เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเมื่อได้ไปเยือนที่ใดก็มักจะสนใจอยากรู้อยากเห็นในความเปี่ยมอยู่และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนในท้องถิ่นที่เข้ามาเยือน ดังนั้นประชากรในท้องถิ่นจึงถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2531: 18)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวนอกจากแบ่งได้ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังสามารถแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อีกแบบหนึ่ง (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542: 63) คือ

1. น้ำ หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นน้ำและใกล้น้ำ เช่น ทะเล คลอง แม่น้ำ แหล่งน้ำตก อ่าว หิมะ เป็นต้น ทรัพยากรประเภทนี้มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างยิ่ง นอกจากประโยชน์โดยตรงแล้วยังก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลายอย่าง เช่น

1.1 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ และพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เขื่อนกั้นน้ำ ท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ แนวหินประกำ ถ้ำหินงอกหินย้อย น้ำพุร้อน เป็นต้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เช่น พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ นาเกลือ กังหันลม ทำเรือประมง อุโมงค์ ลอดใต้ทะเล

1.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ

2. พื้นดิน หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นดิน เช่น ป่าไม้ ไร่ นา สวนป่า สวนสาธารณะ ภูเขา อุทยานแห่งชาติ พื้นที่สีเขียว และพื้นดินทุกประเภทที่ได้รับการเพาะปลูก ปรับปรุงตกแต่งเพื่อผลทางเศรษฐกิจตลอดจนทุ่งสัตว์ นก พันธุ์ไม้ ดอกไม้ เป็นต้น กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นประเภทนี้ให้ทั้งความเพลิดเพลินและเพื่อการศึกษา

3. อารยธรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยือนถิ่นต่าง ๆ เช่น ประเทศที่พัฒนาแล้ว อารยธรรมเทคโนโลยีและความเป็นอยู่สมัยใหม่ก็จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่พัฒนาแล้วก็มักจะนิยมเดินทางไปดูอะไรเก่า ๆ ในประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนาเช่นกัน

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปยังท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือส่งผลกระทบต่อท้องถิ่นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจแบ่งได้เป็น 3 ด้าน คือ

1. ด้านเศรษฐกิจ เช่น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ รายได้ หรือการนำเข้าทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้

2. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปในท้องถิ่นอาจมีผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป เช่น มีลักษณะของความเป็นเมืองมากขึ้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามมา ถ้าหากไม่ได้มีการเตรียมการล่วงหน้าที่ดี

3. ด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปะและประเพณีเก่าแก่ของท้องถิ่น หรืออาจเป็นตัวการทำลายค่านิยม วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามให้ด้อยต่ำลงไปได้ โดยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยว และเจ้าตัวของท้องถิ่นเอง

ลักษณะของการไปท่องเที่ยว

จากการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีแบบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะของการไปท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถส่วนตัว หรือเช่ารถขับไปกันเอง โดยจะกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งหยุดพัก หรือบริการต่าง ๆ ระหว่างทางตามสะดวก หรือเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ทำตามที่ปรารถนา บริการต่าง ๆ ระหว่างทางและปลายทางจัดหาเอง

2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือนำเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งคนหรือก็คนก็ตาม ซึ่งมีได้นัดกันไปเสียเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้จัดบริษัทนำเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยวจะจัดเรือยานพาหนะ โรงแรม และบริการอื่น ๆ โดยกำหนดได้เป็นรายการแน่นอน นักท่องเที่ยวไม่ต้องจัดอะไร การ

ท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่าแต่ขาดเสรีไปบ้างในเรื่องสถานที่อยากจะไปเที่ยว และต้องทำการต่าง ๆ ตามกำหนดเวลา

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 อย่าง คือ

3.1 การท่องเที่ยวตามเวลายาว ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษา จะหมายถึงการพักอยู่ ณ ที่หนึ่งที่ใดเป็นคาบเวลายาวนับเป็นสัปดาห์หรือเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก คาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่อาจเปลี่ยนไป

3.2 การท่องเที่ยวเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2-3 วัน ถึง 10-12 วัน เป็นระยะเวลาการท่องเที่ยวของผู้ที่ทำงานไม่มีโอกาสจะไปพักผ่อนได้นาน ๆ

3.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนจร ซึ่ง IUOTO ได้กำหนดว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีการพักค้างคืน การทัศนจรมีความสำคัญพิเศษสำหรับผู้มีถิ่นที่อยู่ใกล้ ๆ พรหมแดน จะมีทัศนจรข้ามพรหมแดนเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว

3.4 การท่องเที่ยวจัดจำแนกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ เรือเฟลินทาง (Cruise) รถนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารสาธารณะในประเทศยุโรปการเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศใกล้ ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยว

3.5 การท่องเที่ยวแบบบวกกับแบบลบ (Receptive and Passive Tourism) ถ้านักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหนึ่งและนำเงินตราต่างประเทศมาใช้ประเทศนั้นจัดเป็นนักท่องเที่ยวแบบบวกของประเทศนั้น แต่ถ้าคนในประเทศนั้นออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศการท่องเที่ยวของเขาเป็นการท่องเที่ยวแบบลบสำหรับประเทศนั้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ผลิตรายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้น ๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาล และงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตาม ธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำน้ำพุ บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ สถานและศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์โบราณคดีหรือศาสนาได้แก่โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมืองแร่

2. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะคำนึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญมาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐบาลจะเป็นผู้ลงทุนจัดโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบการประกอบทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่าง ๆ ผ่านเข้า-ออกได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

4.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลากระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่าง ๆ ให้เลือก มีอัตราที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้วจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

4.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัธยาศัยไมตรี และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมดูแลคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชายนักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุกจึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

ปัจจัยภายนอก

1. สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลงโดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกลเช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคง เป็นผลให้เดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลานั้นในทางตรงกันข้ามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมืองจะเป็นตัวกระตุ้นกระแสทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมามีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัดทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดหารายได้การท่องเที่ยวได้ดีขึ้นความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลงตราบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางเดินรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยานเครื่องบิน และเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยและประหยัด

4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

ระบบคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัว เล็กลงรัฐบาลของประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันทั้ง

ในแง่ของการส่งเสริมการตลาดและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542.) ปัจจัยหลักที่ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้น และบ่อยขึ้น อันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่

1. การเกษียณก่อนกำหนดเวลา
2. การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น
3. ช่วงเวลาทำงานน้อยลง
4. การมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
5. การมีสิทธิได้มีวันหยุดโดยได้รับค่าจ้างเต็ม(Paid Holiday)
6. ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร
7. ครอบครัวมีขนาดเล็ก
8. การเปลี่ยนรูปแบบและพฤติกรรมผู้บริโภค
9. ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน
10. นโยบายของรัฐ กฎหมายและระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทางและให้ความปลอดภัย

ทวีศักดิ์ ทิพยมหงษ์ (2544: 18-19) การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และความบันเทิง
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่าง ๆ ล้วนเป็นสิ่งจูงใจทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ
3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญในการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทาง ระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าและออกจากเมืองต่าง ๆ ในการเดินทางจากสนามบินของประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความไม่สะดวก ถือว่ายังเป็นสิ่งที่บกพร่องที่ควรแก้ไข

4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ทวีศักดิ์ ทิพยมหงษ์ (2544: 9-20) นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel Motivation) และพบว่า การเดินทางท่องเที่ยวมีแรงผลักดัน (Push Factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องการเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกัน การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยัง

จุดหมายปลายทางได้นั้นขึ้นอยู่กับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ได้มีการศึกษาและค้นพบสาเหตุหลายประการ ดังนี้

แรงผลักดัน (Push Factors) 7 ประการ ได้แก่

1. Physical ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย ทำงานเหนื่อยต้องการพักผ่อนโดยการเดินทางท่องเที่ยว
2. Escape หลีกหนีความจำเจ ความเครียด รถติด
3. Novelty ต้องการพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ
4. Esteem / Prestige ความภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ
5. To Know and understand / Education Vacation การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยเดิม
6. Coping ไปทำใจจากเรื่องร้าย ๆ
7. Social – Kinship and New People ความต้องการในการเดินทาง เพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคมและหาโอกาสที่จะได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ อย่างไรก็ตามอาจเป็นความต้องการที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างหายไปนาน

แรงดึง (Pull Factors) หรือการเลือกจุดหมายปลายทาง

Pull Factors คือ แรงดึงดูดต่าง ๆ นำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทางเป็นการไปทำใจ เขาอาจต้องการไปที่เงียบ ๆ ไม่พบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ การสร้างความภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

กาญจนบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางที่มีผู้คนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว เต็มไปด้วยเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจ เป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ตั้งของสะพานข้ามแม่น้ำแควซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ไม่ว่าจะเป็น ป่าเขาลำเนาไพร ถ้ำหรือน้ำตก

กาญจนบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 129 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 19,483 ตารางกิโลเมตร ใหญ่เป็นอันดับสามของประเทศ รองจากนครราชสีมาและเชียงใหม่ ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่ามีทั้งป่าโปร่งและป่าดงดิบ มีแม่น้ำสำคัญสองสายคือ แม่น้ำแควใหญ่และแม่น้ำแควน้อยซึ่งไหลมาบรรจบรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลองที่บริเวณอำเภอเมือง กาญจนบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอบ่อพลอย อำเภอเลาขวัญ อำเภอพนมทวน อำเภอไทรโยค อำเภอสังขละบุรี

อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง อำเภอทองผาภูมิ อำเภอด่านมะขามเตี้ย อำเภอหนองปรือ และอำเภอห้วยกระเจา

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดอุทัยธานี จังหวัดตากและสหภาพเมียนมาร์
 ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดราชบุรีและจังหวัดนครปฐม
 ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดสุพรรณบุรี
 ทิศตะวันตก ติดต่อกับสหภาพเมียนมาร์

การเดินทาง

รถยนต์ ไปตามถนนเพชรเกษมหรือถนนบรมราชชนนี ผ่านนครชัยศรี นครปฐม บ้านโป่งท่ามะกา ท่าม่วง ถึงจังหวัดกาญจนบุรี รวมระยะทาง 129 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณหนึ่งชั่วโมงครึ่ง

รถโดยสารปรับอากาศ ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ รถปรับอากาศชั้นหนึ่ง (วิ่งสายใหม่เส้นถนนบรมราชชนนี-นครชัยศรี) ออกทุก 20 นาที ตั้งแต่เวลา 05.00-22.30 น. รถปรับอากาศชั้นสองออกทุก 20 นาที มีบริการ 2 เส้นทางคือ เส้นทางสายเก่า ถนนเพชรเกษม-อ้อมใหญ่-นครชัยศรี และเส้นทางสายใหม่ ถนนบรมราชชนนี-นครชัยศรี ตั้งแต่เวลา 05.10 – 21.00 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง

รถไฟ ออกจากสถานีรถไฟบางกอกน้อย วันละ 2 เที่ยว เวลา 07.40 น. และ 13.50 น. และจอดที่สถานีกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแคว ท่ากิเลน สถานีน้ำตก ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมงครึ่ง วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ มีรถไฟเที่ยวพิเศษ นำเที่ยวไปกลับภายในวันเดียว

การเดินทางภายในจังหวัด

สถานีขนส่งกาญจนบุรี ถนนแสงชูโต มีบริการรถโดยสารภายในจังหวัดที่ค่อนข้างสะดวก มีรถโดยสารไปยังอำเภอต่างๆ เช่น อำเภอบ่อพลอย อำเภอหนองปรือ อำเภอทองผาภูมิ และ อำเภอสังขละบุรี หรือเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น น้ำตกเอราวัณ น้ำตกเขาพัง น้ำตกไทรโยคใหญ่

การเดินทางไปจังหวัดใกล้เคียง

จากสถานีขนส่งกาญจนบุรี มีบริการรถโดยสารไปจังหวัดราชบุรี สุพรรณบุรี และนครปฐม

ระยะทางจากอำเภอเมืองไปยังอำเภอต่าง ๆ

ท่าม่วง	12	กิโลเมตร
พนมทวน	24	กิโลเมตร
ท่ามะกา	30	กิโลเมตร

ด่านมะขามเตี้ย	30	กิโลเมตร
บ่อพลอย	40	กิโลเมตร
ไทรโยค	50	กิโลเมตร
ห้วยกระเจา	64	กิโลเมตร
หนองปรือ	75	กิโลเมตร
เลาขวัญ	98	กิโลเมตร
ศรีสวัสดิ์	102	กิโลเมตร
ทองผาภูมิ	145	กิโลเมตร
สังขละบุรี	230	กิโลเมตร

สถานที่ที่น่าสนใจ

อำเภอเมือง

สุสานทหารสัมพันธมิตรดอนรัก ตั้งอยู่ริมถนนแสงชูโต (ทางหลวงหมายเลข 323) ก่อนจะเข้าตัวเมือง สุสานแห่งนี้เป็นสุสานของเชลยศึกสัมพันธมิตรที่เสียชีวิตในระหว่างการสร้างทางรถไฟสายมรณะ บริเวณสุสานมีเนื้อที่กว้างขวางสวยงามและเงียบสงบ ชวนให้รำลึกถึงเหตุการณ์การสู้รบและผลลัพธ์ที่ตามมา สุสานแห่งนี้บรรจุศพทหารเชลยศึกถึง 6,982 หลุม

พิพิธภัณฑ์ทางรถไฟไทย-พม่า ตั้งอยู่ใกล้กับสุสานทหารสัมพันธมิตรดอนรัก จัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ทางรถไฟสายไทย-พม่า เริ่มตั้งแต่การเข้ามาของญี่ปุ่น การออกแบบและการสร้างทางรถไฟ สภาพภูมิศาสตร์ของทางรถไฟ สภาพชีวิตในค่ายเชลยศึก ด้านการแพทย์ ค่าของสงคราม การปฏิบัติการของทางรถไฟ การทิ้งระเบิดและการทำลายทางรถไฟ และเหตุการณ์หลังจากสงครามยุติ พิพิธภัณฑ์เปิดทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00-17.00 น. ค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 80 บาท เด็ก (อายุต่ำกว่า 8-14 ปี) 30 บาท

ประตูเมือง ตั้งอยู่กลางเมืองกาญจนบุรี สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 3 พ.ศ. 2374 ซึ่งพระองค์ได้ทรงย้ายมาจากเมืองกาญจนบุรีเก่า ตำบลลาดหญ้า มาอยู่ในที่ปัจจุบัน

พิพิธภัณฑ์สงครามอักษะและเชลยศึก หรือ พิพิธภัณฑ์สงครามวัดใต้ ตั้งอยู่ในวัดไชยชุมพลชนะสงคราม (วัดใต้) ตำบลบ้านใต้ อยู่ห่างจากถนนแสงชูโต ประมาณ 300 เมตร ตัวอาคารสร้างเป็นกระท่อมไม้ไผ่เลียนแบบค่ายเชลยศึกสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นพิพิธภัณฑ์ที่เก็บรวบรวมภาพถ่าย ภาพเขียนและบทความที่แสดงถึงความเป็นอยู่ของเชลยศึก ตลอดจนเครื่องมือเครื่องใช้อาวุธปืนและลูกกระบอกในสมัยนั้นเพื่อสะท้อนให้เห็นบทเรียนอันน่าสะพรึงกลัวของสงคราม เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00-18.00 น. ค่าเข้าชม ชาวไทย 10 บาท ชาวต่างประเทศ 30 บาท

สะพานข้ามแม่น้ำแคว ตั้งอยู่ที่ตำบลท่ามะขาม ห่างจากตัวเมืองไปทางทิศเหนือตามทางหลวงหมายเลข 323 ประมาณ 4 กิโลเมตร แยกซ้ายประมาณ 400 เมตร มีป้ายชี้บอกทางไว้ชัดเจน เป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญยิ่งแห่งหนึ่ง สร้างขึ้นสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยกองทัพญี่ปุ่นได้เกณฑ์เชลยศึกฝ่ายสัมพันธมิตร ได้แก่ ทหารอังกฤษ อเมริกัน ออสเตรเลีย ฮอลันดาและนิวซีแลนด์

ประมาณ 61,700 คนและกรรมกรชาวจีน ญวน ชาว มลายู ไทย พม่า อินเดียอีกจำนวนมากมา ก่อสร้างทางรถไฟสายยุทธศาสตร์เพื่อเป็นเส้นทางผ่านไปสู่ประเทศพม่า ซึ่งเส้นทางช่วงหนึ่งจะต้อง ข้ามแม่น้ำแควใหญ่จึงต้องมีการสร้างสะพานขึ้น การสร้างสะพานและทางรถไฟสายนี้ได้มไปด้วยความ ยากลำบาก ความทารุณของสงครามและโรคภัยตลอดจนการขาดแคลนอาหารทำให้เชลยศึกจำนวน หลายหมื่นคนต้องเสียชีวิตลง ที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว มีบริการรถราง fairmong ทุกวัน วันธรรมดามีตั้งแต่เวลา 08.00-10.00 น., 11.30-14.00 น., 15.00-16.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 08.00-10.00 น., 11.30-14.00 น. ค่าโดยสารคนละ 20 บาท

ทางรถไฟสายมรณะ ทางรถไฟสายนี้เริ่มต้นจากสถานีหนองปลาดุก อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผ่านจังหวัดกาญจนบุรีข้ามแม่น้ำแควใหญ่ไปทางทิศตะวันตกจนถึงด่านเจดีย์สามองค์ เพื่อให้ถึงปลายทางที่เมืองตันบูชายัต ประเทศพม่า รวมระยะทางในเขตประเทศไทย 300 กิโลเมตร ใช้เวลาในการสร้างเสร็จเพียง 1 ปี ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2485 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2486 เพื่อใช้เป็นเส้นทางยุทธศาสตร์ผ่านประเทศพม่า หลังสงครามทางรถไฟบางส่วนถูกไล่และทิ้ง บางส่วนจมอยู่ใต้ทะเลสาบเขื่อนเขาแหลม ทางรถไฟสายนี้ถือเป็นอนุสรณ์ให้รำลึกถึงเหตุการณ์สงครามในครั้งนั้น จากน้ำพักน้ำแรงของการบุกเบิกก่อสร้างของทหารเชลยศึกฝ่ายสัมพันธมิตรที่กองทัพญี่ปุ่นเกณฑ์มา ทิวทัศน์ตลอดเส้นทางนี้สวยงามมาก โดยเฉพาะบริเวณถ้ำกระแซ ที่เส้นทางรถไฟจะลัดเลาะไปตามเชิงผาเลียบไปกับลำน้ำแควน้อย ปัจจุบันทางรถไฟสายนี้สุดปลายทางที่บ้านท่าเสาหรือสถานีน้ำตก ระยะทางจากสถานีกาญจนบุรีถึงสถานีน้ำตกประมาณ 77 กิโลเมตร การรถไฟแห่งประเทศไทยเปิดบริการเดินรถบนเส้นทางสายนี้ทุกวัน และจัดรถไฟขบวนพิเศษสายกรุงเทพฯ-น้ำตก ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ

หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์สงครามโลกครั้งที่ 2 ตั้งอยู่ไม่ไกลจากสะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นสถานที่เก็บรักษาสິงที่เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้แก่ อาวุธ ยุทโธปกรณ์ต่างๆ โครงกระดูกของเชลยสงคราม และภาพถ่ายเหตุการณ์ในสมัยนั้น นอกจากนี้ บางส่วนยังจัดทำเป็นหอศิลป์ เก็บรวบรวมสิ่งของต่างๆ เช่น แสตมป์ ไปรษณียบัตรโบราณ เพชรพลอย และเครื่องประดับ เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 07.00-18.30 น. ค่าเข้าชมชาวไทย 20 บาท ชาวต่างชาติ 40 บาท

วัดถ้ำมังกรทอง อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 7 กิโลเมตร บนฝั่งแม่น้ำแม่กลอง ตั้งอยู่เชิงเขา วัดนี้สร้างขึ้นในปี 2447 เหตุที่ได้ชื่อว่าถ้ำมังกรทองก็เนื่องจากมีถ้ำขนาดเล็กอยู่บนยอดเขา โดยรวบั้นไต่ขึ้นสู่ถ้ำสร้างเป็นรูปมังกรสองตัวขนาดใหญ่ขนานกันไปจนสุดทางที่ปากถ้ำ มีบันไดทั้งหมด 95 ขั้น ที่ตรงปากถ้ำมีหินใหญ่ทำเป็นหน้าสิงโตดูน่าเกรงขาม วัดถ้ำมังกรทองยังมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายเกี่ยวกับการทำสมาธิลอยตัวในน้ำ ที่เรียกกันว่า “แม่ชีลอยน้ำ” โดยเสียค่าเข้าชม(ทำบุญ) 10 บาทต่อคน มีผู้สนใจมาชมการแสดงลอยตัวในน้ำเป็นประจำการเดินทาง จากถนนแสงชูโตใช้เส้นทางที่แยกซ้ายจากหน้าศาลากลางจังหวัดไปประมาณ 1.5 กิโลเมตร ข้ามสะพานข้ามแม่น้ำแม่กลองไปยังวัดถ้ำมังกรทอง

ต้นจามจุรียักษ์ อยู่บนเส้นทางไปอำเภอด่านมะขามเตี้ย บ้านกสิกรรม หมู่ 5 ตำบลเกาะสำโรง หากมาจากวัดถ้ำมังกร เลี้ยวจากวัดถ้ำมังกรไปประมาณ 3 กิโลเมตร สามารถเดินทางเข้าไปในกองการสัตว์และเกษตรกรรมที่ 1 (กองผสมสัตว์) กรมการสัตว์ทหารบก ผ่านวัดถ้ำมุนีนาถ แล้วเลี้ยวขวา ต้นจามจุรียักษ์มีอายุมากกว่า 100 ปี ขนาด 10 คนโอบ รัศมีทรงพุ่มเฉลี่ย 25.87 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางร่มเงาประมาณ 51.75 เมตร ความสูงเรือนยอด 20 เมตร มีพื้นที่ของพุ่มประมาณ 1 ไร่ 2 งาน 4 วา มีทรงพุ่มแผ่กิ่งก้านสาขาใหญ่โตสวยงามร่มรื่น ซึ่งปัจจุบันหาชมต้นไม้ขนาดใหญ่เช่นนี้ได้ยาก

ถ้ำมะเตือ อยู่ในบริเวณวัดถ้ำมะเตือ ตำบลบ้านเก่า ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 40 กิโลเมตร **การเดินทาง** จากป้อมตำรวจบ้านเก่า ข้ามสะพานข้ามแม่น้ำแควน้อย ไปตามทางหลวงหมายเลข 3445 ประมาณ 8 กิโลเมตรถึงค่ายไทรโยค เข้าไปในค่ายไทรโยคประมาณ 3 กิโลเมตร หากต้องการเข้าชมถ้ำควรติดต่อกับทางวัด ซึ่งทางวัดได้ติดตั้งไฟไว้เพื่อให้เห็นสภาพภายในถ้ำ ที่มีเนื้อที่กว้างขวางมีหินงอกหินย้อยสวยงามแตกต่างกันไป ใช้เวลาชมประมาณ 1 ชั่วโมง

สุสานทหารสัมพันธมิตรช่องไก่ สุสานแห่งนี้ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำแควน้อย บริเวณท่าหน้าเมืองกาญจนบุรี ห่างจากตัวเมืองไปทางแม่น้ำแควน้อยประมาณ 2 กิโลเมตร สามารถเดินทางไปโดยขับรถข้ามสะพานสมเด็จพระสังฆราชญาณสังวรที่ท่าหน้าเมือง สุสานทหารสัมพันธมิตรช่องไก่เคยเป็นที่ตั้งของค่ายเชลยศึกขนาดใหญ่ บริเวณสุสานสงบและสวยงาม มีขนาดเล็กกว่าสุสานดอนรัก บรรจุศพทหารเชลยศึกซึ่งส่วนใหญ่เป็นทหารอังกฤษ ประมาณ 1,740 หลุม

วัดถ้ำเขาปูน ตั้งอยู่เลยสุสานช่องไก่ไปประมาณ 2 กิโลเมตร ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 6 กิโลเมตรบริเวณนี้เคยเป็นที่ตั้งของค่ายเชลยศึกขนาดใหญ่ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 มีถ้ำขนาดใหญ่กลางอยู่ในบริเวณวัด ซึ่งภายในมีพระพุทธรูปองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่ ด้านหลังวัดติดริมน้ำ มีพระสังกัจจายน์องค์ใหญ่อยู่บนยอดเขา

สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์(สวนหิน) ตั้งอยู่ที่ทุ่งนาคราช ตำบลหนองหญ้า ในบริเวณวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีกาญจนบุรี มีเนื้อที่ 600 ไร่ ประชาชนทั่วไปเรียกว่า สวนหินหรืออุทยานหิน บริเวณโดยรอบมีหินงอกขนาดเล็กใหญ่ลักษณะต่างๆ ซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ตั้งเรียงรายอยู่เป็นจำนวนมากอย่างมีระเบียบและยังเป็นแหล่งรวบรวมพันธุ์ไม้ป่าชนิดต่างๆ อีกด้วย

การเดินทาง สามารถเดินทางจากถนนแสลงชูโต ข้ามสะพานสมเด็จพระสังฆราชญาณสังวรไปอีกประมาณ 9 กิโลเมตร โดยผ่านสุสานทหารสัมพันธมิตรช่องไก่ วัดถ้ำเขาปูนไปไม่กี่กิโลเมตรจะพบสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์

วัดถ้ำพุ่มหว้า ตั้งอยู่ตำบลหนองหญ้า วัดนี้เป็นสาขาหนึ่งของวัดปากน้ำ บรรยายากศโดยรอบสะอาดร่มรื่น เงียบสงบ สวยงาม ลักษณะภูมิประเทศโอบล้อมด้วยภูเขาและป่าไม้ ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยงดงาม มีพระพุทธรูปปางสมาธิประดิษฐานเป็นประธาน และถ้ำนี้ยังใช้เป็นพระอุโบสถเพื่อใช้ในพิธีอุปสมบทอีกด้วย **การเดินทาง** ไปตามทางหลวงหมายเลข 3229 ประมาณกิโลเมตรที่ 17

สวนสัตว์เลียงกาญจนบุรี ตั้งอยู่ที่บ้านพุประดู่ ตำบลหนองบัว ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 20 กิโลเมตร สามารถเดินทางไปตามทางหลวงหมายเลข 3229 กิโลเมตรที่ 16-17 จะมีทาง

แยกเข้าไปประมาณ ๓ กิโลเมตร สวนสัตว์เลี้ยงกวางจันบุรีเป็นสถานสงเคราะห์สัตว์ที่ย้ายมาจากทุ่งสีกัน บนพื้นที่ 38 ไร่ ปัจจุบันมีสุนัขมากที่สุด นอกนั้นจะเป็นแมว โค กระบือ แพะและแกะ เหมาะสำหรับผู้รักสัตว์และสามารถมาขอรับสุนัขไปเลี้ยงได้ทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเก่า ตั้งอยู่ตำบลบ้านเก่า อำเภอเมือง ริมฝั่งแม่น้ำแควน้อย ห่างจากตัวเมืองประมาณ 35 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 323 จากนั้นเลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 3229 แล้วเลี้ยวขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 3455 ไปประมาณ 3 กิโลเมตร เลี้ยวเข้าทางวัดท่าไประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นสถานที่ขุดพบหลักฐานทางโบราณคดีเกี่ยวกับมนุษย์สมัยหินยุคก่อนประวัติศาสตร์เป็นแห่งแรกในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2506 สิ่งที่ค้นพบ ได้แก่ โครงกระดูกมนุษย์ ขวานหิน เครื่องประดับและเครื่องปั้นดินเผา เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00 – 16.30 น. ค่าเข้าชม ชาวไทย 10 บาท ชาวต่างชาติ 30 บาท

ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี ตั้งอยู่ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ตำบลหนองบัว บนถนนสายกาญจนบุรี-ไทรโยค (ทางหลวงหมายเลข 323) ห่างจากตัวเมืองประมาณ 15 กิโลเมตร ชั้นล่างจัดแสดงเครื่องใช้ภายในครัวเรือน เครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบอาชีพ เครื่องมือในการจับปลา ชั้นบนมีห้องประวัติศาสตร์และห้องศาสนาและประเพณี มีหนังสือไทยโบราณและศิลปะวัตถุต่างๆ ด้านข้างอาคารศูนย์มีหลุมขุดค้นทางประวัติศาสตร์ ศูนย์วัฒนธรรมฯ เปิดให้ชมทุกวัน ยกเว้นวันพุธ ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น.

วัดถ้ำพุทราวาส (ถ้ำพุพระหรือวัดถ้ำขุนแผน) เป็นถ้ำขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บนภูเขาสูงมีตำนานเล่าว่า ขุนแผนได้นำเอากุมารทองมาวางในถ้ำนี้ ถ้ำพุพระอยู่บนเส้นทางสายกาญจนบุรี-ไทรโยค(ทางหลวงหมายเลข 323) ตรงกิโลเมตรที่ 7-8 เยื้องมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี แยกซ้ายเข้าไปอีก 1 กิโลเมตร มีรถประจำทางสายกาญจนบุรี-ไทรโยค รุ่งผ่านปากทางไปสู่ถ้ำนี้ด้วย โดยจะต้องเดินเข้าไปอีก 1 กิโลเมตร

โบราณสถานในเขตเมืองกาญจนบุรีเก่า ตั้งอยู่ในเขตตำบลลาดหญ้า ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 และเข้าทางหลวงหมายเลข 3199 ไปจนถึงกิโลเมตรที่ 2-3 บริเวณนี้เคยเป็นเมืองหน้าด่าน สกัดกั้นการเดินทัพของพม่าซึ่งยกเข้ามาทางด่านเจดีย์สามองค์ ตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนต้นจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นประมาณพ.ศ. 2091-2327 สภาพปัจจุบันยังคงเหลือร่องรอยของแนวกำแพงดินรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 167 x 355 เมตร มีป้อมค่ายอยู่ทั้ง 4 มุม โบราณสถานโดยรอบในบริเวณใกล้เคียงกันได้แก่

วัดป่าเลไลยก์ เป็นวัดที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา ชาวบ้านเรียกว่าวัดผาออก แต่เดิมภายในมณฑปประดิษฐานพระพุทธรูปปางมารวิชัยประดิษฐานอยู่ในมณฑป ได้ถูกคนลักลอบเจาะออกพระจนทะลุ จึงได้เรียกกันว่าวัดผาออก ต่อมาชาวบ้านได้ร่วมกันสร้างพระพุทธรูปปางป่าเลไลยก์ขึ้นแทน โบราณสถานบริเวณวัดป่าเลไลยก์ประกอบด้วย มณฑป วิหาร และเจดีย์ทรงกลมก่อด้วยอิฐสอดินเผาปูน

วัดขุนแผน จากวัดป่าเลไลยก์ทางเข้าด้านข้าง วัดนี้เข้าไปทางค่ายฝึกสำรวจคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นวัดร้างที่สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีพระปรารักษ์เป็น

หลักสำคัญของวัด ภายในบริเวณวัดมีโบราณสถานที่สำคัญได้แก่ พระปรางค์ พระอุโบสถ เจดีย์ ประจำทิศและเจดีย์รายและวิหาร ปัจจุบันมองเห็นได้เฉพาะซากพระปรางค์เท่านั้น

วัดแม่หม้าย เป็นวัดที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา ตั้งอยู่ห่างจากวัดขุนแผนไปทางทิศ ตะวันออกประมาณ 300 เมตร มีโบราณสถานแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทางด้านทิศเหนือ ประกอบด้วยเจดีย์ทรงกลมขนาดใหญ่มีฐานประทักษิณ วิหารรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศ ตะวันตก และกลุ่มทางด้านทิศใต้ประกอบด้วย วิหารขนาดกลาง เจดีย์ราย และกำแพงแก้วล้อมรอบ สี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ทั้งสองกลุ่มมีสระล้างกระดูกอยู่ระหว่างกลาง

นอกจากนี้ยังมีวัดนางพิมหรือวัดกาญจนบุรีเก่า รวมอยู่ในบริเวณนั้นด้วย

อุทยานประวัติศาสตร์สงคราม 9 ทศ ตั้งอยู่บริเวณทุ่งลาดหญ้า ตำบลช่องสะเดา ห่าง จากตัวเมืองประมาณ 40 กิโลเมตร เดินทางไปตามทางหลวงหมายเลข 323 จากนั้นเข้าทางหลวง หมายเลข 3199 (กาญจนบุรี-เขื่อนศรีนครินทร์) ประมาณกิโลเมตรที่ 24 แล้วเลี้ยวซ้ายไป 700 เมตร เป็นสถานที่รวบรวมเกี่ยวกับประวัติศาสตร์สงคราม 9 ทศ ซึ่งเป็นสงครามครั้งสำคัญและยิ่งใหญ่ของ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เพื่อป้องกันการรุกรานของพระเจ้าปดุงกษัตริย์พม่า ในปี พ. ศ. 2328 ชัยชนะในสงครามครั้งนี้โดยเฉพาะในสมรภูมิทุ่งลาดหญ้า ทำให้ประเทศไทย สามารถรักษาเอกราชและดำรงความเป็นชาติมาถึงปัจจุบัน ภายในอาคารจัดเป็นตู้จำลองเหตุการณ์ และโศกนาฏกรรมแสดงภูมิประเทศจำลองเส้นทางการเดินทัพของข้าศึก นอกจากนี้ยังมีหอสังเกตการณ์ เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจประวัติศาสตร์เข้าใจการเลือกใช้ภูมิประเทศในการเดินทัพ และจุดสกัดกันทัพ พม่าได้ชัดเจนขึ้น เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น.

ค่ายฝึกเขาสุนัข ตั้งอยู่ที่ตำบลลาดหญ้า ห่างจากกรุงเทพฯ 150 กิโลเมตร ไปตามทาง หลวงหมายเลข 3199 (กาญจนบุรี-เขื่อนศรีนครินทร์) ประมาณ 3 กิโลเมตร ห่างจากตัวเมือง กาญจนบุรี ประมาณ 20 กิโลเมตร เป็นสถานที่ฝึกภาคสนามของนักศึกษาวิชาทหาร ในเวลาเสร็จสิ้น การฝึกจะเปิดเป็นค่ายฝึกสำหรับประชาชนทั่วไปเข้าชม พร้อมสนุกกับกิจกรรมทดสอบกำลังใจของ ทหาร เช่น การโดดหอสอง การยิงปืน การได้เชือกข้ามลำน้ำ ชมพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และยังมีที่พักไว้บริการ

อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ หรือ ที่นิยมเรียกกันว่า **ปราสาทเมืองสิงห์** อยู่ห่างจาก พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่าประมาณ 7 กิโลเมตร เดินทางไปตามทางหลวงหมายเลข 323 เส้นทางสายกาญจนบุรี-ไทรโยค จนถึงกิโลเมตรที่ 15 จะมีทางแยกซ้ายไปปราสาทเมืองสิงห์อีก 7 กิโลเมตร เป็นโบราณสถานที่มีศิลปะการก่อสร้างอยู่ในยุคลพบุรีตอนปลาย ประมาณพุทธศตวรรษที่ 16-18 ผังเมืองเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีเนื้อที่ประมาณ 800 กว่าไร่ กำแพงเมืองก่อด้วยศิลาแลงขนาด กว้าง 880 เมตร โดยได้รับอิทธิพลทางศาสนา และวัฒนธรรมจากกัมพูชา ตัวปราสาทล้อมรอบด้วย กำแพงศิลาแลง คูน้ำ และแนวคันดิน รูปแบบสถาปัตยกรรมและประติมากรรมสร้างตามลักษณะขอม แบบบายน ตรงกับสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ของประเทศกัมพูชาที่มีลักษณะช่างท้องถิ่นผสมอยู่ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-16.30 น. ค่าเข้าชมชาวไทย 10 บาท ชาวต่างชาติ 40 บาท

วัดป่าหลวงตาบัว ญาณสัมปันโน แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์เสือในจังหวัดกาญจนบุรีมีสัตว์ป่าและสัตว์เลื้อยคลานชนิดอยู่ด้วยกันอย่างอิสระตามธรรมชาติ เช่น เก้ง กวาง หมูป่า ชะนี นกยูง ไก่ป่า ม้า ควาย แพะ นักท่องเที่ยวจะพบเห็นการอยู่ร่วมกันของสัตว์ป่านานาชนิดโดยสันติและเป็นเพื่อนที่ดีต่อพระและผู้คนทั่วไป ที่นี่เปิดทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00-15.45 น. ค่าเข้าชม 300 บาท (ตั้งแต่ 08.30-12.00 น. เข้าชมฟรีเฉพาะคนไทย) เวลา 12.30-15.45 น. เปิดให้นักท่องเที่ยวทั่วไปชมเสือโคร่งได้อย่างใกล้ชิด งดเสิร์ฟอาหารสด การเดินทาง ห่างจากอำเภอเมือง 38 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 (กาญจนบุรี-ไทรโยค) บริเวณกิโลเมตรที่ 21 เข้าไปประมาณ 2 กิโลเมตร

ปางช้างไทรโยค ตั้งอยู่ 30/2 หมู่ 3 บ้านลุ่มผึ้ง ตำบลลุ่มสุม มีกิจกรรมล่องแพ นั่งช้างชมป่าธรรมชาติ ใช้เวลาประมาณ 30 นาที มีการแสดงช้างทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-16.00 น. การเดินทาง จากตัวเมืองกาญจนบุรีไปตามเส้นทางไทรโยค-ทองผาภูมิ ประมาณกิโลเมตรที่ 45 ใช้เวลาประมาณ 30 นาที หรือ ทางรถไฟ ลงรถไฟที่สถานีวังโพธิ์ เปิดทุกวันเวลา 08.30-16.00 น. หากมาเป็นหมู่คณะกรุณาติดต่อล่วงหน้า

ถ้ำกระแซ ห่างจากตัวเมืองประมาณ 55 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 กิโลเมตรที่ 29-30 ถ้ำนี้เป็นถ้ำที่เคยเป็นที่พักของเชลยศึกเมื่อครั้งสร้างเส้นทางรถไฟสายมรณะจากไทยไปพม่า ตัวถ้ำติดกับเส้นทางรถไฟสายกาญจนบุรี-น้ำตก ซึ่งเป็นทางรถไฟสายประวัติศาสตร์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ปัจจุบันสิ้นสุดที่สถานีรถไฟน้ำตก ภายในถ้ำมีพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ประดิษฐานอยู่ มองจากปากถ้ำมาที่บริเวณทางรถไฟจะเห็นทิวทัศน์ที่งดงามและมองเห็นแม่น้ำแควน้อยเบื้องล่าง บริเวณนี้เป็นจุดที่สร้างทางรถไฟยากที่สุดเนื่องจากเส้นทางโค้งเลียบเขาและด้านล่างเป็นแม่น้ำแควน้อย

น้ำตกไทรโยคน้อย เดิมเรียก **น้ำตกเขาพัง** อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค ตั้งอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 323 (ถนนสายกาญจนบุรี-ไทรโยค-ทองผาภูมิ) กิโลเมตรที่ 46 เป็นน้ำตกที่สวยงามอีกแห่งหนึ่งในจังหวัดกาญจนบุรี บริเวณน้ำตกมีสภาพธรรมชาติที่สวยงามร่มรื่น โดยเฉพาะช่วงฤดูฝนประมาณเดือนกรกฎาคมถึงตุลาคมจะมีน้ำมาก ในอดีตเมื่อ พ.ศ.2431 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว(รัชกาลที่ 5) เสด็จประพาสบริเวณน้ำตกไทรโยค นอกจากนี้บริเวณน้ำตกไทรโยคน้อยยังได้มีการนำห้วยถจักรไอน้ำสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 มาตั้งไว้เพื่อรำลึกถึงการสร้างทางรถไฟสายมรณะที่สร้างผ่านบริเวณหน้าน้ำตกเข้าสู่ประเทศพม่า การรถไฟแห่งประเทศไทยได้จัดขบวนรถไฟสายน้ำตก พานักท่องเที่ยวไปชมน้ำตกแห่งนี้ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ

ถ้ำวังบาดาล (ถ้ำสวรรค์วังบาดาล) ขึ้นอยู่กับอุทยานแห่งชาติเอราวัณ ตั้งอยู่ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค ห่างจากตัวเมืองประมาณ 63 กิโลเมตร อยู่ด้านหลังน้ำตกไทรโยคน้อย มีป้ายบอกทางเข้าไปประมาณ 3 กิโลเมตร จะพบหน่วยพิทักษ์อุทยานฯ บริเวณหน่วยพิทักษ์อุทยานฯสามารถชมต้นน้ำตกไทรโยค การไปชมถ้ำต้องเดินเข้าไปอีกประมาณ 1,500 เมตร ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงตลอดเส้นทางมีป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพธรรมชาติ ถ้ำวังบาดาลมีความยาว 500 เมตร เป็นถ้ำขนาดเล็กแต่ลึกมาก ปากถ้ำเป็นช่องเล็กๆแต่เข้าไปได้ทีละคน ลักษณะเป็นถ้ำหินปูน 2 ชั้น โดยชั้น

บนจะมีหินงอกหินย้อยที่สวยงาม แบ่งเป็นห้องหลายห้อง เช่น ห้องม่านพระจันทร์ มีหินงอกหินย้อยลงมอลายกับม่าน ห้องเข็มนาฬิกา มีลักษณะคล้ายเข็มนาฬิกาที่ย่อยลงมาสวยงามมาก ส่วนชั้นล่างมีธารน้ำไหลผ่าน ลักษณะเหมือนอุโมงค์น้ำใต้หินขนาดใหญ่

ถ้ำละว้า ห่างจากตัวเมืองประมาณ 75 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 ช่วงกิโลเมตรที่ 59-60 ต้องข้ามฝั่งแม่น้ำแควน้อย สามารถเช่าเหมาเรือจากท่าเรือปากแซงข้ามไป ราคาประมาณ 800-1,000 บาท นั่งได้ 10-12 คน ใช้เวลาประมาณ 45 นาที ถ้ำละว้าเป็นถ้ำที่สวยงามมาก ค้นพบโดยนายผิน ดอกเข็ม เมื่อปีพ.ศ. 2496 บริเวณปากถ้ำไม่กว้างนัก แต่ภายในถ้ำกว้างขวางใหญ่โตมาก แบ่งเป็นห้องต่างๆ เช่น ห้องทองพระโรง ห้องดนตรี ห้องม่าน ห้องพระปรางค์ แต่ละห้องมีความงดงามของหินย้อยแตกต่างกันออกไป บ้างเหมือนม่านโรงละคร บ้างมีประกายระยิบระยับราวกับโรยด้วยกากเพชร

ช่องเขาขาดพิพิธภัณฑสถานแห่งความทรงจำ ตั้งอยู่ภายในกองการเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานทหารพัฒนา หน่วยบัญชาการทหารพัฒนา บริเวณกิโลเมตรที่ 64-65 บนทางหลวงหมายเลข 323 (กาญจนบุรี-ไทรโยค-ทองผาภูมิ) ช่องเขาขาดพิพิธภัณฑสถานแห่งความทรงจำ เป็นสถานที่จัดแสดงมินิเธียเตอร์และรวบรวมข้อมูลภาพถ่าย ข้าวของเครื่องใช้ระหว่างการสร้างทางรถไฟสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยรัฐบาลออสเตรเลียได้จัดตั้งพิพิธภัณฑสถานขึ้น พิพิธภัณฑสถานนี้จัดไว้เป็นอย่างดี ระเบียบสวยงาม ภายในบริเวณมีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติไปยังช่องเขาขาด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทางรถไฟสายมรณะที่เชลยศึกในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ตัดเจาะภูเขาหินด้วยมือปราศจากเครื่องมืออันทันสมัย ให้เป็นช่องสำหรับสร้างทางรถไฟ ปัจจุบันยังมีร่องรอยของทางรถไฟปรากฏอยู่ พิพิธภัณฑสถานเปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00-16.00 น. โทร. 08 1814 7564, 08 1754 2098, 0 3453 1347 โทรสาร 0 3453 1347

อุทยานแห่งชาติไทรโยค มีเนื้อที่ 598,780 ไร่ ประกาศเป็นอุทยานฯ เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2523 สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาหินปูน ประกอบด้วยพื้นที่ป่าเบญจพรรณและป่าดิบแล้ง ไทรโยคได้ชื่อว่าเป็นพื้นที่แห่งเดียวในประเทศไทยที่มีค้างคาวที่เล็กที่สุดในโลกคือ **ค้างคาวกิตติ** และ **ปราชนี** ปูน้ำจืดชนิดใหม่ของโลกอาศัยอยู่ ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ไทรโยคเคยเป็นค่ายพักแรมของทหารญี่ปุ่น ปัจจุบันปรากฏร่องรอยเตาหุงข้าวและซากเตาไฟอยู่ในพื้นที่ นอกจากนี้ยังพบร่องรอยมนุษย์ยุคหินเก่า มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจคือ

น้ำตกไทรโยคใหญ่ หรือ เรียกอีกชื่อว่า **น้ำตกเขาโจน** ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติไทรโยค เนื่องจากเป็นน้ำตกที่ไหลตกลงจากหน้าผาลงสู่แม่น้ำแควน้อยราวกับกระโจนลงมา น้ำตกไทรโยคใหญ่จะมีน้ำตลอดปี และน้ำจะแรงมากในฤดูฝน และในอดีตพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) เคยเสด็จประพาส ณ น้ำตกแห่งนี้ ภายในอุทยานฯ มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติหลายเส้นทาง และมีจุดชมวิวยะยานเขื่อนไทรโยคที่จะเห็นน้ำตกไทรโยคได้ชัดเจน อัตราค่าเข้าชมอุทยานฯ ชาวไทย ผู้ใหญ่ 40 บาท เด็ก 20 บาท ชาวต่างชาติผู้ใหญ่ 400 บาท เด็ก 200 บาท บริเวณอุทยานฯ มีบริการร้านอาหาร แพพัก แพล่อง เรือเช่า บ้านพัก ค่ายพักแรมและสถานที่กางเต็นท์ **การเดินทาง**

ห่างจากอำเภอเมือง 104 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 (กาญจนบุรี-ไทรโยค-ทองผาภูมิ) บริเวณกิโลเมตรที่ 82

ถ้ำดาวดิงส์ อยู่ในเขตอำเภอไทรโยค ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 110 กิโลเมตร และห่างจากริมฝั่งแม่น้ำแควน้อยขึ้นไปบนเขาประมาณ 1 กิโลเมตร การเดินทาง โดยรถยนต์สามารถเดินทางเข้าทางอุทยานแห่งชาติไทรโยค แล้วเลี้ยวซ้ายไปทางวัดถ้ำดาวดิงส์ประมาณ 2.5 กิโลเมตร ถ้ำดาวดิงส์มีหินงอกหินย้อยที่งดงามรูปต่าง ๆ เช่น โคมระย้า พระปรารค์ และเจดีย์ ภายในถ้ำมีอากาศโปร่งแต่มีดสนิท ต้องมีไฟฉายหรือตะเกียงไปด้วย และควรมีคนนำทางไป

อำเภอทองผาภูมิ

พุร้อนหินดาด เดิมเรียกว่า **น้ำพุร้อนกุยมั่ง** อยู่ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรี 130 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข ๓๒๓ กิโลเมตรที่ 105-106 พุร้อนหินดาดเป็นบ่อน้ำร้อนธรรมชาติริมลำธาร อุณหภูมิประมาณ 45-55 องศาเซลเซียส ค้นพบโดยทหารญี่ปุ่นสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และได้สร้างเป็นบ่อซีเมนต์ขึ้น 2 บ่อ เชื่อกันว่าน้ำแร่จากบ่อน้ำร้อนแห่งนี้ มีสรรพคุณในการรักษาโรคภัยไข้เจ็บหลายอย่าง เช่น โรคเหน็บชา ไซซ้ออักเสบ นักท่องเที่ยวสามารถลงอาบน้ำในบ่อได้และยังมีลำธารน้ำเย็นไหลอยู่ด้านล่างบ่อน้ำร้อน

น้ำตกผาตาด เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรี 140 กิโลเมตร เกิดจากลำห้วยเล็ก ๆ บริเวณเทือกเขากะลา น้ำตกผาตาดเป็นน้ำตกที่มีความสวยงามมีชั้นน้ำตกลดหลั่นกันไปถึง 3 ชั้น แต่ละชั้นมีความกว้าง ความสูงที่ตระการตา และมีน้ำมากในช่วงปลายฤดูฝน บรรยากาศร่มรื่น มีต้นไม้ปกคลุมอยู่ทั่วบริเวณ การเดินทางไปน้ำตกสามารถใช้ทางหลวงหมายเลข 323 กิโลเมตรที่ 105-106 เลี้ยวเข้าทางเดียวกับพุร้อนหินดาด และอยู่เลยจากพุร้อนหินดาดเข้าไปประมาณ 10 กิโลเมตร

น้ำตกผาสวรรค์ เป็นน้ำตกที่มีขนาดใหญ่สวยงามลดหลั่นกันถึง 7 ชั้น และยังคงความสมบูรณ์ของธรรมชาติอยู่มาก โดยเฉพาะชั้นที่สูงที่สุดมีความสูงประมาณ 80 เมตร ตัวน้ำตกอยู่ในป่าลึกต้องอาศัยการเดินเท้าต่ออีก 40 นาที ก็จะถึง ช่วงเวลาที่สวยงามที่สุดจะอยู่ในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงมกราคม การเดินทาง อยู่ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 155 กิโลเมตร ใช้ทางหลวงหมายเลข 323 กาญจนบุรี-ทองผาภูมิ บริเวณกิโลเมตรที่ 110 ผ่านบ้านสหกรณ์นิคมเข้าไปประมาณ 15 กิโลเมตร และเลี้ยวขวาบริเวณทางแยกดินลูกรังอีก 13 กิโลเมตร หรือใช้เส้นทางเชื่อมต่อจากน้ำตกผาตาด จากนั้นเดินเท้าต่ออีก 40 นาทีก็จะถึงตัวน้ำตก หรือใช้เส้นทางจากน้ำตกห้วยแม่ขมิ้น ผ่านเหมืองเนินสวรรค์ หมู่บ้านสะพานลวาระยะทางประมาณ 42 กิโลเมตร ถึงทางแยกบริเวณโครงการปลูกป่าเลี้ยวซ้ายอีก 13 กิโลเมตร ถึงที่จอดรถ เดินเท้าต่ออีก 40 นาทีก็จะถึง ถ้าเดินทางในฤดูฝน ควรใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ

เขื่อนวชิราลงกรณ เดิมชื่อ **เขื่อนเขาแหลม** ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าขนุน ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรี 153 กิโลเมตร สามารถเดินทางไปตามทางหลวงหมายเลข 323 เหนืออำเภอทองผาภูมิไปประมาณ 6 กิโลเมตร เขื่อนวชิราลงกรณ เป็นเขื่อนหินถมตาตหน้าด้วยคอนกรีตเสริมเหล็กสูง 92

เมตร สันเขื่อนกว้าง 10 เมตร ยาว 1,019 เมตร กันลำนํ้าแควน้อย เป็นเขื่อนไฟฟ้าพลังนํ้า
 อเนกประสงค์ มีความสวยงามตามธรรมชาติ บริเวณเหนือเขื่อนมีทิวทัศน์สวยงาม นักท่องเที่ยว
 สามารถเช่าล่องเรือแพเที่ยวในทะเลสาบเหนือเขื่อนได้ มีแพพักแพล่องมากมายอยู่บริเวณเลยทางเข้า
 เขื่อนไป 3 กิโลเมตร สำหรับการล่องเรือชมทิวทัศน์สภาพธรรมชาติของอ่างเก็บนํ้าและสามารถชม
 สวนมะพร้าวกะทิบนเกาะกลางนํ้าซึ่งต้องนั่งเรือจากเขื่อนไป 1 ชั่วโมง ต้องติดต่อล่วงหน้ากับอำเภอ
 ทองผาภูมิ มีบริการบ้านพักและเรือ(ต้องเช่าเป็นหมู่คณะ) นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อ **อุทยาน
 แห่งชาติทองผาภูมิ** อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ป่าห้วยเขย่งและป่าเขาช้างเผือก มีเนื้อที่ประมาณ
 700,000 ไร่ อยู่ห่างจากอำเภอทองผาภูมิไปทางทิศตะวันตก ประมาณ 60 กิโลเมตร ไปตามทาง
 หลวง 3272 มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายจุด สำหรับจุดชมวิวยอดนิยมมี 2 แห่ง คือ **ดอยตองปะ
 แล** ซึ่งต้องจอดรถและเดินขึ้นเขาไปประมาณ 300 เมตร เป็นจุดชมวิวยอดนิยม มองเห็นน้ำตกจ๊อก
 กะดินอยู่ไม่ไกล ส่วน**เนินภูดอย** สามารถนำรถขึ้นไปจอดได้ เป็นจุดชมวิวยอดนิยมชมชั้นยอดสายตา
 มองเห็นทะเลสาบเขื่อนวชิราลงกรณและเขาช้างเผือกภูเขาที่สูงที่สุดในอุทยานฯ และมีเส้นทางศึกษา
 ธรรมชาติ 3 เส้นทางคือ น้ำตกจ๊อกกะดิ่น น้ำตกผาแป น้ำตกเจ็ดมิตร ต้องติดต่อว่าจ้างเจ้าหน้าที่เป็น
 ผู้นำทาง น้ำตกเหล่านี้อยู่ในเขตตำบลปิล็อก ซึ่งเดิมเป็นเมืองแร่ดีบุก วุลแฟรม ตั้งอยู่พรมแดน
 ไทย-พม่า อุดมด้วยป่าดิบ ปกคลุมด้วยหมอกเกือบตลอดทั้งปี ซึ่งต้องใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ **การเดินทาง**
 แม้ว่าเส้นทางจะลาดยาง แต่เป็นทางขึ้นเขาและมีโค้งหักศอกอยู่มากจึงต้องขับอย่างระมัดระวัง
 บริเวณอุทยานฯ มีบริการบ้านพักและสถานที่กางเต็นท์

เหมืองปิล็อก ตั้งอยู่ในตำบลปิล็อกซึ่งอยู่ห่างจากอำเภอทองผาภูมิไปทางทิศตะวันตก
 ประมาณ 70 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 3272 มีการทำเหมืองแร่ดีบุก วุลแฟรมกันมากบน
 เทือกเขาตะนาวศรี ซึ่งเป็นพรมแดนระหว่างไทยกับพม่า ระหว่างทางสามารถแวะชม “**ปิล็อกฮิลล์**”
 สถานที่ปลูกไม้ผลและไม่ประดับเมืองหนาว ซึ่งอยู่ห่างจากทองผาภูมิประมาณ 32 กิโลเมตร
 นอกจากนี้ยังมีน้ำตกสวยงามหลายแห่งซึ่งการจะเข้าถึงน้ำตกจะต้องใช้การเดินเท้า เช่น น้ำตกจ๊อกกะ
 ดิ่น และน้ำตกเจ็ดมิตร การเดินทางควรใช้ความระมัดระวังเนื่องจากเส้นทางส่วนใหญ่มีความสูงชัน
 และแคบคดเคี้ยว

น้ำตกทุ่งนางครวญ ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านทุ่งนางครวญ ตำบลชะแล ในเขตอุทยานแห่งชาติ
 เขื่อนศรีนครินทร์ เป็นน้ำตกหินปูนขนาดใหญ่ มีทั้งหมด 7 ชั้น ร่มรื่นและสวยงามมาก สภาพน้ำตก
 ยังคงความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีต้นไม้ใหญ่ปกคลุมทั่วบริเวณตัวน้ำตกซึ่งเป็นหินปูน แต่ละ
 ชั้นมีลักษณะเป็นหน้าผาขนาดใหญ่ บางชั้นสูงกว่า 35 เมตร และมีนํ้าไหลตลอดทั้งปี **การเดินทาง**
 อยู่ห่างจากอำเภอเมืองประมาณ 190 กิโลเมตร การเดินทางใช้เส้นทางสาย 323 (ทองผาภูมิ-สังขละ
 บური) เลี้ยวขวาบริเวณกิโลเมตรที่ 26 (โดยสังเกตจากพระพุทธรูปสีขาวที่อยู่บริเวณทางแยก) เดินทาง
 ต่อไปอีก 15 กิโลเมตร สภาพถนนเป็นทางลาดยางสลับกับทางลูกรังอัดแน่น เมื่อถึงหมู่บ้านทุ่งนาง
 ครวญ จะมีทางแยกเข้าน้ำตกอีก 3 กิโลเมตร จากนั้นต้องเดินเท้าต่ออีกประมาณ 1 กิโลเมตร ใช้เวลา
 30 นาที จึงถึงบริเวณน้ำตกชั้นที่ 1 สภาพถนนเป็นถนนลูกรัง ควรเดินทางโดยรถขับเคลื่อนสี่ล้อ หรือ
 รถกระบะและควรติดต่อชาวบ้านนำทาง

อุทยานแห่งชาติลำคลองงู เป็นชื่อของลำห้วยซึ่งไหลกววนและสลับซับซ้อนผากกลางผืนป่ากัตเซาเพิงผาเทือกเขาหินปูนกลายเป็นโพรงถ้ำขนาดใหญ่หลายแห่ง ประกอบกับการสะสมของตะกอนหินปูนที่ใช้เวลานานแสนนานจึงเกิดเป็นหินงอกหินย้อยประติมากรรมของธรรมชาติที่สวยงามภายในอุทยานแห่งชาติลำคลองงูจึงมีถ้ำหลายแห่งที่น่าเดินทางเข้าไปสำรวจความงดงาม เช่น

ถ้ำเสาหิน อยู่ห่างจากปากห้วยลำคลองงู 6 กิโลเมตร ลักษณะเป็นถ้ำทะลุภายในมีห้วยลำคลองงูไหลผ่านตลอด จุดเด่นที่น่าสนใจคือ เสาหินขนาดใหญ่ที่ตั้งตระหง่านอยู่กลางถ้ำ วัดความสูงจากพื้นถึงยอดเสาได้ 62.5 เมตร นับได้ว่าเป็นเสาหินที่สูงที่สุดเท่าที่เคยพบมาในปัจจุบัน อีกทั้งภายในถ้ำยังมีหินงอกหินย้อย รูปทรงต่างๆ เป็นจำนวนมาก การเดินทาง สามารถเข้าถึงได้โดยทางเรือ จากบริเวณอ่างเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์ขึ้นไปทางเหนือถึงบริเวณปากห้วยคลองงู แล้วเดินต่อจากปากห้วยคลองงูขึ้นไป 6 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง ก็จะถึงปากถ้ำ ตลอดทางจะพบน้ำตกที่เกิดจากลำห้วยคลองงู ไหลลดหลั่นลงไปตลอดทาง การเดินทางทางรถยนต์ เส้นทางที่สะดวก คือเริ่มต้นจากน้ำตกเอราวัณ ใช้เส้นทางผ่านถ้ำพระธาตุ ไปจนถึงน้ำตกห้วยแม่ขมิ้น จากนั้นน้ำตกห้วยแม่ขมิ้นเดินทางต่อไปยังหมู่บ้านพุเตยใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง จากนั้นเดินทางต่อบ้านพุเตยใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมงก็จะถึงถ้ำ ตลอดเส้นทางเดินเท้าจะผ่านหุบเขาและเพิงผา ซึ่งมีทัศนียภาพสวยงามมาก การเข้าชมถ้ำเสาหินเหมาะสำหรับผู้รักการผจญภัยมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง การเข้าชมจะต้องมีการเตรียมตัววางแผนก่อนล่วงหน้า และจะต้องติดต่อเจ้าหน้าที่อุทยานฯ หรือชาวบ้านในละแวกใกล้เคียงเป็นผู้นำชม และช่วงเวลาที่สามารเข้าชมถ้ำเสาหินได้คือช่วงเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน เท่านั้น เมื่อเข้าสู่ฤดูฝนระดับน้ำในถ้ำจะสูงมากไม่เหมาะแก่การเข้าชม

ถ้ำนกนางแอ่น อยู่บริเวณตอนกลางของห้วยลำคลองงู ในท้องที่ หมู่ 5 บ้านเขาพระอินทร์ ตำบลชะแล เป็นถ้ำขนาดใหญ่มาก ลักษณะเป็นถ้ำทะลุ มีลำห้วยคลองงูไหลผ่าน เช่นเดียวกับถ้ำเสาหิน มีความยาวประมาณ 3 กิโลเมตร ลักษณะพิเศษคือ เกิดจากการยุบตัวของเปลือกโลกเหมือนปล่องภูเขาไฟทำให้ถ้ำนกนางแอ่นแบ่งออกเป็น 3 ช่วงเหมือนกับโบกักรถไฟมาต่อกัน แต่มีขนาดใหญ่โตมาก ภายในถ้ำมีนกนางแอ่นอาศัยอยู่จำนวนมาก อีกทั้งมีหินงอกหินย้อยรูปทรงแปลกตา สวยงามเป็นอย่างยิ่ง

การเดินทาง ทางรถยนต์ใช้เส้นทางเดียวกับถ้ำเสาหิน จากบ้านพุเตย เดินทางต่อไปอีก 6 กิโลเมตร จะถึงหมู่บ้านเขาพระอินทร์ จากหมู่บ้านเขาพระอินทร์จะมีถนนเดิน เลี้ยวขวาเข้าไปอีก ระยะทางประมาณ 3 กิโลเมตร ต้องใช้รถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อหรือหาเช่ารถไถนาตัดแปลง (รถอีแต็ก) จากชาวบ้านเขาพระอินทร์ แล้วเดินเท้าต่อไปอีกประมาณ 30 นาที ก็จะถึงปากถ้ำ หรือ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 323 (ทองผาภูมิ-สังขละบุรี) เลี้ยวขวาที่กิโลเมตร 26 (แยกพุทไธ) เข้าไปผ่านน้ำตกทุ่งนางครวญ เลี้ยวไปจนถึงบ้านห้วยเสือ ระหว่างเส้นทางห้วยเสือ บ้านพุเตยจะผ่านบ้านเขาพระอินทร์ แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าถนนดินอีก 3 กิโลเมตร จะถึงจุดจอดรถแล้วเดินเท้าต่อไปอีก 30 นาที การเข้าชมควรติดต่อเจ้าหน้าที่อุทยานฯ หรือชาวบ้านจากหมู่บ้านละแวกใกล้เคียงเป็นผู้นำชม และควรมีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้าและเตรียมร่างกายก่อนการเดินทาง

ถ้ำน้ำตก เป็นถ้ำน้ำลอดเช่นเดียวกับถ้ำเสาหินและถ้ำนกนางแอ่นแต่มีความพิเศษกว่าคือธารน้ำใต้ดินภายในถ้ำจะไหลลดหลั่นกันลงมาก่อให้เกิดน้ำตกสูงถึง 17 ชั้น ชั้นที่สูงที่สุด สูงถึง 20 เมตร นับได้ว่าเป็นความมหัศจรรย์ทางธรรมชาติอีกแห่งหนึ่ง อีกทั้งยังมีหินงอกหินย้อยรูปทรงสวยงามอีกเป็นจำนวนมาก ความยาวตลอดถ้ำประมาณ 2,710 เมตร **การเดินทาง** เข้าชมถ้ำน้ำตก จะต้องติดต่อเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติลำคลองงูเป็นผู้นำชม และจะต้องมีการเตรียมการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า ในฤดูฝนไม่เหมาะในการเดินทางเข้าชมเนื่องจากระดับน้ำในถ้ำจะสูงมาก

ถ้ำใหญ่ เป็นถ้ำที่มีขนาดใหญ่ ปากทางเข้ากว้างประมาณ 50 เมตร ภายในถ้ำสามารถดูคนได้หลายพันคน จัดเป็นถ้ำที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ห่างจากถ้ำน้ำตกประมาณ 1 กิโลเมตร

การเดินทาง เข้าชมถ้ำภายในอุทยานแห่งชาติลำคลองงูจะต้องมีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า รวมทั้งต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ในการเข้าชมถ้ำและเตรียมสภาพร่างกายให้พร้อมสำหรับการเดินทาง รวมทั้งผู้นำทางที่ชำนาญเส้นทาง ช่วงเดือนที่เหมาะสมได้แก่เดือนมีนาคม-พฤษภาคมของทุกปี เนื่องจากในฤดูฝนระดับน้ำในถ้ำจะสูงมากไม่สามารถเข้าไปเที่ยวชมได้

อำเภอสังขละบุรี

สังขละบุรี เป็นอำเภอที่ติดต่อกับชายแดนพม่า ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 215 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 เส้นทางนี้ตัดผ่านภูเขาเลียบทะเลสาบเขื่อนวชิราลงกรณ์จะสามารถมองเห็นทัศนียภาพทะเลสาบที่งดงาม ตัวอำเภอสังขละบุรีตั้งอยู่บริเวณที่ลำน้ำสามสายมาบรรจบกันอันได้แก่ ห้วยซองกะเลีย ห้วยบีดลีและห้วยรันตี รวมเรียกว่า “สามประสบ” ไหลรวมกันเป็นแม่น้ำแควน้อย อำเภอสังขละบุรีเป็นอำเภอที่มีชาวมอญตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงสามารถพบเห็นวิถีชีวิตประเพณีเก่าแก่แบบดั้งเดิมของชาวมอญ ณ ที่แห่งนี้

น้ำตกไคช่องถ่อง ขึ้นอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาแหลม ก่อนถึงอำเภอสังขละบุรี ตั้งอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 323 (ทองผาภูมิ-สังขละบุรี) กิโลเมตรที่ 32-33 ก่อนถึงน้ำตกเกริงกระเวียเล็กน้อยจะมีป้ายทางซ้ายมือเข้าไปประมาณ 500 เมตร จากนั้นเลี้ยวขวาเข้าไปอีก 500 เมตร และต้องเดินเท้าเข้าไปอีก 600 เมตร เป็นน้ำตกขนาดเล็กไหลลงสู่ทะเลสาบเขื่อนแม่กลอง สภาพป่าสมบูรณ์ร่มรื่นจะสวยงามในฤดูฝน

น้ำตกเกริงกระเวีย ขึ้นอยู่กับเขตอุทยานแห่งชาติเขาแหลม ตั้งอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 323 (ทองผาภูมิ-สังขละบุรี) กิโลเมตรที่ 32-33 เลยนน้ำตกไคช่องถ่องไปเล็กน้อย ห่างจากอำเภอกาญจนบุรีประมาณ 191 กิโลเมตร เป็นน้ำตกขนาดเล็ก จะมองเห็นสายน้ำแผ่กระจายไหลมาจากหลายทิศทาง เหมาะสำหรับเป็นจุดพักผ่อนระหว่างการเดินทางไปอำเภอสังขละบุรี

อุทยานแห่งชาติเขาแหลม ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 190 กิโลเมตร ตั้งอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 323 (ทองผาภูมิ-สังขละบุรี) กิโลเมตรที่ 40 ก่อนถึงอำเภอสังขละบุรีประมาณ 30 กิโลเมตร พื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอทองผาภูมิและอำเภอสังขละบุรีป่าเขาและอ่างเก็บน้ำเขื่อนวชิราลงกรณ์(เขาแหลม) เป็นต้นน้ำของแม่น้ำแควน้อย มีพื้นที่ประมาณ 815 ตารางกิโลเมตร บริเวณ

อุทยานฯ รมรีน มีห้วยกะเต็งเจ็งไหลผ่าน สามารถกางเต็นท์พักแรมได้และมีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติไปน้ำตกกะเต็งเจ็ง

น้ำตกกะเต็งเจ็ง เป็นน้ำตกขนาดกลางที่มีชั้นน้ำตกถึง 23 ชั้น แต่ละชั้นมีความงามแตกต่างกันออกไป ระยะทางจากชั้นแรกถึงชั้นสุดท้ายประมาณ 2 กิโลเมตร เหมาะกับการทัศนศึกษาดูสภาพป่าชนิดต่าง ๆ เช่น ป่ากล้วย ป่าไผ่ ป่าดิบ ป่าเบญจพรรณ และมีต้นไม้ขนาดยักษ์ขนาด 13 คนโอบ โดยเฉพาะชั้นที่ 16 นั้นมีขนาดใหญ่และสวยงามมาก การไปชมน้ำตกกะเต็งเจ็ง จากที่ทำการอุทยานฯ เดินเท้าต่อไปอีกประมาณ 2-3 ชั่วโมง เป็นระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร จะถึงน้ำตกชั้นแรกนักท่องเที่ยวจะต้องปีนป่ายผ่านสายน้ำขึ้นไปตามชั้นต่าง ๆ จนถึงชั้นบนสุด ด้านบนของน้ำตกจะมีจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นอ่างเก็บน้ำเขื่อนเขาแหลมได้ เมื่อขึ้นไปถึงแล้วนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางกลับโดยไม่ใช้ทางเดิม แต่เปลี่ยนเป็นเส้นทางเดินป่า ที่ยังมีสภาพป่าดิบอันสมบูรณ์ ระหว่างทางจะผ่านดงเฟิร์นที่กว้างใหญ่ตระการตา ผ่านป่าระกำ ลั่นजीปาและมะไฟป่า ตลอดทางเดินจะได้ยินเสียงน้ำตกกระทบโขดหินดังก้องอยู่ในป่าตลอดเวลา น้ำตกนี้ไม่เหมาะสำหรับการเดินทางในฤดูฝน และควรติดต่อเจ้าหน้าที่นำทางของอุทยานฯ ในเขตอุทยานฯ มีบริการบ้านพักและสามารถกางเต็นท์พักแรมได้

สะพานมอญ อยู่ในตัวอำเภอสังขละบุรี เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า สะพานอุตตมานุสรณ์ เป็นสะพานไม้ที่ยาวที่สุดในประเทศไทยมีความยาวถึง 850 เมตร สร้างข้ามลำน้ำซองกาเลียสำหรับให้ประชาชนฝั่งตัวอำเภอสังขละบุรีและฝั่งหมู่บ้านชาวมอญเดินข้ามสัญจรไปมา บริเวณสะพานแห่งนี้เป็นจุดชมวิวทะเลสาบเขื่อนวชิราลงกรณ์ที่สวยงามสามารถมองเห็นลำห้วยสายต่างๆคือ ซองกาเลีย บิดลี และรันตีที่ไหลมารวมกันเป็นสามประสบ

วัดวังแก้วการาม อยู่เลยจากตัวอำเภอสังขละบุรีไปประมาณ 6 กิโลเมตร เป็นวัดจำพรรษาของ “หลวงพ่อดุตตะ” ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของประชาชนชาวไทย ชาวมอญ รวมทั้งชาวกะเหรี่ยงและพม่าที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้น ภายในวิหารที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำประดิษฐานพระพุทธรูปหินอ่อนอันงดงามชาวบ้านเรียกกันว่า หลวงพ่อขาว จากวัดวังแก้วการามแยกไปอีก 1 กิโลเมตร จะเป็นที่ตั้งของเจดีย์แบบพุทธคยา มีลักษณะฐานเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสบรรจุพระบรมสารีริกธาตุส่วนที่เป็นกระดูกนิ้วหัวแม่มือขวา ขนาดเท่าเมล็ดข้าวสาร บริเวณใกล้เจดีย์มีร้านจำหน่ายสินค้าจากพม่าหลายร้านจำพวกผ้า แป้งพม่า เครื่องไม้ ราคาย่อมเยา

ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี มีการจัดงานคล้ายวันเกิดหลวงพ่อดุตตะ ในงานมีกิจกรรมต่างๆ ประกอบด้วยพิธีกรรมทางศาสนา การแข่งขันชกมวยคาดเชือก การแสดงของชมรมวัฒนธรรมท้องถิ่นเช่น การรำแบบมอญ การรำตงของชาวกะเหรี่ยง และในงานประชาชนจะพร้อมใจกันแต่งกายตามแบบวัฒนธรรมของชาวไทยรามัญและจัดเตรียมสำหรับอาหารทุนบนศีรษะไปถวายพระสงฆ์ที่วัด

น้ำตกตะเคียนทอง เป็นน้ำตกที่ขึ้นอยู่กับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร ในบริเวณเทือกเขาตะนาวศรีซึ่งกั้นแนวเขตชายแดนไทย-พม่าในเขตอำเภอสังขละบุรี ตัวน้ำตกมีต้นน้ำอยู่ในเขตประเทศพม่าไหลเลาะเรื่อยมาตามแนวเขาที่กั้นเขตแดนสู่ประเทศไทยที่ห้วยซองกาเลีย จาก

ความอุดมสมบูรณ์ของป่าทำให้เป็นน้ำตกที่มีน้ำไหลตลอดทั้งปี เส้นทางเดินสู่น้ำตกชั้นแรกใช้เวลาประมาณ 30 นาที เป็นทางราบปกคลุมด้วยดงไฟ หวาย เฟิร์นและไม้ใหญ่ยืนต้นนานาพันธุ์ บางช่วงลัดเลาะลำธารน้ำ บางช่วงจะเห็นสายน้ำไหลมาจากหลายทิศทางกระจายออกไปเป็นแอ่งน้ำหรือลานกว้าง ซึ่งน้ำตกในแต่ละชั้นมีความงดงามแปลกตากันออกไป

การเดินทาง ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 ก่อนถึงตัวอำเภอสังขละบุรี 4 กิโลเมตร จะมีทางแยกขวามือไปด่านเจดีย์สามองค์ ไปตามเส้นทางสังขละบุรี-ด่านเจดีย์สามองค์ กิโลเมตรที่ 12-13 จะมีป้ายบอกทางเข้าน้ำตกอยู่ด้านขวา เลี้ยวตามทางแยกไปบนถนนหินลูกรังอีกประมาณ 9 กิโลเมตร เมื่อถึงจุดพักรถจะต้องเดินเท้าต่อไปอีกประมาณ 30 นาที จึงจะถึงตัวน้ำตกชั้นแรก

ถ้ำแก้วสวรรค์บันดาล ตั้งอยู่ในบริเวณสำนักปฏิบัติธรรมถ้ำแก้วสวรรค์บันดาล ติดภูเขาเล็กๆ แต่ละถ้ำมีชื่อเรียกตามลักษณะ เช่น ถ้ำบาดาลมีระดับน้ำสูงประมาณหัวเข่า ถ้ำพ่อบุญญาณี ถ้ำแก้วมรกตมีผนังหินงอกหินย้อยเป็นสีเขียว ถ้ำแก้วสวรรค์บันดาลและถ้ำแก้ว ภายในแต่ละถ้ำมีหินย้อยรูปทรงต่างๆงดงามมาก เมื่อกระทบกับแสงไฟจะสะท้อนแสงแวววาวคล้ายถูกโรยไว้ด้วยกากเพชร การเข้าไปเที่ยวชมนักท่องเที่ยวควรแต่งกายด้วยชุดที่รัดกุม เลือกสวมรองเท้าที่เหมาะสมและต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ เพราะบางถ้ำมีโขดหินที่สูงชัน บางถ้ำต้องใช้วิธีการคลานและมุดไปตามซอกของช่องหิน และบางถ้ำมีระดับน้ำสูงประมาณหัวเข่า หากต้องการชมให้ครบหมดทุกถ้ำจะต้องใช้เวลาไม่น้อยกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป

การเดินทาง ใช้เส้นทางอำเภอสังขละบุรี-ด่านเจดีย์สามองค์ กิโลเมตรที่ 16 เลี้ยวขวาบริเวณศาลาพักร้อนริมทาง จากนั้นขับรถไปตามถนนดินอีกประมาณ 800 เมตร เลี้ยวขวาไปตามเส้นทางอีก 200 เมตร จะถึงบริเวณสำนักปฏิบัติธรรมซึ่งเป็นที่ตั้งของถ้ำแก้วสวรรค์บันดาล นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามข้อมูลของถ้ำได้จากพระสงฆ์ ที่จำวัดอยู่ ณ บริเวณสำนักปฏิบัติธรรมนั้น

ด่านเจดีย์สามองค์ เขตสิ้นสุดชายแดนไทยด้านทิศตะวันตก ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองลู ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 โดยก่อนถึงตัวอำเภอสังขละบุรี 4 กิโลเมตร จะมีทางแยกด้านขวาไปด่านเจดีย์สามองค์ เป็นระยะทางประมาณ 18 กิโลเมตร เส้นทางลาดยางตลอดสาย พระเจดีย์สามองค์นี้เดิมเรียกว่า หินสามกอง เป็นที่สักการะของคนไทยโดยทั่วไปก่อนเดินทางออกจากเขตแดนไทยเข้าสู่เขตแดนพม่า ต่อมาในปีพ.ศ.2472 พระศรีสุวรรณคีรี เจ้าเมืองสังขละบุรีได้เป็นผู้นำชาวบ้านก่อสร้างเจดีย์ขนาดเล็กสามองค์ดังที่เห็นในปัจจุบัน นอกจากนี้ด่านเจดีย์สามองค์ยังเป็นช่องทางเดินทัพที่สำคัญของไทยและพม่าในอดีต บริเวณด่านเจดีย์สามองค์ มีร้านขายสินค้าจากประเทศพม่านักท่องเที่ยวสามารถข้ามชายแดนเข้าไปชมตลาดพญาตองซู ในเขตประเทศพม่า ชมตลาดชายแดนซึ่งมีสินค้าของพม่าจำหน่าย โดยเสียค่าผ่านด่าน ชาวไทย 25 บาท ชาวต่างชาติ 10 เหรียญสหรัฐ

เที่ยวป่าสังขละบุรี เป็นบริการนำเที่ยวของสถานที่พักในเขตอำเภอสังขละบุรี โดยจัดให้นักท่องเที่ยวล่องเรือไปตามลำน้ำซองกะเลีย แล้วต่อด้วยการนั่งช้างเที่ยวป่าและล่องแก่ง ผู้สนใจติดต่อล่วงหน้ากับบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ ททท.

น้ำตกคลิตี้ อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร คลิตี้ เป็นภาษากะเหรี่ยงแปลว่า “เสือโทน” มีต้นน้ำอยู่บนยอดเขาตึกะ ใกล้เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร การเดินทางไปน้ำตก

คลิตี้บ้นต้องใช้เวลาเดินเท้าประมาณ 2 วัน จากบ้านกะเหรี่ยงคลิตี้ และจะต้องมีลูกหาบและคนนำทาง ส่วนน้ำตกคลิตี้ล่าง อยู่เหนือทะเลสาบแควใหญ่บริเวณลำเขาสูง ใช้เวลาเดินทางโดยทางเรือจากท่าเรือท่ากระดานหรือท่าหม่องกระแทะ ประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร มีพื้นที่อยู่ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรีและอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ภูมิประเทศเป็นภูเขาสลับซับซ้อน ยอดเขาสูงสุดคือ เขาใหญ่ อยู่บริเวณตอนกลางของพื้นที่ เป็นต้นน้ำของลำธารหลายสาย มีป่าไม้หลายชนิดประกอบด้วย ทุ่งหญ้า ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง และป่าดงดิบ มีสัตว์ป่าหลายชนิดอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

การเดินทาง ไปเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร ยังไม่สะดวกนัก เนื่องจากสภาพถนน บางช่วงไม่ดี จากเส้นทางทองผาภูมิ-สังขละบุรี บริเวณแยกห้วยเสือ ไปยังบ้านคลิตี้ ระยะทาง 43 กิโลเมตร ต่อจากนั้นมีทางแยกไปที่ทำการเขตฯ ที่ห้วยซ่งไต่อีก 40 กิโลเมตร เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรเป็นพื้นที่เหมาะสำหรับผู้สนใจศึกษาธรรมชาติ ผู้ที่จะไปทุ่งใหญ่นเรศวรต้องทำหนังสือขออนุญาตล่วงหน้า 15 วัน เรียนผู้อำนวยการสำนักอนุรักษ์สัตว์ป่า กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

อำเภอศรีสวัสดิ์

สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาน้ำพุ ตั้งอยู่ที่ตำบลท่ากระดาน ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรี 55 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 3199 (กาญจนบุรี-ศรีสวัสดิ์) บริเวณ กิโลเมตรที่ 38-39 ขึ้นอยู่กับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสลักพระ ศูนย์แห่งนี้เป็นแหล่งศึกษาธรรมชาติ มีการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าเพื่อการศึกษาวิจัย จัดทำเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติสื่อความหมายให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพป่าแบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง **เส้นทางที่ 1** เพื่อให้ผู้สนใจศึกษาธรรมชาติพันธุ์ไม้และสัตว์ป่าใช้เวลาเดินทางไป-กลับประมาณ 3 ชั่วโมง และ **เส้นทางที่ 2** เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติเนินดินแดงใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ตามเส้นทางผ่านภูมิประเทศที่แตกต่างกันเช่น ลำห้วย ลำธาร ทางราบ เนินเขา ในบริเวณศูนย์แห่งนี้มีค่ายพักแรมสำหรับเยาวชน สามารถติดต่อล่วงหน้าโดยทำหนังสือถึง สำนักอนุรักษ์สัตว์ป่า เรียนผู้อำนวยการสำนักอนุรักษ์สัตว์ป่า

อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เดิมมีชื่อว่า **อุทยานแห่งชาติเขาสลอบ** ประกาศเป็นเขตอุทยานฯ เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2518 มีเนื้อที่ 343,735 ไร่ ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นอุทยานแห่งชาติเอราวัณเนื่องจากชั้นสูงสุดของน้ำตกเป็นธรรมชาติที่มีลักษณะคล้ายหัวช้างเอราวัณ มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ

น้ำตกเอราวัณ อยู่ห่างจากตัวเมือง 65 กิโลเมตร เป็นน้ำตกที่ใหญ่และสวยงาม บนฝั่งแม่น้ำแควใหญ่ ต้นน้ำเกิดจากลำห้วยม่องไล่ไหลผ่านลงจากยอดเขาและผาสูง 2,100 เมตร น้ำตกเอราวัณมีความยาว 1,500 เมตร แบ่งเป็น 7 ชั้น แต่ละชั้นมีลักษณะเป็นแอ่งน้ำสามารถเล่นน้ำได้ และยังมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติเอราวัณ ระยะทาง 1,060 เมตร ใช้เวลาประมาณ 30 นาที ผ่านป่าดิบเขา จุดชมวิวและป่าผลัดใบที่สวยงาม ท่านจะได้รับความเพลิดเพลินในการชื่นชมธรรมชาติและได้ความรู้จากป้ายสื่อความหมาย

การเดินทาง

รถยนต์ไปตามทางหลวงหมายเลข 3199 (กาญจนบุรี-ศรีสวัสดิ์) เมื่อถึงกิโลเมตรที่ 56 แยกซ้ายข้ามสะพานเข้าตลาดเขื่อนศรีนครินทร์ตรงไปอีกประมาณ 3 กิโลเมตร ถึงลานจอดรถแล้วเดินต่อไปอีก 500 เมตร จะถึงน้ำตก

รถโดยสารประจำทาง มีรถสายกาญจนบุรี-เอราวัณ ออกจากสถานีขนส่ง ถนนแสงชูโตมายังตลาดเขื่อนศรีนครินทร์ทุกวัน ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง

เขื่อนศรีนครินทร์ อยู่ห่างจากน้ำตกเอราวัณ ประมาณ 4 กิโลเมตร ทางตอนบนของแม่น้ำแควใหญ่ เป็นเขื่อนหินถมแกนดินเหนียวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยกั้นแม่น้ำแควใหญ่ เป็นเขื่อนเอนกประสงค์ที่อำนวยประโยชน์ทั้งในด้านการชลประทาน การลดอุทกภัยในลุ่มแม่น้ำแม่กลอง รวมทั้งการผลิตกระแสไฟฟ้า การประมง และเหนือสันเขื่อนยังมีทัศนียภาพที่สวยงามเหมาะสำหรับเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ เขื่อนศรีนครินทร์อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 70 กิโลเมตร บนทางหลวงหมายเลข 3199 (กาญจนบุรี-ศรีสวัสดิ์) ทางเขื่อนมีบ้านพักรับรองไว้บริการนักท่องเที่ยว

สวนเวลารำลึก เป็นสวนที่อยู่ภายในเขื่อนศรีนครินทร์ มีพื้นที่กว่า 30 ไร่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ได้สร้างขึ้นมาเพื่อเฉลิมพระเกียรติและรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณ ในวโรกาสที่สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ทรงเจริญพระชนมายุครบ 90 พรรษา เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2533 สวนเวลารำลึกนี้สร้างเป็นสวนประติมากรรมบอกเวลา มีสัญลักษณ์รูปนาฬิกาแดด เป็นเครื่องเตือนใจให้รำลึกถึงคุณค่าแห่งชีวิตที่ก้าวล่วงเวลาทุกนาทีที่ผ่านไป สมดังพระราชหฤทัยของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถเป็นแน่แท้ว่า “เวลาเป็นของมีค่า” ซึ่งควรใช้เวลาให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ ไม่ควรปล่อยให้ล่วงเลยไปอย่างไร้ประโยชน์ บริเวณลานโดยรอบจะมีที่นั่งพักผ่อนเพื่อชมทัศนียภาพที่สวยงามของเขื่อนศรีนครินทร์

ถ้ำพระธาตุ อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเอราวัณ ห่างจากน้ำตกเอราวัณประมาณ 8 กิโลเมตร ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรี 76 กิโลเมตร ภายในมีหินงอกหินย้อยวิจิตรงดงามมาก ที่แปลกคือเป็นหินที่โปร่งแสง ถ้ำมีความยาว 20 เมตร ใช้เวลาชมถ้ำพระธาตุ ประมาณ 30 นาที - 1 ชั่วโมง การเข้าชมถ้ำพระธาตุ นักท่องเที่ยวจะต้องติดต่อเจ้าหน้าที่ป่าไม้ ณ ที่ทำการฯ ซึ่งตั้งอยู่เชิงเขาเพื่อขอให้เจ้าหน้าที่เป็นผู้นำทางให้และควรเดินทางถึงถ้ำนี้ก่อนเวลา 15.00 น.

อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ มีเนื้อที่ 953,500 ไร่ ประกาศเป็นเขตอุทยาน เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2424 มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจคือ

ถ้ำสวรรค์ เป็นถ้ำที่เพิ่งค้นพบใหม่ อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ บริเวณหมู่บ้านต้นมะพร้าว ตำบลแม่กระมุง อำเภอศรีสวัสดิ์ ลักษณะถ้ำเป็นเหมือนอุโมงค์ธรรมชาติ กว้างประมาณ 9 เมตร สูง 9 เมตร ยาว 150 เมตร ที่ผนังถ้ำจะมีภาพวาดของคนโบราณ การเดินทาง ห่างจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ ประมาณ 15 กิโลเมตร ตามเส้นทางน้ำตกห้วยแม่ขมิ้น-น้ำตกเอราวัณ เลี้ยวขวาบริเวณโรงเรียนบ้านต้นมะพร้าว เข้าไปอีก 1.5 กิโลเมตร ก็จะถึงหมู่บ้านต้นมะพร้าว วิ่งรถผ่านหมู่บ้านเข้าไปอีก 500 เมตร ก็จะถึงปากถ้ำ ควรใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อ และควรติดต่อชาวบ้านในหมู่บ้านต้นมะพร้าวเป็นผู้นำชม

ถ้ำเหมรमित เป็นถ้ำขนาดใหญ่แบ่งเป็นหลายห้องมีหินงอกหินย้อยรูปทรงต่างๆ แปลกตาและสวยงามมาก ตั้งอยู่ก่อนถึงน้ำตกห้วยแม่ขมิ้นประมาณ 10 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวไปทางวัดถ้ำเหมรमितอีก 2 กิโลเมตรและเดินเท้าต่ออีกประมาณ 300 เมตร และห่างไปอีกประมาณ 4 กิโลเมตรยังมีถ้ำใหญ่อีก 3 ถ้ำ ได้แก่ ถ้ำน้ำมุด ถ้ำพระปรารค์และถ้ำพระโค ควรติดต่อผู้นำชมหรือติดต่อเจ้าหน้าที่ของทางอุทยานฯ เชื่อนศรีนครินทร์ การเดินทางควรใช้รถกระบะหรือรถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อ

ถ้ำน้ำมุด อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ บริเวณหมู่บ้านน้ำมุด ตำบลแม่กระบุง ปากถ้ำกว้างประมาณ 15 เมตร สูง 10 เมตร ภายในถ้ำเป็นโพรงลึกมีธารน้ำไหลออกมาจากถ้ำตลอดเวลา

ถ้ำพระปรารค์ เป็นอีกถ้ำหนึ่งที่มีความใหญ่โตและสวยงามมากของจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ บริเวณบ้านน้ำมุด ตำบลแม่กระบุง ภายในถ้ำแบ่งเป็นห้องต่างๆ หลายห้องแต่ละห้องมีหินงอก หินย้อยงดงาม การเดินทาง ใช้เส้นทางน้ำตกเอราวัณ น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น ก่อนถึงน้ำตกห้วยแม่ขมิ้น 11 กิโลเมตร ให้เลี้ยวซ้ายเข้าวัดน้ำมุดเข้าไปประมาณ 500 เมตร อ้อมไปทางด้านหลังวัด จอดรถไว้ที่เชิงเขาจะมีทางขึ้นถ้ำระยะทางประมาณ 400 เมตร ก็จะถึงปากถ้ำจากจุดจอดรถ ถ้าเดินขึ้นเขาไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือประมาณ 130 เมตร ก็จะพบถ้ำอีกถ้ำหนึ่งชื่อ ถ้ำพระโค

น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น ตั้งอยู่บริเวณที่ทำการอุทยานฯริมทะเลสาบเขื่อนศรีนครินทร์ ห่างจากอำเภอเมืองกาญจนบุรีประมาณ 108 กิโลเมตร น้ำตกห้วยแม่ขมิ้นมีสภาพสวยงามเป็นอย่างยิ่ง ทิวบริเวณร่มรื่นด้วยพันธุ์ไม้ป่านานาชนิด น้ำตกไหลมาจากต้นน้ำของเทือกเขากระลาซึ่งเป็นป่าดิบเขาแล้งทางทิศตะวันออกของอุทยานฯ และไหลลงสู่อ่างเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์ นับเป็นน้ำตกที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่ง น้ำตกแบ่งออกเป็น 7 ชั้น มีชื่อเรียกต่าง ๆ กันไปแต่ละชั้น เช่น ชั้นที่ 1 ดงวาน ชั้นที่ 2 ม่านขมิ้น ชั้นที่ 3 วังหน้าผา ชั้นที่ 4 ฉัตรแก้ว ชั้นที่ 5 ไหลจนหลง ชั้นที่ 6 ดงผีเสื้อ ชั้นที่ 7 ร่มเกล้า แต่ละชั้นมีความสูงและความงดงามต่างกันไป ทางอุทยานฯได้ทำเส้นทางเดินสำหรับขึ้นไปชมน้ำตกแต่ละชั้นและยังเป็นเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ช่วงเวลาที่เหมาะแก่การท่องเที่ยวอยู่ในช่วงเดือนตุลาคม-เมษายน

ในบริเวณอุทยานฯมีบ้านพักและสถานที่กางเต็นท์สำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งร้านอาหารสวัสดิการ ตอนกลางคืน มีการฉายสไลด์

การเดินทาง

รถยนต์

เส้นทางที่ 1 ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 ผ่านตัวเมืองกาญจนบุรี จากนั้นใช้เส้นทางสายกาญจนบุรี-น้ำตกเอราวัณ (ทางหลวงหมายเลข 3199) ผ่านถ้ำพระธาตุ ห้วยพุมุต (วัดพุมุต) จากนั้นเส้นทางจะเป็นดินลูกรังอัดแน่นเข้าไปถึงบริเวณน้ำตกห้วยแม่ขมิ้น รวมระยะทางประมาณ 104 กิโลเมตร ควรใช้รถสภาพดีมีกำลังหรือจะเช่ารถสองแถวจากตัวเมืองหรือที่ตลาดเขื่อนศรีนครินทร์ได้เช่นกัน

เส้นทางที่ 2 การนำรถยนต์ข้ามแพขนานยนต์ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 ผ่านตัวเมือง

กาญจนบุรี จากนั้นใช้เส้นทางสายกาญจนบุรี-ท่ากระดาน-แม่ละมุน (ทางหลวงหมายเลข 3199) เริ่มจากนารถลงแพที่ทำแม่ละมุนข้ามไปท่าอำเภอศรีสวัสดิ์ ใช้เวลาประมาณ 15 นาที เสียค่าธรรมเนียมรถยนต์คันละ 50 บาท จากนั้นขับรถยนต์ต่อไปประมาณ 10 กิโลเมตร จะพบท่าแพขนานยนต์ข้ามไปท่าห้วยแม่ขมิ้น ใช้เวลา 30-45 นาที เสียค่าธรรมเนียมคันละ 150 บาท จากนั้นขับรถต่อไปอีก 7 กิโลเมตร ถึงน้ำตกห้วยแม่ขมิ้น

เรือ

เรือเหมา ขึ้นที่ท่าหม่องกระแทะหรือท่าเรือท่ากระดาน ซึ่งอยู่ห่างจากทางแยกเข้าเขื่อนศรีนครินทร์ประมาณ 12 กิโลเมตร ราคา 1,500 (10 คน) – 3,000 (30 คน) บาท เมื่อถึงท่าห้วยแม่ขมิ้น เดินขึ้นไป 200 เมตร ถึงตัวน้ำตก

รถโดยสาร สามารถขึ้นรถสองแถวจากบริเวณวัดทุ่งลาดหญ้าในเขตอำเภอเมือง ผ่านบ้านต้นมะพร้าว บ้านน้ำมุด พุดตาเขียน ถึงน้ำตกห้วยแม่ขมิ้น รถออกเวลาประมาณ 12.00 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง (หมายเหตุ - เวลาารถโดยสารอาจเปลี่ยนแปลงได้)

อุทยานแห่งชาติถ้ำธารลอด มีเนื้อที่ 36,875 ไร่ ประกาศเป็นอุทยานฯ เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2523 มีสถานที่น่าสนใจหลายแห่ง อาทิ เส้นทางเดินป่าในเขตอุทยานฯ แบ่งเป็น 2 เส้นทาง

เส้นทางแรก เป็นเส้นทางเดินป่าจากถ้ำธารลอดน้อยถึงถ้ำธารลอดใหญ่ ภายในถ้ำธารลอดน้อยจะเห็นหินงอกหินย้อยสวยงามและมีลำธารไหลผ่านภายในถ้ำชื่อ ลำกระพริ้ว เมื่อพ้นถ้ำธารลอดน้อยออกมาจะต้องเดินป่าต่อไปอีก 1.5 กิโลเมตร จะถึง น้ำตกไตรตรึงษ์ เดินต่อไปอีกราว 1 กิโลเมตร จะถึงถ้ำธารลอดใหญ่ รวมระยะทาง 2.5 กิโลเมตร

เส้นทางที่สอง เป็นเส้นทางเดินป่าไปยังน้ำตกธารเงินและน้ำตกธารทองระยะทางประมาณ 1.8 กิโลเมตร

น้ำตกธารเงิน เป็นน้ำตกขนาดย่อมลดหลั่นกันเป็นชั้น ๆ ถึง 7 ชั้น ใช้เวลาเดินทางจากที่ทำการอุทยานฯ ถึงชั้นแรกของน้ำตกประมาณ 35 นาที ส่วนน้ำตกธารทองเป็นน้ำตกขนาดใหญ่มี 15 ชั้น ใช้เวลาเดินทางจากที่ทำการอุทยานฯ ถึงชั้นแรกของน้ำตกประมาณ 25 นาทีเท่านั้น

การเดินทาง อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ อยู่ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 97 กิโลเมตร เมื่อถึงจังหวัดกาญจนบุรีให้ขับรถตรงไปประมาณ 7 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวขวาเข้าเส้นทางกาญจนบุรี-ทุ่งมะสังข์ ประมาณ 23 กิโลเมตร จากนั้นแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 3086 ผ่านอำเภอบ่อพลอยไปยังกิ่งอำเภอหนองปรือ เมื่อถึงตลาดหนองปรือจะมีป้ายบอกทางไปยังถ้ำธารลอดอีก 19 กิโลเมตร ทางลาดยางตลอดสาย ถ้าใช้บริการรถประจำทาง มีรถประจำทางจากสถานีขนส่งกาญจนบุรีไปยังตลาดหนองปรือ จากนั้นต้องเช่ารถสองแถวที่ตลาดหนองปรือไปยังอุทยานฯ ค่าธรรมเนียมเข้าอุทยานฯ ชาวไทย ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 10 บาท ชาวต่างประเทศ ผู้ใหญ่ 200 บาท เด็ก 100 บาท

อำเภอปอพลอย

ปอพลอยอยู่ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 47 กิโลเมตร ในตัวอำเภอปอพลอยมีร้านขายพลอยอยู่หลายร้าน พลอยที่ได้จากการทำเหมืองอุตสาหกรรมได้แก่ พลอยไพลิน นิล และบุษราคัม

สวนสัตว์เปิดซาฟารีปาร์ค ห่างจากตัวเมืองประมาณ 40 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 3087 (กาญจนบุรี-ปอพลอย) ประมาณกิโลเมตรที่ 21 จะเห็นป้ายสวนสัตว์เปิดทางซ้ายมือ นับเป็นสวนสัตว์เปิดแห่งแรกของกาญจนบุรี ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับสัตว์นานาชนิดเช่น กวาง หมี เสือ สิงโต ม้าลาย ยีราฟ อูฐ ฯลฯ อย่างใกล้ชิด นักท่องเที่ยวสามารถขับรถเข้าไปเที่ยวชมได้ด้วยตนเอง หรือ สำหรับผู้ที่ไม่นำรถส่วนตัวมา ทางสวนสัตว์ได้จัดรถไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวสามารถชมสัตว์ได้อย่างใกล้ชิด พักผ่อนชมสวนผีเสื้อ สวนดอกไม้ เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00–17.00 น. ค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 150 บาท เด็ก 70 บาท ชาวต่างชาติ ผู้ใหญ่ 300 บาท เด็ก 150 บาท

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสลักพระ ไปตามเส้นทางสายกาญจนบุรี-ศรีสวัสดิ์ ประมาณ 27 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอปอพลอย อำเภอหนองปรือ อำเภอศรีสวัสดิ์ ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อน และประกอบด้วยที่ราบระหว่างหุบเขา เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญของแม่น้ำแควใหญ่ ยอดเขาสูงที่สุด คือ เขาหัวโล้นสูงประมาณ 1,170 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง อยู่บริเวณตอนกลางของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสลักพระ จัดตั้งเป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2508 นับเป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าแห่งแรกของประเทศไทย เป็นสถานที่เหมาะสำหรับการศึกษาธรรมชาติ มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ 3 เส้นทาง คือ 1.เส้นทางห้วยลำอี่ชู 2.เส้นทางห้วยสะตอง 3.เส้นทางสลักพระ และยังมีเส้นทางที่สามารถเดินไปชมทิวทัศน์ริมขอบอ่างเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์ ห้วยแม่ละมุ่น

อำเภอหนองปรือ

โครงการห้วยองคตอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ตั้งอยู่ที่ตำบลสมเด็จเจริญ ไปตามเส้นทางสายกาญจนบุรี-หนองปรือ-ด่านช้าง (ทางหลวงหมายเลข 2086) ประมาณ 71 กิโลเมตร จากนั้นเลี้ยวขวาไปตามทางหลวงหมายเลข 3480 อีก 20 กิโลเมตร โครงการนี้มีพื้นที่กว่าสองหมื่นไร่ ตั้งขึ้นเพื่อเป็นโครงการอนุรักษ์และพัฒนาลุ่มน้ำองคต มีผลการดำเนินงานในหลายๆ ด้าน เช่น การปลูกสวนป่า การส่งเสริมการเลี้ยงไก่ไข่ การเลี้ยงปลา การปลูกผักปลอดสารพิษ นอกจากนี้มีการขุดพบซากโบราณสถาน เครื่องมือเครื่องใช้ของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ในบริเวณนี้ ปัจจุบันนำไปไว้ที่โรงเรียนประชาวมงคล

อำเภอดำม่วง

เขื่อนแม่กลอง เป็นเขื่อนทดน้ำขนาดใหญ่ อยู่ในตัวอำเภอดำม่วง ห่างจากอำเภอเมืองประมาณ 10 กิโลเมตร เป็นเขื่อนที่มีความสำคัญที่สุดในโครงการพัฒนาลุ่มน้ำแม่กลอง ครอบคลุม

พื้นที่ 3 ล้านไร่ ในจังหวัดสุพรรณบุรี กาญจนบุรี ราชบุรี นครปฐม สมุทรสงครามและสมุทรสาคร ตัวเขื่อนกว้าง 117.50 เมตร ยาว 1,650 เมตร บริเวณเหนือเขื่อนมีทิวทัศน์สวยงาม

วัดถ้ำเสือ ตั้งอยู่ที่ตำบลม่วงชุม อยู่ห่างจากเขื่อนแม่กลอง ประมาณ 5 กิโลเมตร ทางเข้าวัดต้องผ่านเขื่อนแม่กลอง จะมีป้ายบอกเลี้ยวขวาไปประมาณ 2 กิโลเมตร จากนั้นเลี้ยวซ้ายไปประมาณ 200 เมตร วัดนี้มีพระพุทธรูปปางประทานพรขนาดใหญ่อยู่บนยอดเขา มีพุทธลักษณะที่สวยงามมาก และยังมีอุโบสถอัฐมุขเป็นลักษณะทรงไทยมีลวดลายสวยงามวิจิตรตระการตา ช่างๆ มีเจดีย์เกสรแก้วมหาปราสาทซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินหรือใช้รถรางไฟฟ้าขึ้นไปชมจะมองเห็นวิวทะเลสาบและเขื่อนแม่กลอง

วัดถ้ำเขาน้อย อยู่ติดกับวัดถ้ำเสือ วัดนี้ประดับประดาไปด้วยสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่ผสมผสานศิลปะแบบจีน มีความงามสะดุดตา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเก๋งจีนบนยอดเขาซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถขึ้นไปชมทัศนียภาพอันสวยงามของตัวเมืองกาญจนบุรีและเขื่อนแม่กลอง **วัดบ้านถ้ำ** ตั้งอยู่ที่ตำบลเขาน้อย ห่างจากวัดถ้ำเสือไปทางตัวเมืองกาญจนบุรีประมาณ 5 กิโลเมตร โดยใช้เส้นทางสายในถนนเลียบริมแม่น้ำแม่กลอง ทางขึ้นถ้ำเป็นบันไดลึกเข้าไปในปากมังกรตัวใหญ่ ภายในถ้ำมีหินงอกลักษณะคล้ายผู้หญิง เชื่อว่าเป็น นางบัวคลี ภรรยาของขุนแผน ตำนานอิงประวัติศาสตร์เรื่องขุนช้างขุนแผนที่เล่าขานกันต่อมาช้านานและบนยอดเขายังมีถ้ำที่มีหินงอกหินย้อยสวยงามอยู่อีกหลายถ้ำ

บ่อน้ำร้อนวัดวังขนายทายิการาม ตั้งอยู่ที่ตำบลวังขนาย ในวัดวังขนายทายิการาม เมื่อ พ.ศ. 2540 กรมทรัพยากรธรณี ได้มาเจาะบ่อน้ำบริเวณวัด พบว่ามีความร้อนถึง 42 องศาเซลเซียส จึงแนะนำให้ทางวัดนำน้ำนี้มาใช้และชำระร่างกาย และต่อมาได้นำน้ำร้อนในบ่อนี้ไปวิเคราะห์ และพิสูจน์ปรากฏว่าในน้ำมีแร่ธาตุอยู่หลายชนิดที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ปัจจุบันมีบ่อน้ำร้อนประมาณ 55 บ่อ ทั้งบ่อเย็น น้ำ นอน โดยจะเปิดบริการทุกวันตั้งแต่เวลา 05.00-21.00 น.

อำเภอท่ามะกา

โบราณสถานพงตึก สันนิษฐานว่าเป็นที่ตั้งของเมืองโบราณสมัยทวารวดี และได้รับอิทธิพลจากศิลปะอินเดียแบบคุปตะ ชาวเมืองนับถือศาสนาพุทธและพราหมณ์ มีอายุในราวพุทธศตวรรษที่ 11-12 ทั้งนี้เนื่องจากกรมศิลปากรได้ขุดพบโบราณวัตถุสมัยทวารวดีเป็นจำนวนมากที่พงตึกเมื่อปี พ.ศ. 2470 เช่น ตะเกียงทองสำริดโรมัน พระพิมพ์ดินเผา พระนารายณ์สลักจากศิลา พระพุทธรูป ฯลฯ และต่อมาในปี พ.ศ. 2477 ดร.เวลส์ ผู้แทนสมาคมค้นคว้าวัตถุโบราณจากประเทศอินเดีย ได้เดินทางมาสำรวจและขุดค้นโบราณวัตถุเพิ่มเติมที่พงตึกและยืนยันว่าสถานที่แห่งนี้เคยเป็นเมืองโบราณที่เจริญรุ่งเรืองมากเมื่อสมัยพันปีมาแล้ว ปัจจุบันโบราณวัตถุบางส่วนที่ขุดค้นนำไปเก็บไว้ที่วัดดงสัก บางส่วนอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร ที่กรุงเทพฯ

การเดินทาง อยู่ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรี ประมาณ 37 กิโลเมตร หากมาจากกรุงเทพฯ ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 กิโลเมตรที่ 92-93 จะมีป้ายบอกทางเข้าซ้ายมือไปโบราณสถานพงตึก

เมื่อข้ามสะพานจันทร์เบกษา จะผ่านวัดดงสักซึ่งอยู่ด้านซ้ายมือ จากนั้นให้ตรงไปจนผ่านป้อมตำรวจ พงตึกซึ่งอยู่ด้านขวา โบราณสถานพงตึกจะอยู่ถัดป้อมตำรวจพงตึกไปไม่กี่ไกลนัก

อุทยานมัจฉาวังสักระวาด อยู่ตรงข้ามกับวัดห้วยเหินยว ตำบลห้วยเหินยว หากมาจาก กรุงเทพฯ ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 กิโลเมตรที่ 92-93 เข้าทางเดียวกับโบราณสถานพงตึก เมื่อลงจากสะพานจันทร์เบกษา (สะพานเฉลิมพระเกียรติ) เลี้ยวขวาตรงไปตามถนนเลียบแม่น้ำแม่กลอง ประมาณ ๓ กิโลเมตร อุทยานแห่งนี้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนทั่วไปที่นิยมมาให้อาหารปลาจะพบปลาตะเพียน ในปัจจุบันปลาสังกะวาสดูได้ยาก มีลักษณะคล้ายกับปลาเนื้ออ่อน นอกจากนี้ภายในวัดห้วยเหินยวยังมีพิพิธภัณฑสถานพื้นบ้านเปิดให้ชมตั้งแต่เวลา 08.00-18.00 น.

วัดพระแท่นดงรังวรวิหาร สถานที่แห่งนี้เป็นวัดโบราณซึ่งมีแท่นหินขนาดใหญ่ที่ชาวบ้านเชื่อกันว่า เป็นพระแท่นศักดิ์สิทธิ์ที่พระพุทธเจ้าเสด็จดับขันธปรินิพพานที่นี่ อีกทั้งยังเป็นทีประดิษฐานรอยพระพุทธบาททำจากไม้ขนาดใหญ่แห่งเดียวในประเทศไทย ในบริเวณวัดยังมีโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับพุทธประวัติเช่น บ่อบัวบนพระโอษฐ์ วิหารพระอานนท์ ฯลฯ และยังมีพิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน ทุก ๆ ปีประมาณกลางเดือน 4 ของไทยจะมีงานนมัสการอย่างยิ่งใหญ่ การเดินทาง จาก กรุงเทพฯ ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 ถึงบริเวณแยกตลาดท่าเรือ เลี้ยวขวาไปตามทางหลวงหมายเลข 3081 ระหว่างกิโลเมตรที่ 9-10

อำเภอพนมทวน

โบราณสถานบ้านดอนเจดีย์ ตั้งอยู่ที่บ้านดอนเจดีย์ จาก กรุงเทพฯ ไปตามทางหลวงหมายเลข 323 จนถึงบริเวณสี่แยกท่าม่วง เลี้ยวขวาไป 2 กิโลเมตร จะมีป้ายบอกทางไปดอนเจดีย์อีก 11 กิโลเมตร โดยผู้ที่จะไปชมจะต้องขับรถเลี้ยวเข้าไปยังบริเวณหลังโรงเรียนวัดทุ่งสมอ กรมศิลปากรได้ทำการสำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2525 ได้พบโครงกระดูกในบริเวณนี้หลายร้อยโครง ตลอดจนดาบโบราณ กรามช้างและเครื่องมือเป็นจำนวนมาก และพบซากเจดีย์สมัยกรุงศรีอยุธยาอยู่ด้วย จากหลักฐานที่ขุดพบทำให้เชื่อว่าบริเวณนี้เคยเป็นสนามรบในการทำยุทธหัตถีสมัยกรุงศรีอยุธยา

พระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ตั้งอยู่ใกล้กับโบราณสถานดอนเจดีย์ โดยเมื่อปี พ.ศ.2542 จังหวัดกาญจนบุรีและประชาชนผู้มีจิตศรัทธาทั่วประเทศได้บริจาคเงินสมทบทุนสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงประทับช้าง ไว้เพื่อเป็นอนุสรณ์สถานให้ปวงชนชาวไทยได้ถวายสักการะรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณที่ทรงพระปรีชาสามารถได้รับชัยชนะในการทำสงครามยุทธหัตถี สามารถปกป้องเอกราชของชาติไทยไว้ได้ในสมัยกรุงศรีอยุธยา

พระโพธิสัตว์กวนอิม (วัดทุ่งสมอ) พระโพธิสัตว์กวนอิมประดิษฐานอยู่ในวัดทุ่งสมอ ตำบลทุ่งสมอ เป็นพระโพธิสัตว์กวนอิมองค์ใหญ่ที่มีลักษณะงดงามมาก ห่างจากตัวเมืองไปทางทิศตะวันออก ตามทางหลวงหมายเลข 324 ประมาณ 15 กิโลเมตร ในแต่ละวันจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเดินทางมานมัสการพระโพธิสัตว์กวนอิมองค์ใหญ่องค์หนึ่งซึ่งมีพุทธลักษณะที่งดงาม นอกจากนี้ยังสามารถนมัสการพระสังกัจจายน์และพระประธานภายในอุโบสถวัดทุ่งสมอได้อีกด้วย

กิจกรรมที่น่าสนใจ

ดูดาว หอดูดาวเกิดแก้ว ตั้งอยู่ที่ตำบลหลุมรัง อำเภอบ่อพลอย จากกรุงเทพฯไปตามทางหลวงหมายเลข 323 แล้วเข้าทางหลวงหมายเลข 3086 (กาญจนบุรี-บ่อพลอย) กิโลเมตรที่ 49 ทางซ้ายมือ จะมีป้ายเขียนชื่อไร่พล.อ.ท. สำเร็จ เกิดแก้ว เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นสถานที่ให้ความรู้เกี่ยวกับดวงดาวและธรรมชาติ เหมาะสำหรับผู้รักธรรมชาติและสนใจในด้านดาราศาสตร์ ภายในบริเวณจัดพื้นที่ส่วนหนึ่งไว้สำหรับการดูดาว มีหอดูดาวรูปโดมและที่พักรูปแบบแคปซูล

เดินป่า เส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ มีอยู่หลายเส้นทาง แต่เส้นทางที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วไปมักจะเป็นเส้นทางเดินที่อุทยานแห่งชาติต่าง ๆ จัดทำขึ้น หรือ เส้นทางเดินป่าเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่รถยนต์เข้าไปไม่ถึง เช่น

เส้นทางเดินป่าจากถ้ำธารลอดน้อยไปถ้ำธารลอดใหญ่ในอุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ ใช้เวลาเดินประมาณ 2 ชั่วโมง

เส้นทางเดินป่าไปยังน้ำตกกะเต็งเจงในอุทยานแห่งชาติเขาแหลม ใช้เวลา 3 ชั่วโมง จุดเด่นได้แก่ พันธุ์ไม้ต่าง ๆ น้ำตก

เส้นทางเดินป่าบริเวณเหมืองเต่าดำ อำเภอไทรโยค จุดเด่นได้แก่ พันธุ์ไม้ สัตว์ป่า น้ำตก

เส้นทางศึกษาธรรมชาติ นพ.บุญส่ง เลขะกุล ในสถานีวิจัยและพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาน้ำพุใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง

เส้นทางเดินป่าจากน้ำตกผาดาดสู่น้ำตกผาสวรรค์

จักรยานภูเขา จากสภาพภูมิประเทศที่สวยงามของจังหวัดกาญจนบุรี นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวโดยจักรยานภูเขา ไปตามถนนสายต่าง ๆ ในจังหวัดไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ โดยมีเส้นทางที่นิยมได้แก่

เส้นทางจากตัวจังหวัดข้ามสะพานสมเด็จพระสังฆราช ไปยังวัดถ้ำเขาปูน-สวนหินสมเด็จพระศรีนครินทร์-ถ้ำพุหว้า ระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร สภาพถนนลาดยางตลอด

เส้นทางจากไร่ไซเทล แก่งละวารีรีสอร์ท ไปยังถ้ำละว้า ระยะทางประมาณ 1.5 กิโลเมตร สภาพเส้นทางเป็นถนนดิน

เส้นทางจากปากทางบ้านเขาเหล็ก ตำบลเขาโจด อำเภอศรีสวัสดิ์ ไปยังถ้ำธารลอดใหญ่ ระยะทางประมาณ 18 กิโลเมตร สภาพถนนเป็นดินลูกรัง

เส้นทางจักรยานรอบหมู่บ้านหนองขาว ชมวิถีชีวิตชาวบ้านรอบหมู่บ้านหนองขาวระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร สภาพถนนเป็นดินลูกรังสลับถนนคอนกรีต

นอกจากนี้ยังมีอีกหลายเส้นทาง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ล่องแก่ง แคนู สำหรับนักท่องเที่ยวที่รักการผจญภัยบนสายน้ำเชี่ยว สามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวในตัวจังหวัดที่ให้บริการล่องแก่งและเรือแคนู ซึ่งมีหลายบริษัท สอบถามรายละเอียดได้ที่ ททท. สำนักงานภาคกลาง เขต 1 กาญจนบุรี โดยเส้นทางที่นิยม ล่องแก่งและแคนู ในจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่

แม่น้ำน้อย ช่วงหมู่บ้านแม่น้ำน้อยถึงน้ำตกไทรโยคใหญ่ (แคบ, แอ่งน้ำ) ใช้เวลาประมาณ 3 ชั่วโมง

แม่น้ำแควน้อย จากบริเวณน้ำตกไทรโยคใหญ่ไปถ้ำละว้า หรือ จังเกิ้ลราฟทรีส์อร์ท(แคบ) ระยะทางประมาณ 3 ชั่วโมง

แม่น้ำแควใหญ่ จากสะพานข้ามแม่น้ำแควถึงบริเวณหน้าเมือง(แคบ) ใช้เวลา 1 ชั่วโมงครึ่ง

แม่น้ำของกาเลีย จากหมู่บ้านสะเนห์ฟองถึงบ้านของกาเลีย อำเภอสังขละบุรี (แคบ แอ่งน้ำ) ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง

นอกจากนี้ยังมีอีกหลายเส้นทางโดยนักท่องเที่ยวที่สนใจต้องติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวและเลือกเส้นทางที่สนใจ

ช้างชมธรรมชาติ กาญจนบุรีมีแคมป์ช้าง เปิดให้บริการช้างชมธรรมชาติอยู่หลายแห่ง โดยนักท่องเที่ยวสามารถสอบถามรายละเอียดสถานที่ติดต่อได้ที่ ททท. สำนักงานภาคกลาง เขต 1 กาญจนบุรี หรือจะใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวที่มีรายการช้างล่องแก่งก็ได้

ดูนก สถานที่ดูนกในจังหวัดกาญจนบุรีส่วนใหญ่ได้แก่ อุทยานแห่งชาติต่างๆ ซึ่งเป็นแหล่งที่มีธรรมชาติอุดมสมบูรณ์เหมาะสำหรับเป็นที่ย่อยอาศัยของนกซึ่งสถานที่ที่เป็นที่นิยมในการดูนกได้แก่ สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาน้ำพุ ตำบลท่ากระดาน อำเภอศรีสวัสดิ์ บริเวณบึงเกริงกระเวียใกล้กับน้ำตกเกริงกระเวีย อำเภอสังขละบุรี เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสลักพระ ป่าเหมืองเตาดำ อำเภอไทรโยค บริเวณริมอ่างเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์และเขื่อนวชิราลงกรณ์ (เขื่อนเขาแหลม)

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บ้านหนองขาว เป็นชื่อตำบลหนึ่งในจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 12 กิโลเมตร ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ยังคงดำเนินชีวิตอยู่อย่างเรียบง่ายในสังคมเกษตรกรรม สภาพบ้านเรือนแบบไทยสมัยก่อนยังมีให้เห็นอยู่ทั่วไป วิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมแบบโบราณยังคงได้รับการสืบทอดกันมาช้านาน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในปัจจุบัน เช่น การดำข้าว ทำขนมแบบโบราณ ทำน้ำตาลปึก ประเพณีการโกนจุก การทำนา การร้องเพลงเหย่ย เพลงพวงมาลัย เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าเที่ยวชมวิถีชีวิตเหล่านี้ได้

การเดินทางไปหมู่บ้านหนองขาว จากตัวเมืองกาญจนบุรี ไปตามถนนทางหลวงหมายเลข 324 (กาญจนบุรี-สุพรรณบุรี) ประมาณ 12 กิโลเมตร หรือ หากต้องการเข้าชมหมู่บ้านเป็นหมู่คณะ สามารถติดต่อสำนักงานภาคกลางเขต 1 ททท. เพื่อจัดเตรียมการแสดงวัฒนธรรมบันเทิง ซึ่งรวบรวมวิถีชีวิตประเพณีท้องถิ่นของชาวบ้านหนองขาวไว้ครบถ้วน พร้อมรับประทานอาหารเย็นแบบพื้นบ้านและบริการโดยชาวบ้านหนองขาว

โฮมสเตย์บ้านเขาเหล็ก บ้านเขาเหล็กเป็นหมู่บ้าน ชาวกะเหรี่ยงเล็ก ๆ อยู่ในตำบลเขาโจด อำเภอศรีสวัสดิ์ เป็นหมู่บ้านอยู่ใจกลางหุบเขา ในเขตอุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตนโกสินทร์ มี

ธรรมชาติสวยงาม ชาวบ้าน ส่วนใหญ่มีอาชีพทำไร่ และหาของป่ามีความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย โดยอาศัยธรรมชาติเป็นหลัก มีประเพณีวัฒนธรรมของชาวกะเหรี่ยง ที่ยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปสัมผัสวิถีชีวิตและธรรมชาติของหมู่บ้านเขาเหล็กได้ ปัจจุบันในหมู่บ้านมีการจัดทำที่พักไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ค้างคืนในหมู่บ้านพร้อมมีบริการอาหารและจัดนำเที่ยว ชมถ้ำธารลอดใหญ่ เดินป่า และจักรยานเสือภูเขาไว้บริการ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ด้วยตนเอง โดยใช้เส้นทางจากบ้านท่าลำไย ขับรถอ้อมขึ้นเขาไปทางอำเภอศรีสวัสดิ์ ระยะทางประมาณ 25 กิโลเมตร จะมีถนนลูกรัง แยกเข้าสู่หมู่บ้านเขาเหล็กอีก ๑๔ กิโลเมตร

เทศกาลงานประเพณี

งานวันอาบน้ำแร่แช่น้ำตก จัดขึ้นบริเวณพุร้อนหินดาด หมู่ 5 ตำบลหินดาด อำเภอทองผาภูมิ ในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายน ภายในงานมีกิจกรรมออกฐานผลิตผลและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร นิทรรศการการท่องเที่ยวของอำเภอทองผาภูมิ นักท่องเที่ยวยังจะได้อาบน้ำแร่ที่พุร้อนหินดาดและเที่ยวชมความงามของน้ำตกผาดาด

งานเทศกาลชาวเรือชาวแพ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายน ที่บริเวณถนนสองแคว ริมแม่น้ำเมืองกาญจนบุรี ภายในงานมีกิจกรรมการละเล่นพื้นบ้าน การแสดงมหรหรรูลูกทุ่ง นิทรรศการทางวิชาการเกี่ยวกับการอนุรักษ์แม่น้ำลำคลอง และการแข่งขันกีฬาทางน้ำประเภทต่างๆ อาทิ เรือยาว เรือเร็ว เจ็ตสกี เป็นต้น

งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จัดขึ้นทุกปีบริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแคว ในราวปลายเดือนพฤศจิกายนถึงต้นเดือนธันวาคม เพื่อรำลึกถึงความสำคัญของการสร้างทางรถไฟสายมรณะและสะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งเป็นเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการแสดงนิทรรศการทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี การแสดงพื้นบ้าน การออกจำหน่ายสินค้าต่างๆ กิจกรรมบันเทิงและการแสดงแสงและเสียง

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณรงค์ มีนวล (2547) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายส่วนใหญ่มีอายุ 15-24 ปี มีสถานภาพสมรสโสด สำเร็จการศึกษาสูงสุดที่ต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส. มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 6,500 บาท สื่อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจให้นักท่องเที่ยวไทยมาเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และไม่นิยมพักค้างคืน ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือมากกว่า 1,500 บาท ต่อคน นักท่องเที่ยวโดยมากมีความต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีอีก โดยให้ความสำคัญกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก

บรรจบพร สุนทรันกุล (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 4 ด้าน คือ ด้านบรรยากาศ ด้านกายภาพ ด้านบรรยากาศประกอบอื่นๆ และด้านส่วนผสมทางการตลาด พบว่า ด้านบรรยากาศด้านกายภาพประเภทที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการมากที่สุด คือแพพัก งานประเพณีและวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจคือ งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี คือ รถยนต์ส่วนตัว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ น้ำตกเอราวัณ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ จุดที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ด้านบรรยากาศด้านจิตใจ พบว่ามูลเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด คือความตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนในด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก คือ ความสะดวกสบายในการเดินทางด้านบรรยากาศประกอบอื่น ๆ พบว่า แหล่งข้อมูลของจังหวัดกาญจนบุรีที่นักท่องเที่ยวได้รับ คือ ประสบการณ์จากที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก ของฝาก มีความเหมาะสม ส่วนในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระดับมาก คือ ชี้อเสียงและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

सानนท์ สุขศรี (2532) ศึกษาปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในจังหวัดสงขลาพบว่า ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา ได้แก่ สถานเริงรมย์ สินค้าและศิลปหัตถกรรม ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลดึงดูดนักท่องเที่ยวแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพศ และวัยของนักท่องเที่ยวส่วนรูปแบบการได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากการบอกเล่าของเพื่อนนักท่องเที่ยว เพราะถือเป็นข่าวสารที่ละเอียดและเชื่อถือได้

วิภา วัฒนพงศ์ชาติ (2542) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี วิจัยโดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมากับกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน โดยพิจารณาให้ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทางมีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเดินทางมา และพิจารณาให้ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางและการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลปานกลาง สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้น พบว่าอายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

วิธินี วรรณสกล (2542) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า 1. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์มากที่สุด 2. ทศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับสูงและปานกลางเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโดยรวม

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง 3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างไปท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ คือทะเล พานะที่ใช้มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ จึงทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวลดลงสำหรับปัจจัยที่กระตุ้นให้สนใจที่จะท่องเที่ยว คือ เพื่อคลายเครียด ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวลดลง แต่อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเหมือนเดิม

นิคม ประเมโท (2543) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี พบว่า 1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เดินทางเพื่อท่องเที่ยวร้อยละ 41.75 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 44.50 และพักแรมในจังหวัดอุดรธานีร้อยละ 83 ส่วนใหญ่พักแรมที่โรงแรมร้อยละ 45.50 2. ปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีสิ่งจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($x = 4.33$) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่จังหวัดอุดรธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นหนึ่งในมรดกโลกคือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ศึกษาสู่ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยได้ลำดับศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ซึ่งพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง อยู่ในกลุ่มที่ 1 คือกลุ่มลำดับศักยภาพสูง โดยทั้งภาครัฐและเอกชนได้ร่วมมือในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล (2541) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า 1. รูปแบบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 44.70 มีขนาดกลุ่มเดินทางจำนวน 6-15 คน คิดเป็นร้อยละ 41 มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 69.30 มีจำนวนคืนที่พักแรมในการท่องเที่ยว 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 72.0 พักในที่ของเอกชน คิดเป็นร้อยละ 69.30 มีจำนวนคืนที่พักแรมในการท่องเที่ยว 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 72.0 พักในที่ของเอกชน คิดเป็นร้อยละ 100 และมีลักษณะของที่พักร้างแรมโดยการเช่าแพ คิดเป็นร้อยละ 80.30 2. ปัจจัยกระตุ้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40 มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 78.3 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางชมรม/สมาคมจัดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 97.3 และมีการให้คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 69.3

คัตฉณางค์ วรัชญ์จันเกียรติ (2543) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด ผลการศึกษาสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเกาะเกร็ดโดยมีวัตถุประสงค์คือเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว สถานที่ที่นักท่องเที่ยวแวะชมเป็นจำนวนมาก 3

อันดับแรกคือ วัดปรมย์ยิกาวาสวรรวิหาร การสาธิตทำเครื่องปั้นดินเผา และหมู่บ้านขนมบ้านนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาเกาะเกร็ดอีก โดยไม่ต้องการพักแรมบนเกาะและไม่ต้องการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

การศึกษาครั้งนี้จะได้นำแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบในการศึกษาโดยจะทำการศึกษาภาพลักษณ์ 5 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี ภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ภาพลักษณ์ของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวและ ภาพลักษณ์จากการบริการของพนักงานแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีส่วนในด้านของทัศนคติจะได้ทำการศึกษาทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว 6 แหล่ง ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ อุทยานแห่งชาติไทรโยคน้อย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังกล่าวดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลในการศึกษา
2. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำ และวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการศึกษา

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับผลการศึกษาในอดีต และกรอบทฤษฎีต่าง ๆ ที่นำมาใช้อ้างอิงในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งได้จากวารสาร หนังสือพิมพ์ ผลงานวิจัย ตำราวิชาการเกี่ยวกับการตลาด และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่รวบรวมจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อายุระหว่าง 20 – 60 ปี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างแบบใช้สูตรไม่ทราบขนาดของประชากร (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2548: 26) ดังนี้

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

- เมื่อ n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- Z แทน ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ที่มีค่าเท่ากับ 95% โดยที่ $\alpha = .05$
 หรือ $1 - \alpha/2 = .975$ จะทำให้ $Z = Z_{0.975} = 1.96$
- E แทน ความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน = .05

โดยแทนค่าดังนี้

$$n = \frac{1.96^2}{4(.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ฉะนั้น ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรองไว้ 15 คน รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้ โดยใช้วิธีการสุ่ม ดังนี้

1. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยว 6 แห่งในจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เขื่อนศรีนครินทร์ น้ำตกไทรโยคน้อย อุทยานแห่งชาติไทรโยค (น้ำตกไทรโยคใหญ่) อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมที่มีผู้เยี่ยมชมนิยมไปท่องเที่ยวมากที่สุดตามลำดับ (จากรายงานสถานการณ์ด้านการตลาดจาก ททท สำนักงานกาญจนบุรี ประจำเดือนพฤษภาคม 2552)
2. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 6 ลำดับในขั้นตอนแรก โดยกำหนดว่าจะเก็บแบบสอบถามจากประชากรรวมทั้งสิ้น 400 คนจาก 6 แหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งเก็บที่ละ 66-67 ตัวอย่าง
3. วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับไว้ ณ ขั้นที่ 1 และ 2

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมี การดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎี และเอกสารเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยมีระดับในการวัดของตัวแปรดังนี้

1. เพศ มีการวัดในมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ มีระดับการวัดข้อมูลประเภท เรียงลำดับ (Ordinary Scale) โดยกำหนดช่วงอายุ (มัลลิกา บุญนาค. 2545: 29) คำนวณ ดังนี้

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

ข้อมูลรายงานผลสำรวจภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ. 2544 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ใช้เกณฑ์การสำรวจผู้มีงานทำอายุตั้งแต่ 15 – 65 ปี ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงได้ใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ โดยแบ่งช่วงอายุออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ช่วงอายุ} &= \frac{65 - 15}{5} \\ &= 10\end{aligned}$$

แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม

ช่วงอายุ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 30 ปี
31 – 40 ปี	41 – 50 ปี
51 ปีขึ้นไป	

แสดงการแบ่งช่วงอายุที่ใช้ในแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
- 2) 21 - 30 ปี
- 3) 31 - 40 ปี
- 4) 41 - 50 ปี
- 5) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinary Scale) ดังนี้
 - 3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 3.2 ปริญญาตรี
 - 3.3 สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้
 - 4.1 นักเรียน/ นักศึกษา
 - 4.2 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 4.3 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ
 - 4.5 อื่น ๆ โปรดระบุ
5. รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinary Scale) ดังนี้

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

การกำหนดรายได้เฉลี่ยต่อเดือนขั้นต่ำ ซึ่งคำนวณจากอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ เป็นเงินวันละ 203 บาท (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน.ม.ย. 2551) เท่ากับ $203 \times 30 \text{ วัน} = 6,090$ หรือประมาณ 6,100 บาท ผู้วิจัยจึงได้ใช้ช่วงรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 6,100 – 56,100 บาท การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งช่วงรายได้ต่อเดือนออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงรายได้ต่อเดือน} &= \frac{56,100 - 6,100}{5} \\ &= 10,000 \text{ บาท} \end{aligned}$$

แสดงช่วงรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม

ช่วงรายได้ต่อเดือน	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท
20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท
40,001 บาทขึ้นไป	

6. สถานภาพสมรส ได้แก่ โสด สมรส และ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ 5 ด้าน อันได้แก่ ด้านคุณลักษณะจังหวัดกาญจนบุรี, ด้านแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี, ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี, ด้านความปลอดภัยจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และ ด้านการบริการการให้ข่าวสารข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ใช้การวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) การให้คะแนนผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการให้คะแนนตามมาตรารัด ดังนี้

เห็นด้วยอย่างมาก	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
เฉย ๆ	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	ให้	1	คะแนน

การอธิบายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผล 5 ระดับ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548: 193-194)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระดับภาพลักษณ์

4.21-5.00	ภาพลักษณ์ดีมาก
3.41-4.20	ภาพลักษณ์ดี
2.61-3.40	ภาพลักษณ์ปานกลาง
1.81-2.60	ภาพลักษณ์ไม่ดี
1.00-1.80	ภาพลักษณ์ไม่ดีมาก

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ 6 แห่ง อันได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว, อุทยานแห่งชาติไทรโยค(น้ำตกไทรโยคใหญ่) อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์, น้ำตกไทรโยคน้อย, อุทยานแห่งชาติเอราวัณ

และ เชื้อนครินทร์ ใช้การวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) การให้คะแนนผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการให้คะแนนตามมาตรารัด ดังนี้

เห็นด้วยอย่างมาก	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
เฉย ๆ	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	ให้	1	คะแนน

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล 5 ระดับ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2548: 193-194)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระดับทัศนคติ

4.21-5.00	ทัศนคติดีมาก
3.41-4.20	ทัศนคติดี
2.61-3.40	ทัศนคติปานกลาง
1.81-2.60	ทัศนคติไม่ดี
1.00-1.80	ทัศนคติไม่ดีมาก

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ใช้การวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) การให้คะแนนผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการให้คะแนนตามมาตรารัด ดังนี้

พอใจมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
พอใจมาก	ให้	4	คะแนน
พอใจปานกลาง	ให้	3	คะแนน
พอใจน้อย	ให้	2	คะแนน
พอใจน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

การอธิบายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผล 5 ระดับ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2548: 193-194)

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ

4.21-5.00	พึงพอใจมากที่สุด / วางใจเหนือกว่า / เลือกแน่นอน
3.41-4.20	พึงพอใจมาก / วางใจ / เลือกค่อนข้างแน่นอน
2.61-3.40	พึงพอใจปานกลาง / ค่อนข้างวางใจ / มีโอกาสเลือก
1.81-2.60	พึงพอใจน้อย / ไม่ค่อยวางใจ / มีโอกาสเลือกน้อย
1.00-1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด / ไม่วางใจ / ไม่เลือก

1. นำแบบสอบถามทั้ง 4 ส่วน ที่สร้างขึ้นมาให้คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมอีกครั้ง
3. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (try – out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับผลการศึกษาในอดีต และกรอบทฤษฎีต่าง ๆ ที่นำมาใช้อ้างอิงในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งได้จากวารสาร หนังสือพิมพ์ ผลการวิจัย ตำราวิชาการเกี่ยวกับการตลาด และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่รวบรวมจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน

การจัดทำ และวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ทำการลงรหัส แล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดย

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการแยกประเด็นของข้อมูล รวบรวมแล้วนำเสนอด้วยแนวทางการบรรยาย

2. ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์ SPSS/PC+ คำนวณสถิติ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ t-test, F-test, Sheffe-test และ Pearson's Product - Moment Correlation Coefficient รวบรวมและนำเสนอด้วยตารางประกอบการบรรยาย

ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งสองส่วนจะนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และสรุปเป็นคำตอบของการวิจัยที่ถูกต้องสมบูรณ์ต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส

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

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 36)

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

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

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 49)

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

เมื่อ S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
x	แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
$(\sum x)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อมั่นของชุดคำถาม (Reliability of The Test) ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 35)

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

เมื่อ α	แทน ค่าความเชื่อมั่น หรือ Alpha Coefficient
k	แทน จำนวนคำถาม
covariance	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
variance	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำตอบ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 สมมติฐานที่ 1 ใช้ t-test และ F-test One-Way ANOVA และ Sheffe test ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 108) โดยมีสูตรดังนี้

3.1.1 ในการทดสอบ t-test หาค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variance assumed และถ้าค่าความแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal variance not assumed โดย

1) กรณีที่มีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($S_1^2 = S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ $\bar{x}_i$ แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i = 1, 2$

S_p แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

n_i แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ i

S_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i = 1, 2$

$$S_p^2 = \frac{(n_{i-1})S_1^2 + (n_{2-1})S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

2) กรณีที่มีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

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

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ = V

$$V = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของตัวอย่างที่ 1
S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
V	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.1.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) แบบการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2545: 293) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ 1 และ 2

ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน มีสูตรดังนี้

ตารางแสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม (B)	k-1	$SS_{(B)}$	$MS_{(B)} = \frac{SS_{(B)}}{k-1}$	$\frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$
ภายในกลุ่ม (W)	n-k	$SS_{(W)}$	$MS_{(W)} = \frac{SS_{(W)}}{n-k}$	
รวม (T)	n-1	$SS_{(T)}$		

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

เมื่อ F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) และภายในกลุ่ม (n-k)
k	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
n	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
$SS_{(B)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Sum of Squares)
$SS_{(W)}$	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Squares)
$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณการของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between groups)
$MS_{(W)}$	แทน	ค่าประมาณการของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within groups)

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 333)

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

เมื่อ LSD แทน ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
 $t_{1-\alpha/2; n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ T-distribution ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = n-k

MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)

n_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม j

α แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

3.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 311 – 312) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อ 2, ข้อ 3 และข้อ 4 มีสูตรดังนี้

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

เมื่อ r = สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum X$ = ผลรวมคะแนน X

$\sum Y$ = ผลรวมคะแนน Y

$\sum X^2$ = ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum Y^2$ = ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum XY$ = ผลรวมของผลคูณระหว่างคะแนนชุด X และชุด Y

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของค่า r มีดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 437)

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลดลง แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย
3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

แสดงความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 – 1.00	สูงมาก (Very strong)
0.61 – 0.80	ค่อนข้างสูง (Strong)
0.41 – 0.60	ปานกลาง (Moderate)
0.21 – 0.40	ค่อนข้างต่ำ (weak)
0.01 – 0.20	ต่ำมาก (Very weak)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability) สำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัดแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

สมมติฐานข้อที่ 3 ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพสมรส โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ปรากฏผลในตารางดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	109	27.2
หญิง	291	72.8
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	43	10.8
21-30 ปี	166	41.5
31-40 ปี	141	35.2
41-50 ปี	50	12.5
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	106	26.5
ปริญญาตรี	222	55.5
สูงกว่าปริญญาตรี	72	18.0
รวม	400	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	51	12.7
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	8.8
พนักงานบริษัทเอกชน	227	56.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	63	15.8
อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน	24	6.0
รวม	400	100.0
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	105	26.2
10,001 – 20,000 บาท	148	37.0
20,001 – 30,000 บาท	41	10.2
30,001 – 40,000 บาท	29	7.3
40,000 บาทขึ้นไป	77	19.3
รวม	400	100.0
6. สถานภาพสมรส		
โสด	270	67.5
สมรส	130	32.5
รวม	400	100.0

ผลจากตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมา เป็นเพศชาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 อายุระหว่าง 41- 50 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

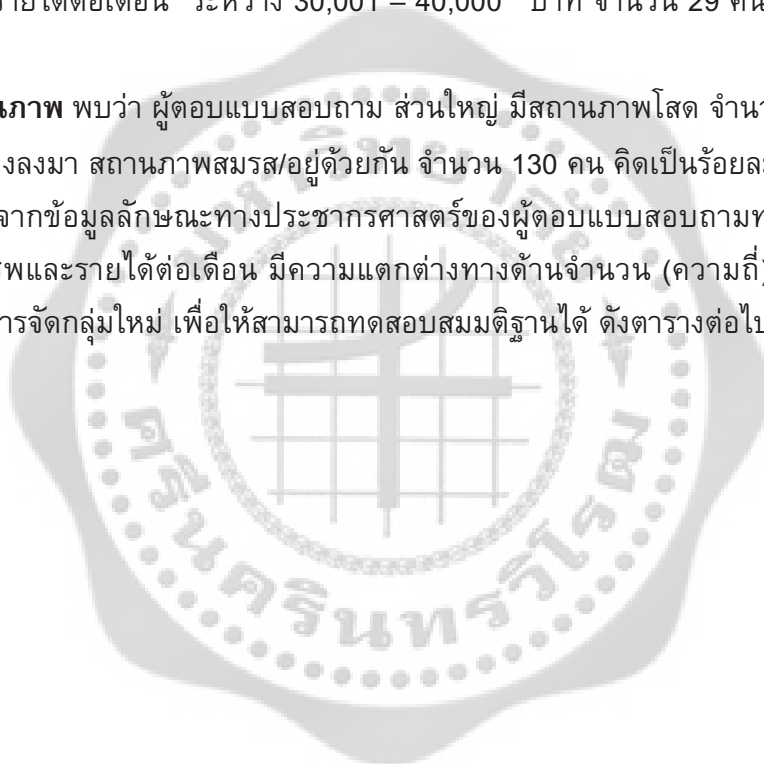
ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และระดับสูงสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ข้าราชการ /พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และมีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 40,001 ขึ้นไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 และรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน มีความแตกต่างทางด้านจำนวน (ความถี่) ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดกลุ่มใหม่ เพื่อให้สามารถทดสอบสมมติฐานได้ ดังตารางต่อไปนี้



ตาราง 2 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่จัดกลุ่มใหม่

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	209	52.2
31-50 ปี	191	47.8
รวม	400	100.0
2. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	106	26.5
ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	294	73.5
รวม	400	100.0
3. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา / ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	86	21.5
พนักงานบริษัทเอกชน	227	56.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ / อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน	87	21.7
รวม	400	100.0
4. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	105	26.2
10,001 – 20,000 บาท	148	37.0
20,001 – 40,000 บาทขึ้นไป	147	36.8
รวม	400	100.0

ผลจากตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่จัดกลุ่มใหม่ มีรายละเอียดดังนี้

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-50 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ / อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และมีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา / ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 และ ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลในตารางดังนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับภาพลักษณ์
ภาพลักษณ์โดยรวม	3.79	0.463	ดี

ผลจากตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม พบว่า มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับภาพลักษณ์
มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ควรค่าแก่การท่องเที่ยว	4.33	.697	ดีมาก
มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวผจญภัย	4.34	.636	ดีมาก
มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตให้นักศึกษา	4.02	.787	ดี
รวม	4.23	.584	ดีมาก

ผลจากตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม พบว่า มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวผจญภัยและ มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ควรค่าแก่การท่องเที่ยว มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 และ 4.33

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตให้นักศึกษา มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับภาพลักษณ์
แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.14	.688	ดี
แหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด	3.58	.671	ดี
แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.20	.673	ดี
แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	4.17	.679	ดี
รวม	4.02	.519	ดี

ผลจากตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม พบว่า มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20 4.17 4.14 และ 3.58 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากร

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ภาพลักษณ์
เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสุภาพและเอาใจใส่	3.53	.648	ดี
เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.60	.704	ดี
เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.64	.726	ดี
รวม	3.59	.620	ดี

ผลจากตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากรโดยรวม พบว่า มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านบุคลากร มีความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีความสุภาพและเอาใจใส่ มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.64 3.60 และ 3.53 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัย

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ภาพลักษณ์
มีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยว	3.62	.722	ดี
มีความปลอดภัยในสถานที่พัก	3.65	.772	ดี
มีความปลอดภัยทางด้านทรัพย์สิน	3.53	.762	ดี
รวม	3.60	.680	ดี

ผลจากตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัยโดยรวม พบว่า มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านความปลอดภัย มีความปลอดภัยในสถานที่พัก มีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวท่องเที่ยว และมีความปลอดภัยทางด้านทรัพย์สิน มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.65 3.62 และ 3.53 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านการบริการจากพนักงาน

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านการบริการจากพนักงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ภาพลักษณ์
มีการบริการที่รวดเร็ว น่าประทับใจ	3.47	.644	ดี
มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในกรณีเกิด เหตุฉุกเฉิน	3.42	.682	ดี
มีความพร้อมทางเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	3.46	.731	ดี
รวม	3.45	.608	ดี

ผลจากตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านการบริการจากพนักงานโดยรวม พบว่า มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.45 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านการบริการจากพนักงาน มีการบริการที่รวดเร็ว น่าประทับใจ มีความพร้อมทางเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีการบริการที่รวดเร็ว น่าประทับใจ มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.47 3.46 และ 3.42 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วย สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตกไทรโยคเล็ก อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลในตารางดังนี้

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สำหรับสะพานข้ามแม่น้ำแคว

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ด้านทัศนคติโดยรวม	4.12	.478	ดี

ผลจากตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม พบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแคว

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแคว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีภูมิทัศน์สวยงาม	4.18	.816	ดี
เป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี	4.39	.793	ดีมาก
รวม	3.97	.750	ดี

ผลจากตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแควโดยรวม พบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.39

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีภูมิทัศน์สวยงาม มีทัศนคติอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.18

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ยังคงไว้ซึ่งความอุดม สมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.17	.773	ดี
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด	3.94	.831	ดี
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม	4.15	.648	ดี
รวม	4.09	.640	ดี

ผลจากตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่โดยรวม พบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ยังคงไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด มีทัศนคติอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 4.15 และ 3.94 ลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี น้ำตกไทรโยคเล็ก

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี น้ำตกไทรโยคเล็ก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ยังคงไว้ซึ่งความอุดม สมบูรณ์ของธรรมชาติ	3.95	.686	ดี
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด	3.70	.814	ดี
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม	3.87	.744	ดี
รวม	3.84	.660	ดี

ผลจากตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี น้ำตกไทรโยคเล็กโดยรวม พบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี น้ำตกไทรโยคเล็ก เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ยังคงไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด มีทัศนคติอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 3.87 และ 3.70 ลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติเอราวัณ

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติเอราวัณ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังคงซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.33	.627	ดีมาก
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด	4.07	.712	ดี
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม	4.26	.671	ดีมาก
รวม	4.22	.588	ดีมาก

ผลจากตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติเอราวัณโดยรวม พบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ยังคงไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 และ 4.26 ลำดับ

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีมูลค่าแก่การเรียนรู้	4.32	.655	ดีมาก
เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สวยงาม	4.13	.729	ดี
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์	4.31	.695	ดีมาก
รวม	4.26	.624	ดีมาก

ผลจากตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์โดยรวม พบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีมูลค่าแก่การเรียนรู้ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 และ 4.31 ลำดับ

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สวยงาม มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.13

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เขื่อนศรีนครินทร์

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เขื่อนศรีนครินทร์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม	4.31	.650	ดีมาก
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด	4.20	.697	ดี
รวม	4.25	.630	ดีมาก

ผลจากตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เขื่อนศรีนครินทร์โดยรวม พบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เขื่อนศรีนครินทร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.31

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เชื้อนครินทร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด มีทัศนคติอยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลในตารางดังนี้

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ท่านมีความพอใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี	3.98	.685	ดี
ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย	3.83	.703	ดี
ท่านมีความรู้สึกร้อยการต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น	3.68	.810	ดี
รวม	3.83	.638	ดี

ผลจากตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความพอใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี รู้สึกว่าการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย และมีความรู้สึกร้อยการต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 3.83 และ 3.68 ลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน โดยสามารถจำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อยได้ 6 สมมติฐาน ดังนี้ คือ

เพศ

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความแปรปรวนระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	p
	2.572	0.110

จากตาราง 17 ผลการทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามเพศ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศทั้งสองกลุ่มมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จะใช้สถิติ t-test กรณี Equal Variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของ
นักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัด กาญจนบุรี	t-test for Equality of Means						
	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
Equal variances assumed	ชาย	109	3.75	0.607	-1.472	398	0.142
Equal variances not Assumed	หญิง	291	3.86	0.648			

จากตาราง 18 ผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม
ของนักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า มี
ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.142 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ
สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวยุคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของ
นักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ
สมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุ

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัด
กาญจนบุรี แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัดกาญจนบุรี
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัดกาญจนบุรี
แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็น
อิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็
ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมี
สมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	p
	0.001	0.970

จากตาราง 19 ผลการทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.970 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศทั้งสองกลุ่มมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จะใช้สถิติ t-test กรณี Equal Variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 20 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัด กาญจนบุรี	t-test for Equality of Means						
	อายุ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
Equal variances assumed	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30 ปี	209	3.87	0.631	1.424*	398	0.015
Equal variances not Assumed	31 – 50 ปี	191	3.78	0.644			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า มี ค่า Probability (p) เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปีมีมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 50 ปี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวย่อยต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวย่อยต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวย่อยต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวย่อยต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวย่อยต่อ จังหวัดกาญจนบุรี	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	p
	7.287*	0.007

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวย่อยต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศทั้งสองกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน จะใช้สถิติ t-test กรณี Equal Variances not assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 22 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของ
นักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล กาญจนบุรี	ระดับ การศึกษา	t-test for Equality of Means					
		n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
Equal variances assumed	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	106	3.81	0.716			
Equal variances not Assumed	ปริญญาตรี และสูงกว่า ปริญญาตรี	294	3.83	0.609	-0.253	398	.801

จากตาราง 22 ผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม
ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Independent t-
test พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.801 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลการศึกษา แตกต่างกัน มีความ
พึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ

สมมติฐานข้อที่ 1.4 อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุค
ดิจิทัลกาญจนบุรี แตกต่างกัน
ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี ไม่
แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี
แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2
กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way
ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน
ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความ
แปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามระดับอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's Statistic	df1	df2	p
ความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี	1.365	2	397	0.256

จากตาราง 23 ผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.256 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความแปรปรวนของระดับการศึกษาแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน จะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัด กาญจนบุรี	ระหว่างกลุ่ม	121.207	2	60.603	17.947*	0.000
	ภายในกลุ่ม	1340.591	397	3.377		
	รวม	1461.798	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงได้นำผลวิเคราะห์ไปทดสอบด้วยวิธีการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Fisher's Least-Significant Difference (LSD) ต่อไป

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ/อื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน
		12.52	11.15	11.30
นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12.52	-	1.37* (0.000)	1.22* (0.000)
พนักงาน บริษัทเอกชน	11.15	-	-	-0.15 (0.520)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ/อื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน	11.30	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา / ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม แตกต่างกัน โดยมีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา / ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.37

2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา / ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ / อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม แตกต่างกัน โดยมีค่า

Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา / ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ / อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.22 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือน

สมมติฐานข้อที่ 1.5 รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's Statistic	df1	df2	p
ความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี	4.226*	2	397	0.015

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความแปรปรวนของระดับการศึกษาแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	Statistic	df1	df2	p
ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัด กาญจนบุรี	7.122*	2	327.877	0.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นจึงได้นำผลวิเคราะห์ไปทดสอบด้วยวิธีการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ต่อไป

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ
จังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 40,000 บาทขึ้นไป
		12.09	11.28	11.23
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	12.09	-	0.80* (0.007)	0.85* (0.003)
10,001 – 20,000 บาท	11.28			0.046 (0.995)
20,001 – 40,000 บาทขึ้นไป	11.23			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม แตกต่างกัน โดยมีค่า Probability เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 – 40,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม แตกต่างกัน โดยมีค่า Probability เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 – 40,000 บาทขึ้นไป โดยผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.85

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพสมรส

สมมติฐานข้อที่ 1.6 สถานภาพสมรส มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levine's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงการทดสอบความแปรปรวนระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	p
	0.002	0.962

จากตาราง 29 ผลการทดสอบความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.962 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศทั้งสองกลุ่มมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จะใช้สถิติ t-test กรณี Equal Variances assumed ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม ของ
นักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวยุคดิจิทัล กาญจนบุรี	t-test for Equality of Means						
	สถานภาพ สมรส	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
Equal variances assumed	โสด	270	3.86	0.634	1.400	398	0.162
Equal variances not Assumed	สมรส	130	3.76	0.643			

จากตาราง 30 ผลการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจโดยรวม
ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Independent t-
test พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.162 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน มีความ
พึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด
แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์
กับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม มีความสัมพันธ์ กับความ
พึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี
ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจ
โดยรวม ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี

H_1 : ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม
ของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลกาญจนบุรี

ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวม กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี				
	Pearson Correlation (r)	p	ทิศทาง ความสัมพันธ์	ระดับ ความสัมพันธ์
ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม	0.557*	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.557 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมดีขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

เมื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีเป็นรายด้าน กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี จะปรากฏผลดังต่อไปนี้

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีพิจารณาเป็นรายด้าน

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

H₁: ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีเป็นรายด้าน กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี			
	Pearson		ทิศทาง ความสัมพันธ์	ระดับ ความสัมพันธ์
	Correlation (r)	p		
ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี	0.473*	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	0.514*	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	0.392*	0.000	เดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
ด้านความปลอดภัย	0.378*	0.000	เดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
ด้านการบริการจากพนักงาน	0.396*	0.000	เดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีเป็นรายด้านกับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง ((H₁) หมายความว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.473 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรีดีขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยว กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.514 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยวดีขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากร กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.392 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากรดีขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัย กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.378 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัยดีขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านการบริการจากพนักงาน กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านการบริการจากพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.396 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านการบริการจากพนักงานดีขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 3 ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวม

สมมติฐานข้อที่ 3.1 ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

H_1 : ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี				
	Pearson Correlation (r)	p	ทิศทาง ความสัมพันธ์	ระดับ ความสัมพันธ์
ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด กาญจนบุรีโดยรวม	0.498*	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัด

กาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.498 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมมากขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

เมื่อวิเคราะห์ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นรายด้าน กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี จะปรากฏผลดังต่อไปนี้

ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีพิจารณาเป็นรายด้าน

สมมติฐานข้อที่ 3.2 ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตกไทรโยคเล็ก อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตกไทรโยคเล็ก อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

H_1 : ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตกไทรโยคเล็ก อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ตาราง 33 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นรายด้าน กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดกาญจนบุรี	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี			
	Pearson		ทิศทาง ความสัมพันธ์	ระดับ ความสัมพันธ์
	Correlation (r)	p		
สะพานข้ามแม่น้ำแคว	0.278*	0.000	เดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่	0.308*	0.000	เดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
น้ำตกไทรโยคเล็ก	0.283*	0.000	เดียวกัน	ค่อนข้างต่ำ
อุทยานแห่งชาติเอราวัณ	0.527*	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง
อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์	0.407*	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง
เขื่อนศรีนครินทร์	0.437*	0.000	เดียวกัน	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นรายด้าน กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแคว กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแคว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.278 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแควดีขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านอุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p)

0.407 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านอุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ดีขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านเขื่อนศรีนครินทร์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านเขื่อนศรีนครินทร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.437 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านเขื่อนศรีนครินทร์ดีขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ตาราง 34 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติ
สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน		
1.1 เพศ		
นักท่องเที่ยวยุคที่มี เพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
1.2 อายุ		
นักท่องเที่ยวยุคที่มี อายุ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติ
1.3. ระดับการศึกษา		
นักท่องเที่ยวที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่าง กัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
1.4 อาชีพ		
นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพ แตกต่างกัน มี ความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One Way-ANOVA
1.5 รายได้ต่อเดือน		
นักท่องเที่ยวที่มี รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่าง กัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน	One Way-ANOVA
1.6 สถานภาพสมรส		
นักท่องเที่ยวที่มี สถานภาพสมรส มี ความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
สมมติฐานข้อที่ 2 ภาพลักษณ์ของ จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของ จังหวัดแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความ ปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับความพึง พอใจ ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี		
2.1 ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวม มีความสัมพันธ์ กับความพึง พอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อ จังหวัดกาญจนบุรี	สอดคล้องกับสมมติฐาน ทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง	Pearson Correlation

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติ
2.2 ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการ ให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี	สอดคล้องกับสมมติฐาน ทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง	Pearson Correlation
สมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคติต่อแหล่ง ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี		
3.1 ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด กาญจนบุรีโดยรวม มีความสัมพันธ์ กับ ความพึงพอใจโดยรวม ของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี	สอดคล้องกับสมมติฐาน ทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง	Pearson Correlation
3.2 ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด กาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตก ไทรโยคเล็ก อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมือง สิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ต่อจังหวัดกาญจนบุรี	สอดคล้องกับสมมติฐาน ทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง	Pearson Correlation

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว และยังทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดกาญจนบุรี ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้ต่าง ๆ ไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่มีอยู่ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งที่มีอยู่ในปัจจุบันและอนาคตให้เพิ่มมากขึ้นด้วย อีกทั้งสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจและวางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี และการพัฒนาในด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ความสำคัญของงานวิจัย

ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดการเสริมสร้างภาพลักษณ์ในทางที่ดีต่อจังหวัดกาญจนบุรีไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ปัจจัยทางการตลาดอื่น ๆ ให้เกิดการรับรู้ในทางที่ดี อันจะส่งผลให้เกิดความประทับใจและไปท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีในครั้งต่อไป

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน
2. ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

3. ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีความสัมพันธ์ กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี อายุระหว่าง 20 – 60 ปี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550: 27-28) ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ จำนวน 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่างประมาณ 15 คน รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยว

6 แห่งในจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เขื่อนศรีนครินทร์ น้ำตกไทรโยคน้อย อุทยานแห่งชาติไทรโยค (น้ำตกไทรโยคใหญ่) อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้เยี่ยมชม นิยมไปท่องเที่ยว (จากรายงานสถานการณ์ด้านการตลาดเดือนพฤษภาคม 2552 จาก ททท.สำนักงานกาญจนบุรี)

ขั้นที่ 2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากสถานที่ที่เลือกในขั้นตอนแรก กำหนดว่าจะเก็บแบบสอบถามจากประชากรรวมทั้งสิ้น 400 คน จากแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 6 แห่งที่เลือกไว้ โดยแบ่งเก็บที่ละ 66-67 คน

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ระบุไว้ในข้างต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ เป็นลักษณะข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส ประกอบด้วยแบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายปิด (Closed End Question) มีจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้การวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ในด้านต่าง ๆ 5 ด้าน อันได้แก่

1. ด้านคุณลักษณะจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 3 ข้อ
2. ด้านแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 4 ข้อ
3. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 3 ข้อ
4. ด้านความปลอดภัยจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 3 ข้อ
5. ด้านการบริการการให้ข่าวสารข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ 6 แห่ง อันได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว, อุทยานแห่งชาติไทรโยค (น้ำตกไทรโยคใหญ่) อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์, น้ำตกไทรโยคน้อย, อุทยานแห่งชาติเอราวัณ และเขื่อนศรีนครินทร์ ใช้การวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วยคำถามแบบ Intention-to-buy Scale จำนวน 3

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูลทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่รวบรวมจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับผลการศึกษาในอดีต และกรอบทฤษฎีต่าง ๆ ที่นำมาใช้อ้างอิงในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งได้จากการสาร หนังสือพิมพ์ ผลการวิจัย ตำราวิชาการเกี่ยวกับการตลาด และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ซึ่งเมื่อเก็บแบบสอบถามรวบรวมได้ครบจำนวน 400 คน นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วจึงลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ และนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for window เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistic Package for Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับคำตอบแล้ว มาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิจัยทางสังคมศาสตร์ หรือ SPSS/PC (Statistical Package for the Social Science) เพื่อคำนวณค่าทางสถิติของข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำข้อมูลในส่วนที่ 1 ซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ และเสนอผลเป็นคำร้อยละ
2. นำข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งเกี่ยวกับด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี มาหาค่าความถี่และเสนอผลเป็นคำร้อยละ จากนั้นจึงนำไปหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. นำข้อมูลในส่วนที่ 3 ซึ่งเกี่ยวกับด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มาหาค่าความถี่และเสนอผลเป็นคำร้อยละ จากนั้นจึงนำไปหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน มีรายละเอียดดังนี้
 - 4.1 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกโดยเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน ใช้วิธีสถิติ Independent Sample t – test
 - 4.2 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกโดยอาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน ใช้วิธีสถิติ One-Way Analysis of Variance
 - 4.3 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัดแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
 - 4.4 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการศึกษา ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี สรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ มีรายละเอียดดังนี้

เพศ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8

อายุ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-50 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5

อาชีพ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ / อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้านจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และมีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา / ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2

สถานภาพ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลในตารางดังนี้

นักท่องเที่ยวนั้นมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวม อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม อยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวผจญภัยและ มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ควรค่าแก่การท่องเที่ยว อยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 และ 4.33 ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตให้นักศึกษา อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20 4.17 4.14 และ 3.58 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัยโดยรวม อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านความปลอดภัย มีความปลอดภัยในสถานที่พัก มีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยว และมีความปลอดภัยทางด้านทรัพย์สิน อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.65 3.62 และ 3.53 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากรโดยรวม อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านบุคลากร มีความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีความสุภาพและเอาใจใส่ อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.64 3.60 และ 3.53 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ด้านการบริการจากพนักงานโดยรวม ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.45 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีด้านการบริการจากพนักงาน มีการบริการที่รวดเร็ว น่าประทับใจ มีความพร้อมทางเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีการบริการที่รวดเร็ว น่าประทับใจ อยู่ในระดับ ดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.47 3.46 และ 3.42 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วย สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตกไทรโยคเล็ก อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลในตารางดังนี้

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี น้ำตกไทรโยคเล็กโดยรวม อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี น้ำตกไทรโยคเล็ก เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ยังคงไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำตกที่มีภูมิทัศน์สวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 3.87 และ 3.70 ลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลในตารางดังนี้

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับ พึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความพอใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี รู้สึกว่าการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย และมีความรู้สึกต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่น อยู่ในระดับ พึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 3.83 และ 3.68 ลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มี **เพศ** แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวที่มี **อายุ** แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวที่มี **ระดับการศึกษา** แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวที่มี **อาชีพ** แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวที่มี รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยว ต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวที่มี สถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยว ต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัดแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยว กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านบุคลากร กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านความปลอดภัย กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ด้านการบริการจากพนักงาน กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า

ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแคว กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านอุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านน้ำตกไทรโยคเล็ก กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านอุทยานแห่งชาติเอราวัณ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านอุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านเขื่อนศรีนครินทร์ กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท และมีสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา เฟ่งพินิจ (2550: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน และมีสถานภาพโสด

2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

2.1 นักท่องเที่ยวที่มี เพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า เพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ประสิทธิ์ ่องพิสิฐ (2548) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุยไม่แตกต่างกัน อีกทั้งอาจเป็นเพราะว่า คุณสมบัติและคุณลักษณะของ เพศ ไม่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกในเรื่องความพึงพอใจได้ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวทุกคนต่างก็มีวุฒิ ภาวะ มีโอกาสและประสบการณ์ ซึ่งสามารถใช้สิทธิในการแสวงหาความสุขได้ทัดเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็น เพศหญิงหรือเพศชาย

2.2 นักท่องเที่ยวที่มี อายุ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ณรงค์ มีนวล (2548) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ วาสนา จตุพร (2547) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวงานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

2.3 นักท่องเที่ยวที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ชลธิชา เฟ่งพินิจ (2550) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวล่องแพจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ วราทิพย์ ธรรมสังคีติ (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการเรือสำราญอันดามันปรีนเซส พบว่า ผู้ใช้บริการเรือสำราญอันดามันปรีนเซสมีที่ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเรือสำราญอันดามันปรีนเซส ไม่แตกต่างกัน

2.4 นักท่องเที่ยวที่มี อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า อาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มี อาชีพนักเรียน / นักศึกษา / ข้าราชการพนักงาน / รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ชลธิชา เฟ่งพินิจ (2550) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มา

ล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ล่องแพจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ ณรงค์ มีนวล (2548) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน

2.5 นักท่องเที่ยวที่มี รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด ซึ่ง สอดคล้องกับการวิจัยของซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ณรงค์ มีนวล (2548) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งในจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ ประสิทธิ์ ธิงพิสิฐ (2548) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะ สมุยของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเกาะสมุย แตกต่างกัน

2.6 นักท่องเที่ยวที่มี สถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ชลธิชา เฟ่งพินิจ (2550) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวล่องแพจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวม ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ วราทิพย์ ธรรมสงค์ดี (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการเรือสำราญอันดามันปรีนเซส พบว่า ผู้ใช้บริการเรือสำราญอันดามันปรีนเซสที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเรือสำราญอันดามันปรีนเซส ไม่แตกต่างกัน

3. ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

การวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ความปลอดภัย และการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันและอยู่ในระดับปานกลาง อาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์นั้นเป็นภาพที่เกิดขึ้นด้วยความประทับใจ หรือการ

รับรู้ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ จากการได้มีความรู้ในอดีตซึ่งผันแปรไปตามมุมมอง (มานิต รัตนสุวรรณ. 2520) ภาพลักษณ์เป็นพื้นฐานที่องค์กรขนาดใหญ่ได้ให้ความสำคัญ เพราะภาพลักษณ์เป็นเรื่องของการสร้างสรรค์ที่ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างอย่างยาวนานและต่อเนื่องเพื่อให้บุคคลเก็บเป็นภาพประทับใจ จากการได้รับรู้ได้เห็นได้มีประสบการณ์ในเรื่องราวต่างๆ และเก็บสะสมไว้เป็นภาพที่ดีเป็นความรู้สึกที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ชลธิชา เฟ่งพินิจ (2550) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี มีความพึงพอใจต่อลักษณะทางกายภาพของจังหวัดกาญจนบุรี และบุคลากรของจังหวัดกาญจนบุรี และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537: 76) กล่าวว่า ภาพลักษณ์คือภาพที่เกิดขึ้นในใจ อันเนื่องมาจากความประทับใจและเกิดความทรงจำ (ทั้งบวกและหรือลบ) ใน “ตัวสาร” โดยได้มีการสะสมและพัฒนาปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่พบเห็น หรือไปมีส่วนร่วม

4. ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตกไทรโยคเล็ก อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

การวิจัยพบว่า ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านสะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตกไทรโยคเล็ก อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์ เขื่อนศรีนครินทร์ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันและอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวได้ว่า ทศนคติเป็นความเชื่อ ความรู้สึกและเครื่องแสดงพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ทศนคติเป็นระบบของการประเมินทางบวกหรือทางลบที่ติดทนนาน เนื่องจากการยอมรับทางสังคมของบุคคลหรือความรู้สึกทางอารมณ์ และแนวโน้มของการเกิดพฤติกรรม ทั้งนี้องค์ประกอบของทศนคติ คือ ความเชื่อ ความรู้สึกและการแสดงออก (อาภาวรรณ สิงแก้ว. 2535) ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ของ ณรงค์ มีนวล (2548) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดกาญจนบุรี มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวไทย และสอดคล้องกับ เอกสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545: 27) ที่ได้ทำการวิจัย เรื่องการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม และสอดคล้องกับแนวคิดของ อังคณา บุญสม (2539: 12) ให้ความหมายว่า ทศนคติคือความรู้สึกส่วนตัวที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อเรื่องใดหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นคำผสมระหว่างคำว่าทศนคติซึ่งแปลว่าความคิดเห็นกับคติซึ่งแปลว่า แบบอย่าง หรือลักษณะ เมื่อรวมกันแล้วจึงแปลว่าลักษณะของความเห็น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ภาพลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณลักษณะของจังหวัด ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีหรือนักท่องเที่ยวที่กำลังตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ทางจังหวัดอาจมุ่งสร้างภาพลักษณ์แก่กลุ่มเป้าหมายโดยตรงของทางจังหวัดโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และสถานภาพโสด โดยอาจแยกออกเป็นแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านคุณลักษณะของจังหวัด กาญจนบุรีเป็นอีกจังหวัดทางภาคกลางของไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ควรค่าแก่การศึกษาไม่น้อยไปกว่าจังหวัดอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการอนุรักษ์ลักษณะทางธรรมชาติหรือโบราณสถานต่างๆ ที่เป็นมรดกของคนไทย อีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักผจญภัย และเป็นจังหวัดที่มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่น่าศึกษา ทำให้รู้สึกและสัมผัสถึงความเป็นธรรมชาติ ความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถสัมผัสถึงวัฒนธรรมอันยาวนานของจังหวัด ควรสร้างภาพลักษณ์ต่างๆ ในด้านคุณลักษณะของจังหวัดให้เป็นจุดเด่นแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รู้ถึงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่น่าศึกษา โดยการจัดทำเว็บไซต์ให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลของทางจังหวัด

ด้านแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีได้มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ มากมายและสามารถท่องเที่ยวได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นน้ำตก แม่น้ำ หรือภูเขา อีกทั้งจังหวัดกาญจนบุรียังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะอาด มีความสวยงามอยู่ในตัวเอง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจอีกด้วย ควรทำการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงสิ่งต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ โดยอาจจัดทำเป็นแผ่นพับที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาได้ทราบถึงแหล่งที่น่าสนใจ จุดที่ตั้งและบ่งบอกถึงความสวยงามต่างๆ ด้วย

ด้านบุคลากรมีความรู้ ความเอาใจใส่ สุภาพ และสามารถให้ข้อมูลที่ต่อนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เป็นสิ่งหนึ่งที่ไม่ควรละเลยเป็นอย่างยิ่ง ควรจะทำการฝึกอบรมพัฒนาให้บุคลากรมีใจรักทางด้านบริการอยู่เสมอและให้บริการอย่างจริงจัง เพื่อให้บุคลากรเหล่านี้สามารถเผยแพร่ความรู้แก่นักท่องเที่ยวนั่นเอง

ด้านความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักและความปลอดภัยทางด้านทรัพย์สินเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากอีกอย่างหนึ่ง ควรการสร้างภาพลักษณ์อยู่ตลอดเวลาและต่อเนื่องให้เห็นถึงความปลอดภัยเมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีความอบอุ่น ปลอดภัยรู้สึกเป็นมิตรทุกเวลาที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

ด้านการบริการจากพนักงานในแหล่งท่องเที่ยว การมีการบริการที่รวดเร็ว ประทับใจ มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหากรณีฉุกเฉิน และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ทันสมัย นั่นก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัด ควรมีจัดเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ และจัดฝึกอบรมพนักงานในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้มีความพร้อมเสมอในกรณีทั้งเหตุธรรมชาติและเหตุฉุกเฉินได้ ทั้งนี้ความจัดซื้อ จัดหา ซ่อมแซม บำรุงเครื่องมือต่าง ๆ ให้เพียงพอพร้อมเสมอด้วย

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า สิ่งต่างๆ ที่กล่าวมานั้นมีผลต่อนักท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ควรมีการจัดทำและพัฒนาสิ่งต่างๆ เหล่านั้นให้ดีขึ้น ควรมีการจัดสร้างจัดทำ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ต่างๆ ให้ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเกิดความพึงพอใจและประทับใจมากที่สุด ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีได้อย่างคุ้มค่า ปลอดภัย สะดวกสบาย และเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกชื่นชอบสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับที่ไปท่องเที่ยวที่จังหวัดอื่นๆ และยังช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคตด้วย

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ คุณลักษณะของจังหวัด ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย และด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารของจังหวัด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ทางจังหวัดควรคำนึงถึงและควรมีการกำหนดนโยบายกลยุทธ์ในเรื่องภาพลักษณ์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาท่องเที่ยวและเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและตรงความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงสุดอีกด้วย

2. ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวก็มีความสำคัญไม่แพ้ไปกว่าสิ่งอื่นๆ เพราะถ้านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวแล้ว จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวสูงมากขึ้น และยังทำให้รู้สึกว่าการมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ได้จ่ายออกไปอีกด้วย ดังนั้นทางจังหวัดควรทำการปลูกจิตสำนึก และสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวถึงความสำคัญเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี บ่งบอกถึงการควรค่าแก่การศึกษาและอนุรักษ์ เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกชอบมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับที่ไปท่องเที่ยวที่จังหวัดอื่นอีกด้วย ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มีความสำคัญกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หรือแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ อันได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่ น้ำตกไทรโยคน้อย อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์พระสมเด็จเมืองสิงห์ และเขื่อนศรีนครินทร์ เป็นต้น ดังนั้นทางจังหวัดควรมีนโยบายและควรมีการกำหนดนโยบายกลยุทธ์เรื่องทัศนคติกับนักท่องเที่ยวอีกด้วย เพื่อที่จะส่งเสริมทัศนคติของนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจจากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดและยังที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ทางผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรทำการศึกษาดังต่อไปนี้

1. การศึกษา มุ่งเน้นเกี่ยวกับปัจจัยภาพลักษณ์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านคุณลักษณะของจังหวัด ที่มีผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีให้เพิ่มมากขึ้น และเจาะลึกลงไปถึงรายละเอียดให้มากขึ้น เพราะภาพลักษณ์ทางด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านคุณลักษณะของจังหวัดนั้นมีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อจะได้เข้าใจและเข้าถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว และเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นตลอดไป
2. การศึกษา มุ่งเน้นเกี่ยวกับปัจจัยทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ด้านอุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานประวัติศาสตร์ และเขื่อนศรีนครินทร์ ที่มีผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีให้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างทัศนคติที่ดียิ่งขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต
3. การศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีและแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด และทราบถึงพฤติกรรมและแนวโน้มนักท่องเที่ยวเพื่อหากลยุทธ์วิธีต่างๆ เพื่อมาพัฒนาต่อไป



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ มีนวล. (2547). ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นามมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- พิชญ จงสถิตวัฒนา. (2548). การบริหารการตลาด การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: ด้านสุขภาพการพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วิสัทธิวัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2542). องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: Dimond Business World.
- (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 46. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- (2547). การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศรีกาญจนา พลอาสา. (2540). การตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปเชิงอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ต้นไทร.
- (2546). การจัดการสินค้าเสื้อผ้า. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2552). การเตรียมตัวค้าขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2552, จาก <http://www.ismed.or.th>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัจฉรา วรรณสถิตย์. (2546). แฟชั่นเชิงพาณิชย์. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- อุไรวรรณ กุลเกตุวงศ์. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถของผู้ประกอบการในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีแนวโน้มลดลงในตลาดค้าส่งไปป์ เนื่องจากลูกค้าต่างชาติไปซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดประเทศจีน. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.
- Aaker, D.A. (1994). *Management Brand Equity Capitalizing on the Value of a Brand Name* (1996) *Building Strong Brands*. USA: The Free Press.

- Abratt, R.; & T. Mofokeng. (2001, July). Development and management of corporate image in South Africa. *European Journal of Marketing*, 35(3-4): 368-386.
- Achrol, R. (1991, October). Evolution of the marketing organization: new forms for turbulent environments. *Journal of Marketing*, 55(-): 77-93.
- Anderson, E.; & B. Weitz. (1989, February). The use of pledges to build and sustain commitment in distribution channels. *Journal of Marketing Research*. 29: 18-34.
- Armstrong, Gary; & Philip Kotler. (2001). *Marketing and Introduction*. 6th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Blair, Armstrong; & Murphy. (2003). *The 360 Degree Brand in Asia*. Singapore: John Wiley & Sons.
- Boulding, E. Kenneth. (1975). *The Image: Knowledge in Life and Society*. Michigan: The University of Michigan.
- Delgado, E.; & J.L. Munuera. (2001, May). Brand trust in the context of consumer loyalty. *European Journal of Marketing*. 35(11-12): 1238-58.
- EtZel, J. Michael, Bruce J. Walker; & William J. Stanton. (2001). *Marketing*. 12th ed. Boston: McGraw-Hill Companies.
- Frank Jefkins. (1997). *Planned Press and Public Relation*. London: International Textbook.
- Gray, E.; & L. Smeltzer. (1985, Summer). Corporate image. an integral part of strategy. *Sloan Management Review*. 73-77.
- Grayson, K.; & T. Ambler. (1999, February). The dark side of long-term relationships in marketing services. *Journal of Marketing Research*, 36: 132-41.
- Jefkins, Frank. (1993). *Planned Press and Public Relations*. 3rd ed. Great Britain: Alden Press.
- Keegan, J. Waarren. (1999). *Global Marketing Management*. New Jersey. Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management: Analysis, Panning, Implementation and Control*. 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Nguyen, N.; & G. LeBlanc. (1998, May). The mediating role of corporate image on customers' retention decisions: an investigation in financial services. *International Journal of Bank Marketing*. 16(2): 52-65.
- (2001, July). Corporate image and corporate reputation in customers retentions decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 8: 227-36.
- Stanton, J. William.; & Chales Frtrell. (1987). *Fundamentals of marketing*. 8th ed. New York: McGraw-Hill.





แบบสอบถาม
ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ในจังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตประสานมิตร

ส่วนที่ 1: ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2: ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3: ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 1: ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ให้ตรงตามข้อมูลของท่าน

1. เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

2. อายุ

☐

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

☐

21 – 30 ปี

☐

31 – 40 ปี

☐

41 – 50 ปี

☐

51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐

ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐

ปริญญาตรี

☐

สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐

นักเรียน / นักศึกษา

☐

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐

พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง

☐

ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ

☐

อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

- ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- ☐ 10,001 – 20,000 บาท
- ☐ 20,001 – 30,000 บาท
- ☐ 30,001 – 40,000 บาท
- ☐ 40,001 บาท ขึ้นไป

6. สถานภาพสมรส

- ☐ โสด
- ☐ สมรส/ อยู่ด้วยกัน
- ☐ หย่า/ หม้าย/ แยกกันอยู่



ส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับภาพลักษณ์ของท่านต่อจังหวัดกาญจนบุรี

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	เฉยๆ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1
ด้านคุณลักษณะของจังหวัดกาญจนบุรี					
1. เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ควรค่าแก่การท่องเที่ยว					
2. เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวผจญภัย					
3. เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตให้นักศึกษา					
ด้านแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี					
4. แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
5. แหล่งท่องเที่ยวที่สะอาด					
6. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม					
7. แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ					
ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี					
8. เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสุภาพและเอาใจใส่					
9. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
10. เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านความปลอดภัยจากแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี					
11. มีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว					
12. มีความปลอดภัยในสถานที่พัก					
13. มีความปลอดภัยทางด้านทรัพย์สิน					

ภาพลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	เฉยๆ 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1
ด้านการบริการจากพนักงานในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี					
14. มีการบริการที่รวดเร็ว น่าประทับใจ					
15. มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน					
16. มีความพร้อมทางเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย					

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

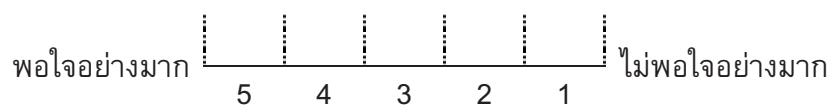
คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับทัศนคติของท่านต่อแหล่งท่องเที่ยว ในกรณีที่ไม่เคยไปในแหล่งท่องเที่ยว ในทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ไม่เคยไป

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น					ไม่เคยไป
	เห็นด้วยอย่างมาก	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
	5	4	3	2	1	
สะพานข้ามแม่น้ำแคว						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีภูมิทัศน์สวยงาม						
- เป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี						
อุทยานแห่งชาติไทรโยคใหญ่						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ยังคงไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม						
น้ำตกไทรโยคเล็ก						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังคงซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม						
อุทยานแห่งชาติเอราวัณ						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังคงซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำตกสะอาด						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงาม						
อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทเมืองสิงห์						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีมูลค่าแก่การเรียนรู้						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สวยงาม						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์						
เขื่อนศรีนครินทร์						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม						
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม						

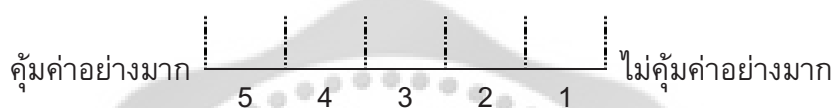
ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

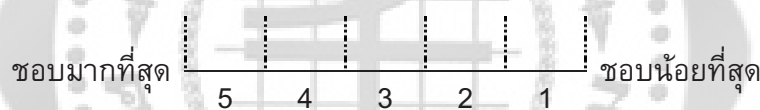
1. ท่านมีความพอใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี



2. ท่านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย



3. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีเมื่อเปรียบเทียบการท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่น



ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ

1. รองศาสตราจารย์ ดร. ณิชกุล กุลิสร์

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

กรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ประจำภาควิชา
บริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. อาจารย์ ดร. ศุภิณญา ญาณสมบุญ

กรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ประจำภาควิชา
บริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางอัมพร โตชนะรุ่งโรจน์
วันเดือนปีเกิด	21 พฤษภาคม 2512
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	99/96 หมู่บ้านอรุณพัฒน์ ถนนสาธุประดิษฐ์ – พระราม 3 แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เอฟดีซี มาร์เก็ตติ้ง จำกัด 1024/81-83 ถนนพระราม 3 ซอย 29 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2533	ปริญญาตรี (อักษรศาสตร์บัณฑิต) จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ. 2553	ปริญญาโท (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ