

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

TOURIST SATISFACTION TOWARDS SUAN PHUENG TOURISM
IN RATCHABURI



วิทยานิพนธ์นี้สำหรับการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับวงการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

KMITL-2015-AMC-M-047-027

**TOURIST SATISFACTION TOWARDS SUAN PHUENG TOURISM
IN RATCHABURI**



**A THESIS SUBMITTED IN FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN INDUSTRIAL BUSINESS ADMINISTRATION
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2015

KMITL-2015-AMC-M-047-027

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2015

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง
จังหวัดราชบุรี

TOURIST SATISFACTION TOWARDS SUAN PHUENG
TOURISM IN RATCHABURI

นักศึกษา

นายพีรวิศ สุวรรณประภา

รหัสประจำตัว

56611044

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ

โรจน์นिरุตติกุล

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณารด

แสงมณี

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ลายมือชื่อ
รศ.ดร.ภักพงษ์ ปวงสุข	
ผศ.ดร.ณัฐวุฒิ โรจน์นिरุตติกุล	
รศ.ดร.วรรณารด แสงมณี	
ดร.เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย	

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 21 กรกฎาคม 2558 เวลา 12.30 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้องประชุม AMC อาคารสำนักบริการคอมพิวเตอร์

วิทยาลัยรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี)

คณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น...
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

นักศึกษา

นายพีรวัส สุวรรณประภา

รหัสประจำตัว

56611044

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

พ.ศ.

2558

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวดี โรจนนินรัตติกุล

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณารด แสงมณี

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 385 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ-สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การวิเคราะห์ t-test, One-way ANOVA และ Multiple Linear Regression Analysis ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1) ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสและอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ ภูมิลำเนา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ไม่แตกต่างกัน

3) ความคาดหวัง และการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ได้ร้อยละ 64.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Tourist Satisfaction Towards Suan Phueng Tourism in Ratchaburi
Student	Mr.Peerawas Suwanprapa
Student ID.	56611044
Degree	Master of Business Administration
Program	Industrial Business Administration
Year	2015
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Nuttawut Rojniruttikul
Thesis Co-Advisor	Associate Professor Dr. Woranat Sangmanee

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study the levels of tourists' satisfaction towards tourism in Suan Pheung, Ratchaburi 2) to compare the satisfaction of the tourists with different demographic information, and 3) to study the factors affecting tourists' satisfaction towards tourism in Suan Pheung, Ratchaburi. The sample of this study comprised 385 tourists visiting Suan Pheung, Ratchaburi, selected by using accidental sampling method. The data were collected by using questionnaire as research instrument. Data were analyzed by using percentage, arithmetic mean, and standard deviation, t-test analysis, One-way ANOVA analysis and Multiple Linear Regression analysis were applied in hypotheses testing. The results demonstrated that

1) The overall tourists' satisfaction towards tourism in Suan Pheung, Ratchaburi was at a medium level.

2) The tourists with different marital status and occupation showed statistically significant difference in the satisfaction towards tourism in Suan Pheung, Ratchaburi at 0.01. The tourists with different age showed statistically significant difference in the satisfaction towards tourism in Suan Pheung, Ratchaburi at 0.05. And The tourists with different gender, hometown and monthly income showed no statistically significant difference in the levels of satisfaction towards tourism in Suan Pheung, Ratchaburi.

3) The expectation and perception could influence tourists' satisfaction towards tourism in Suan Pheung, Ratchaburi. All independent variables could explain the variation in tourists' satisfaction towards tourism in Suan Pheung, Ratchaburi at 64.6 percent.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยและจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ศศ.ดร.ณัฐวุฒิ โรจนันันรุตติกุล และ รศ.ดร.วรรณารด แสงมณี ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ตรวจทาน และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี พร้อมทั้งให้ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.ภักพงค์ ปวงสุข และ ดร.เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย ที่สละเวลาในการเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ขั้นสุดท้ายในครั้งนี้ รวมถึงให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยและถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้คำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุง แบบสอบถาม และช่วยเหลือในส่วนอื่นๆ ของการวิจัยอย่างดียิ่ง

ขอขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์ ประจำปีการศึกษา 2558

ขอกราบขอบพระคุณ ครอบครัวสุวรรณประภา คุณณัฏฐา ศรีสุภาพ และเพื่อนๆ ที่ให้การสนับสนุน ให้กำลังใจ ให้ข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัย และเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา ส่งผลให้การศึกษาการวิจัยและจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

พีรวิธ สุวรรณประภา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานในงานวิจัย.....	5
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย.....	7
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	11
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความภาคภูมิใจ.....	18
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	25
2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	30
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	53
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	53
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	54
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	75
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	75
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	78
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	92
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	106
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว.....	120
4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	142
4.7 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	152
บทที่ 5 สรุปผลงานวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	154
5.1 สรุปผลงานวิจัย.....	154
5.2 อภิปรายผลงานวิจัย.....	158
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	164
บรรณานุกรม.....	167
ภาคผนวก.....	174
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	175
ประวัติผู้วิจัย	

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ปี พ.ศ. 2552-2555.....	3
3.1 รายชื่อตำแหน่งและสถานที่ปฏิบัติของงานผู้ทรงคุณวุฒิ	56
3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	57
3.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยว.....	57
3.4 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	58
3.5 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	61
3.6 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....	67
4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	76
4.2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	79
4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	80
4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา.....	82
4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่.....	84
4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด	85
4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร	87
4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	88
4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ.....	90
4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	93
4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	94

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา.....	96
4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่.....	98
4.14 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด	99
4.15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร.....	101
4.16 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	102
4.17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	104
4.18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	106
4.19 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	108
4.20 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา.....	110
4.21 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่.....	111
4.22 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด	113
4.23 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร.....	114
4.24 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของ นักท่องเที่ยงที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	116

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	118
4.26 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ โดยวิธี t – test.....	120
4.27 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามอายุ โดยวิธี One-Way ANOVA.....	122
4.28 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD	124
4.29 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยวิธี One-Way ANOVA.....	127
4.30 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	129
4.31 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามภูมิลำเนา โดยวิธี t – test.....	131
4.32 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามอาชีพ โดยวิธี One-Way ANOVA	133
4.33 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ที่มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	134

สารบัญญัตินี้ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.34 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยวิธี One-Way ANOVA.....	140
4.35 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของ ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	143
4.36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา	144
4.37 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่	145
4.38 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านส่งเสริมการตลาด	146
4.39 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร	147
4.40 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	148
4.41 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	149
4.42 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	150
4.43 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	151

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย.....	7
2.1 ระดับความคาดหวังต่อการบริการ 2 ระดับ	22
2.2 การรับรู้.....	27
2.3 กระบวนการรับรู้.....	28
2.4 กระบวนการของการรับรู้.....	29
2.5 แผนที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	33
3.1 สมการถดถอยเชิงเส้น	73



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา X ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีการเจริญเติบโต ขยายตัวไปอย่างรวดเร็วทั่วทุกทวีปของโลก โดยมีระบบการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการข้อมูลข่าวสาร การบริการคมนาคมขนส่ง การบริการอำนวยความสะดวกผ่านเข้า-ออกระหว่างประเทศ การบริการบริษัท นำเที่ยว การบริการมัคคุเทศก์ การบริการสถานที่พักแรม การบริการภัตตาคารร้านอาหาร การบริการสินค้าของที่ระลึก การบริการบันเทิง และระบบการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัย เข้ามาทำหน้าที่สะพานเชื่อมโยงสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวตามที่ต้องการ ผลของการที่ได้ใช้บริการอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งการไปสัมผัสแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถบอกได้ว่าได้รับความประทับใจและความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด ทุกประเทศที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่างก็ปรารถนาที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์มหาศาลจากปฏิกิริยาลูกโซ่ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสามารถที่จะช่วยขยายผลชักชวนให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อันเป็นที่มาของรายได้เข้าสู่ประเทศ (กองกรรมาธิการ. 2540)

ในประเทศไทยใช้คำว่า “ไปเที่ยว” มาช้านานแล้ว มีความหมายว่าไปไหนต่อไหน ทั้งใกล้และไกล เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อแสวงบุญ ไปทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ไปไหว้พระธาตุ เป็นต้น ต่อมาใน พ.ศ. 2467 กรมรถไฟฯ ได้สังเกตเห็นประโยชน์เกี่ยวกับการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยของชาวต่างประเทศ จึงเรียกชาวต่างประเทศเหล่านี้ว่า “ผู้เดินทาง” ส่วนที่พักของกรมรถไฟและโรงแรมต่างๆ ก็เรียกว่า “ที่พักคนเดินทาง” จนกระทั่งปี พ.ศ. 2479 จึงเริ่มมีการใช้คำ “ท่องเที่ยว” อย่างเป็นทางการ ดังจะเห็นได้จากกระทรวงพาณิชย์ได้จัดตั้ง “แผนกส่งเสริมพาณิชย์และการท่องเที่ยว” ขึ้น

ราวปี พ.ศ. 2480 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาคำว่า “ท่องเที่ยว” หรือ “เที่ยว” มีความหมาย

ไปในทางเที่ยวเตร่เหลวไหล กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ จึงได้ประทานคำว่า “ทัศนจร” ให้ใช้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งก็มีผู้ใช้นี้กันอยู่พักหนึ่ง พ.ศ. 2492 สำนักนายกรัฐมนตรี โอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว มาอยู่ในความดูแลของกรมโฆษณาการ นับแต่นั้นมา คำว่า “ท่องเที่ยว” ก็ไม่ได้มีความหมาย เช่นเดียวกับคำว่า “ไปเที่ยว” หรือ “เที่ยว” อีกต่อไป หากแต่มีความหมายเป็นงานอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะ เป็นการปฏิบัติงานที่เป็นระบบ จนเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง

สำหรับประเทศไทย การเดินทางของเจ้านายชั้นสูงสมัยก่อน ส่วนใหญ่ยังไม่ถือว่าเป็น การท่องเที่ยวในความหมายของ Tourism ในปัจจุบัน แต่การท่องเที่ยวที่มีมาแต่โบราณคือ การเดินทางไปจาริกแสวงบุญ ไปเขียนนิราศ เช่น เจ้าฟ้ากุ้ง ไม่ได้เป็นนักท่องเที่ยว แต่เดินทางไป เพื่อแต่งนิราศ แต่งกาพย์เห่เรือ สำหรับใช้ในงานพระราชพิธี สมัยโบราณมีการเดินทางไปมา ทั้งใน ประเทศและระหว่างประเทศ เช่น พม่า กัมพูชา จีน โปรตุเกส ฮอลันดา อังกฤษ ฝรั่งเศส แต่ การเดินทางเหล่านี้ มีวัตถุประสงค์ หรือเหตุจูงใจเพื่อการค้าขาย การเจริญสัมพันธไมตรี การสงคราม การเมือง การศาสนา และวัตถุประสงค์หลักเพื่อการบันเทิงเริงรมย์ แต่การบันเทิงเป็น ผลพลอยได้อย่างหนึ่งเท่านั้น ซึ่งการที่จะดูว่าการเดินทางครั้งใดเป็นการท่องเที่ยว (Tourism) ต้องดู วัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายเป็นหลัก (“วิถีไทย” ของชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540)

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “ท่องเที่ยว” ในปัจจุบัน มักพบเห็นภาพชาวต่างประเทศสะพายกล้อง ถ่ายรูปเดินกันเป็นกลุ่มอยู่ตามวัด วัง โบราณสถาน หรือตามชายหาด และอีกจำนวนหนึ่งที่ไปเที่ยว ชมธรรมชาติ ชาวต่างประเทศเหล่านี้ได้ใช้จ่ายเงินเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางไปชมสถานที่ ต่างๆ ค่าซื้อของฝากของที่ระลึก ซึ่งเป็นเงินตราต่างประเทศที่เข้ามาใช้จ่ายภายในประเทศ ในขณะที่เดียวกัน คนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี อาจเป็นเพราะ การเดินทางท่องเที่ยวนั้นเป็นการผ่อนคลายจากการทำงาน การเดินทางมาท่องเที่ยว กับครอบครัว การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ฯลฯ เมื่อการคมนาคม สะดวกการเดินทางท่องเที่ยวจึงกลายเป็นความนิยม ทำให้เกิดธุรกิจต่างๆ เพื่อรองรับการเดินทาง ของนักท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการค้าของที่ระลึก เพื่อบริการให้กับนักท่องเที่ยว และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม เช่น การก่อสร้างอาคาร ที่พัก ร้านอาหาร การผลิตสินค้าเกษตรกรรม เพื่อขายให้ธุรกิจที่พักและอาหาร การผลิตสินค้าหัตถกรรม พื้นบ้านเพื่อส่งร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จึงก่อให้เกิดงานอาชีพใหม่ๆ และการกระจายเงินตรา ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและสังคม (การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย, 2529:3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัดราชบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตกที่มีภูมิประเทศหลากหลาย เป็นดินแดนแห่งวัฒนธรรมลุ่มน้ำแม่กลองและสายหมอกแห่งขุนเขาตะนาวศรี มีความเป็นมาอันยาวนานและประกอบไปด้วยผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ ราชบุรี ในปัจจุบันจึงเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่หลากหลาย ที่ผสมผสานและอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืนและลงตัว ราชบุรีมีสถานที่และกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจมากมาย ทั้งโบราณสถาน โบราณวัตถุ งานหัตถกรรมต่างๆ เช่น เครื่องปั้น เครื่องหล่อ เครื่องทอถัก เครื่องจักสาน และยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม รวมทั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร จึงเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญเมืองหนึ่งของภูมิภาค ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่สวยงามไม่แพ้ จังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ ที่อยู่ในละแวกเดียวกัน โดยจังหวัดราชบุรีมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยว นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2555 โดยมีจำนวนที่เปลี่ยนแปลง ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ปี พ.ศ. 2552-2555

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)		รวม
	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	
2552	359,960	6,591	366,551
2553	416,532	4,736	421,268
2554	441,696	5,494	447,190
2555	502,647	7,133	509,780

ที่มา : สถิตินักท่องเที่ยว, กรมการท่องเที่ยว, ปี พ.ศ. 2552-2555

จากสถิติการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี พบว่ามีแนวโน้มโดยรวมจากปี พ.ศ. 2552-2555 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อาจเนื่องมาจากศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยว หรือปัจจัยต่างๆ ของตัวนักท่องเที่ยว อย่างเช่น การมาพักผ่อนหย่อนใจจากการทำงาน การเดินทางมาจับครอบครัว หรือเพื่อน เป็นต้น

จุดเด่นที่ทำให้จังหวัดราชบุรี เป็นที่สนใจแตกต่างจากจังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อำเภอสวนผึ้ง ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

ที่เข้ามาท่องเที่ยวอำเภอผึ้ง เนื่องจากสวนผึ้งเป็นอำเภอบนพื้นที่สูง โอบล้อมของขุนเขา มีแม่น้ำภาชี ไหลผ่านเป็นเอกลักษณ์สวยงามไว้สำหรับการเล่นน้ำเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปเล่นริมน้ำด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไหลผ่าน จึงมีสภาพอากาศที่เย็นสบายคล้ายกับภาคเหนือ และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ใช้เวลาในการขับรถประมาณ 2 ชั่วโมง เป็นหนึ่งด้านตะวันตกที่มีภูมิประเทศหลากหลาย จากพื้นที่ที่ราบต่ำลุ่มแม่น้ำแม่กลองอันอุดมด้วย แหล่งเพาะปลูกพืชผักผลไม้เศรษฐกิจนานาชนิด สู່พื้นที่สูง ทิวเทือกเขาตะนาวศรีทอดตัวยาวทางทิศตะวันตกจรดชายแดนไทย-พม่า มีคำขวัญที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอสวนผึ้งว่า “สาวกะเหรี่ยงเคียงถิ่นตะนาวศรี ถ้ำภำชี แก่งส้มแมว แแนวหินผา ธารน้ำร้อนบ่อถ้ำตริงตีดดา น้ำผึ้งป่า หวานซึ้ง ตริงใจ” ที่มาของคำว่ำ “สวนผึ้ง” เนื่องจากพื้นที่โดยทั่วไปของอำเภอมีสภาพแวดล้อมประกอบด้วยธรรมชาติ ป่าไม้ เทือกเขา และมีต้นไม้อชนิดหนึ่งที่ชาวบ้านเรียกว่า “ต้นผึ้ง” ซึ่งเป็นต้นไม้ที่มีสีขาวนวลไม่มีเปลือกกะเทาะ หรือลอกให้เห็น และที่สำคัญคือจะมีผึ้งจำนวนมากนับแสนนับล้านตัวมาอาศัยทำรังบนต้นผึ้งเท่านั้น (www.paiduaykan.com. ออนไลน์)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เพื่อนำมาสู่การพัฒนา และปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นำไปสู่การเพิ่มจำนวนของผู้ที่จะมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 สมมติฐานในงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.1 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

สมมติฐานที่ 2.2 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านราคา

สมมติฐานที่ 2.3 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านสถานที่

สมมติฐานที่ 2.4 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 2.5 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

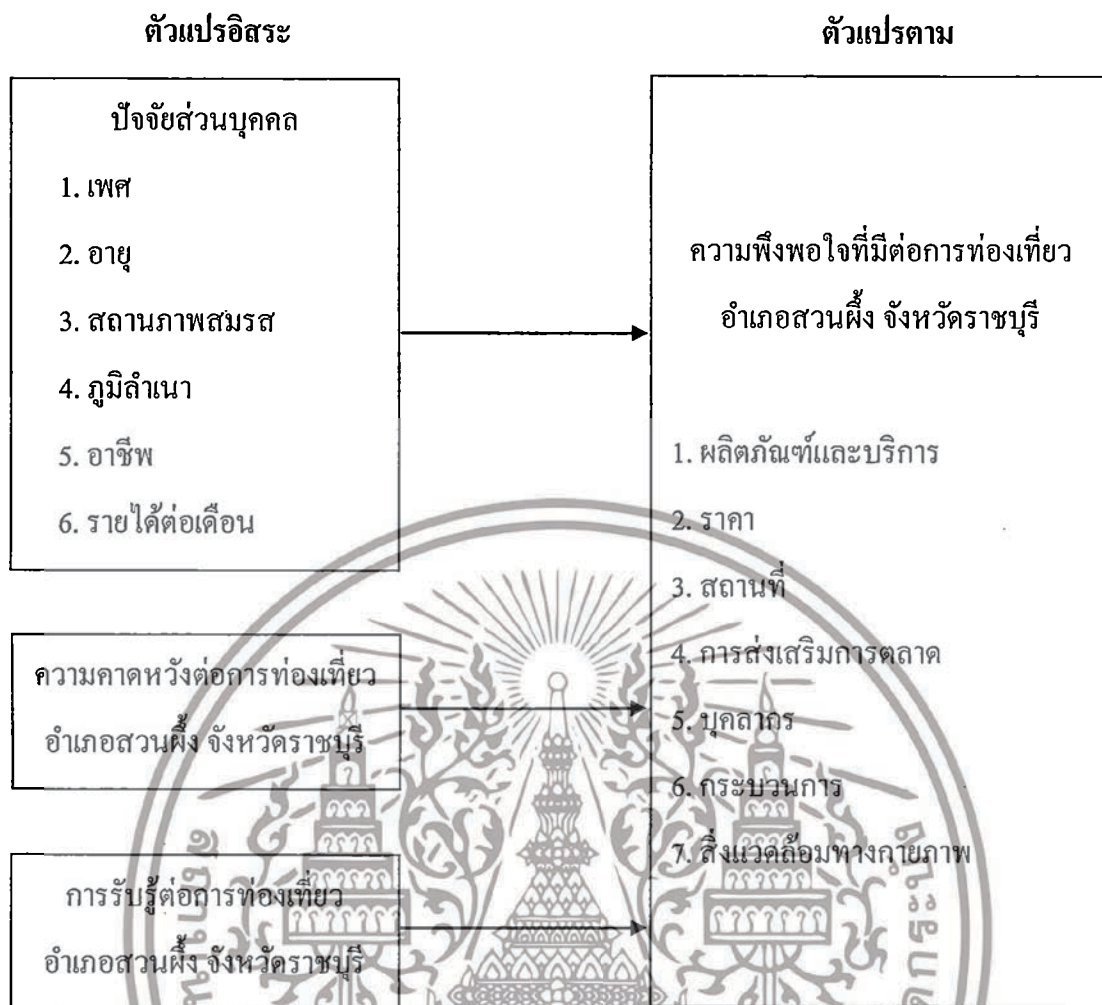
สมมติฐานที่ 2.6 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ

สมมติฐานที่ 2.7 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

สมมติฐานที่ 2.8 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว โดยรวม

1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี” โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ภูมิฐานะ อาชีพ และรายได้คือเดือนของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรี โดยผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดมาจากงานวิจัยของ Tak Kee Hui, David Wan, Alvin Ho (2006) ซึ่งได้ทำงานวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจ การแนะนำ และการกลับมาเยือนประเทศสิงคโปร์ของนักท่องเที่ยว” โดยงานวิจัยที่อ้างอิงนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศสิงคโปร์ โดยประเมินจากความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อนำไปใช้ในการยืนยันของความพึงพอใจโดยรวมและความน่าจะเป็นในการแนะนำหรือการกลับมาเที่ยวอีกครั้งของนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวคิด เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางงานวิจัย ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

1.5 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษา “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี” มีขอบเขตของงานวิจัย ดังนี้

1.5.1 ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) ที่ใช้ในงานวิจัย คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ภูมิลำเนา
- อาชีพ
- รายได้

2. ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

3. การรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

1.5.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์และบริการ
- ราคา
- สถานที่
- การส่งเสริมการตลาด
- บุคลากร
- กระบวนการ
- สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

1.5.3 ระยะเวลาในงานวิจัย

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่าง เดือนกันยายน 2557 ถึง เดือนตุลาคม 2557

1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในด้านต่างๆ ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งทางร่างกายและจิตใจ

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึง สิ่งทีสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จัดเตรียมไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร การจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ การจัดเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

1.2 ด้านราคา หมายถึง ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการในด้านต่างๆ ได้แก่ การแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมในการเยี่ยมชมสถานที่ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึกต่างๆ เช่น ค่าเช่าเยี่ยมชมให้อาหารแกะ ค่าผ่านเข้าใช้บริการบ่อน้ำร้อน ราคาเทียนหอม เป็นต้น ที่มีการระบุไว้ชัดเจนเหมาะสมและอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

1.3 ด้านสถานที่ หมายถึง การกำหนดสัดส่วนของพื้นที่ในการให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ได้แก่ การแสดงป้ายสัญลักษณ์ทางเข้า ทางออกอย่างชัดเจน เดินทางได้หลายเส้นทางและสะดวก สถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอต่อความต้องการ และการจัดสถานที่เป็นสัดส่วน สะอาดเรียบร้อย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การมุ่งใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ได้แก่ การจัดทำคู่มือหรือเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอยู่เสมอ เช่น อินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชัน วารสารการท่องเที่ยว เป็นต้น

1.5 ด้านบุคลากร หมายถึง การให้บริการของเจ้าหน้าที่หรือผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวภายในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ที่สร้างความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาได้อย่างถูกต้อง และหลากหลายภาษา ดูแลช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกอย่างใกล้ชิด อธิบายถึงประวัติและความสำคัญของสถานที่นั้นๆ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันที และเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว

1.6 ด้านกระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการข้อมูลแก่ผู้มาเที่ยวชมเพียงพอ โดยการจัดทำแผ่นพับแจกเพื่อบอกรายละเอียด การระบุอัตราค่าบริการที่ชัดเจนและเหมาะสมของสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ รวบรวมเนื้อหาของทฤษฎี และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ โดยศึกษาจากตำรา เอกสาร วารสาร รายงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดที่จะใช้เป็นแนวในการศึกษาให้ครอบคลุมและชัดเจนขึ้น ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญต่างๆ ที่ได้นำมาเรียบเรียงและนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอำเภอสามฝั่ง จังหวัดราชบุรี

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1.1 ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541:37) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือ การทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า หรือระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับความคาดหวังของลูกค้าหรือบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (Expectation) ระดับความพึงพอใจของลูกค้า เกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนี้เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคล ฉะนั้นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จก็คือ การเสนอบริการที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าผู้ให้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) เกิดจากการทำงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ ของผู้ให้บริการ โดยยึดหลักการที่แตกต่างจากคู่แข่ง และความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Oliver (1993) ความพึงพอใจของลูกค้า อ้างถึงใน เนตรภัสสา แก้วมณี (2549:25) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ การตอบสนองของลูกค้าเมื่อได้รับการเติมเต็มความรู้สึก มันเป็นตัวที่ตัดสินว่า รูปลักษณะของสินค้าและบริการ หรือตัวของสินค้าและบริการเอง สามารถที่จะทำให้เกิดการเติมเต็มความรู้สึกของลูกค้าต่อสินค้าและบริการนั้นได้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546:141) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ จนในที่สุดเกิดความตั้งใจต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านาน ตราบเท่าที่ความพึงพอใจนั้นยังคงอยู่ หรืออีกนัยหนึ่งคือความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ได้เกิดขึ้นแล้ว

อศุทธิ์ จาตุรงค์กุล (2543:37) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของผู้ซื้อหลังจากที่ได้ซื้อของมาขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานของสินค้าหรือสิ่งเสนอขาย โดยปกติความพึงพอใจคือ ความรู้สึกพึงพอใจหรือคิดหวังอันเกิดการเปรียบเทียบผลหรือการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของเขา จะเห็นได้ว่า จุดสำคัญคือ การปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง ถ้าการปฏิบัติงานไม่ถึงความคาดหวังลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าเกิดปฏิบัติงานเท่ากับความคาดหวังลูกค้าก็จะพอใจ ถ้าการปฏิบัติงานสูงเกินกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะพอใจหรือปิติยินดีเป็นอย่างยิ่ง

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2540:19) กล่าวว่า ความหมายของความพึงพอใจในการบริการสามารถจำแนกได้เป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ (Job Satisfaction in Service) และความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Customer Satisfaction in Service) การบริการที่ดียอมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ ทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้และมีรายได้ที่ดี เมื่อกิจการมีรายได้สูงก็สามารถจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้ปฏิบัติงานได้สูงขึ้น ซึ่งส่งผลให้พนักงานเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่องานที่รับผิดชอบ และสามารถรักษานักงานไว้เป็นการลดสถานการณ์การลาออกหรือเปลี่ยนงานของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญในงานและสามารถตอบสนองบริการที่มีคุณภาพตามความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็ย่อมพึงพอใจที่จะใช้บริการต่อไปตลอดจนเกิดเป็นความสำเร็จของการบริการดังกล่าว

จากแนวความคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนอง เมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการก็จะทำให้เกิดความรู้สึกดี ชอบ และสบายใจ หากสอดคล้องกับความคาดหวัง หรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะมีความรู้สึกพึงพอใจ หากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังก็จะมีความรู้สึกไม่พึงพอใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory Motivation)

A.H.Maslow ค้นคว้าวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดัน โดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของ Maslow คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1 ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน

1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่

ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นถัดต่อไป

2. ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ (S.M. Freud's Theory Motivation)

S. M. Freud ตั้งสมมติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากกว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ชริณี เดชจินดา (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) เป็นธรรมชาติของมนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความสุขแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Hegoistic Hedonism) เป็นธรรมชาติของมนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป
3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism) ธรรมชาตินี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษยชาติหรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

Aday and Anderson (1978) กล่าวถึงทฤษฎีที่ชี้พื้นฐาน 6 ประเภทที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการและความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการได้รับจากบริการเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่าได้มีการแจ้งถึงผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจ 6 ประเภทนั้น ได้แก่

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ (Convenience) ซึ่งแยกออกเป็น
 - การใช้เวลารอคอยในสถานที่บริการ
 - การได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการ
 - ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานที่บริการ
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Coordination) ซึ่งแยกออกเป็น
 - การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่งคือผู้ใช้บริการสามารถรับบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
 - ผู้ให้บริการให้ความสนใจผู้ใช้บริการ
 - ได้มีการติดตามผลงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Information)

4. ความพึงพอใจต่ออธยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอธยาศัยทางทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการและความสนใจห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพของการบริการต่อผู้ใช้บริการ

6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Output-off-product Cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ

Kotler and Armstrong (2002) 4Ps เป็นส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้ขาย ดังนั้นในมุมมองของผู้ซื้อแนวคิด 4Ps จะถูกอธิบายได้ด้วยแนวคิด 4Cs



ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548) การจะบริหารการตลาดของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องพิจารณาถึงส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคด้วย เนื่องจากธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภครวมเรียกว่า 4Cs มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใคร สิ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

2. ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายสำหรับสินค้าหรือบริการนั้นต้องคุ้มค่ากับสินค้าหรือบริการที่จะได้รับ หากผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในสินค้าหรือบริการนั้นย่อมสูงด้วย ดังนั้นในการตั้งราคาสินค้าหรือบริการ ธุรกิจจะต้องหาราคาที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปใช้ในการลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้สามารถเสนอสินค้าหรือบริการในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้

3. ความสะดวก (Convenience) ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการ หากผู้บริโภคไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงาน

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ผู้บริโภคย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการติดต่อกับธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อการให้และรับข้อมูล ความเห็นจากผู้บริโภค ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

Kotler (2000) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้น โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่สำหรับธุรกิจบริการส่วนประสมทางการตลาดจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งทั้งสาม ส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้ (Payne. 1993)

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่มาเสนอกับตลาดเพื่อความสนใจ ความอยากได้ การใช้ หรือการบริโภค ที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็น การตัดสินใจในลักษณะของผลิตภัณฑ์และการบริการจะได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติอะไรบางอย่าง แล้วนักการตลาดจึงนำมากำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ ดังนี้

- 1.1 ขนาด รูปร่างลักษณะ และคุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์ควรมี
- 1.2 การบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์
- 1.3 ลักษณะการให้บริการที่สำคัญต่อผู้บริโภค
- 1.4 การได้รับประกันถึงคุณภาพของสินค้า
- 1.5 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ราคา หมายถึง สิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตราหรืออาจจะหมายถึงจำนวนเงิน และ หรือ สิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาดต้องตัดสินใจเปรียบเทียบราคากับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ลักษณะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดมูลค่าในตัวสินค้า ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อก็ต่อเมื่อมูลค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้ามากกว่าต้นทุนหรือราคาของสินค้านั้น ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.1 ผู้บริโภคมีการรับรู้ราคาว่าเหมาะสมกับบริการ
- 2.2 ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างบริการต่างๆ
- 2.3 การลดราคาเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจระหว่างแนะนำที่พักหรือบริการ
- 2.4 มูลค่าส่วนลดที่ให้กับผู้ใช้บริการ

3. กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place) สถานที่ หมายถึง ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่นั้น โดยสร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลา สถานที่ ความเป็นเจ้าของ หรืออาจหมายถึง โครงสร้างของช่องทางเพื่อไปใช้บริการที่พัก การตัดสินใจในด้านสถานที่จะได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

- 3.1 ลักษณะโครงสร้างของช่องทาง
- 3.2 สถานที่ และปริมาณที่สามารถให้บริการ
- 3.3 ความจำเป็นในการควบคุมธุรกิจการจำหน่าย
- 3.4 ภาพลักษณ์ และเอกลักษณ์

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยใช้การติดต่อสื่อสารเพื่อจูงใจและเตือนความทรงจำนักท่องเที่ยว ซึ่งมีการส่งเสริมการตลาด 5 กลยุทธ์ ดังนี้

- 4.1 กลยุทธ์การโฆษณา โดยการใช้สื่อโฆษณาที่ดีและเหมาะสมที่สุด
- 4.2 กลยุทธ์การขายตรง โดยใช้พนักงานขายที่เน้นคุณสมบัติสำคัญของพนักงานขาย
- 4.3 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย คือ ประเภทของการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมที่สุด
- 4.4 กลยุทธ์การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ โดยเน้นถึงสื่อที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์
- 4.5 กลยุทธ์การตลาดทางตรง โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจผ่านการตลาดทางตรง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548) ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้น โดยพื้นฐานมีอยู่ 4Ps ตามที่ได้กล่าวไปแล้ว และสำหรับ 3Ps ที่เพิ่มมาในธุรกิจบริการสามารถอธิบายได้ดังนี้

5. บุคลากร (People) บุคลากรจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของบ้าน ผู้ให้บริการในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ เจ้าของบ้านมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการการกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้ให้บริการในทุกระดับ กระบวนการในการให้บริการ รวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ ผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรงและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พนักงานในส่วนสนับสนุนทำหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่างๆ ที่จะทำให้บริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก โดยอาจใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้เนื่องจากการให้บริการ โดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับการสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ที่พัก เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องนอน การตกแต่งสถานที่ ลานจอดรถ สวน ห้องน้ำ ป้ายชื่อที่พัก ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยังมีเอกลักษณ์ มีบรรยากาศหรือวัฒนธรรมประจำถิ่นเพียงใด ก็ยังเป็นที่น่าสนใจน่าเข้าไปใช้บริการมากขึ้น

จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการดังกล่าวข้างต้น ประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ามี ความเหมาะสมในการนำมาศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จึงนำมาใช้ในการศึกษาวิจัย

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

2.2.1 ความหมายของความคาดหวัง

Oxford Advanced Learner's Dictionary (2000) ความคาดหวังเป็นความเชื่อ เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรจะเป็น หรือควรเกิดขึ้น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2540:18) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อบงค์กรหรือธุรกิจบริการใดๆ ก็มักจะคาดหวังว่าจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจ ความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับ ความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกิน

ความคาดหวังที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิชฌนุร พรภาณูวิชญ์ (2540:6) ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่คาดหวังในบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

สิริวรรค์ อัสวกุล (2528:1) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังของมนุษย์เป็นการคิดล่วงหน้าไว้ก่อน ซึ่งอาจจะไม่เป็นไปตามที่คิดไว้ แต่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล

Rotter (อ้างถึงใน สุริย์ กาญจนวงศ์ 2542:58) ความคาดหวัง แบ่งเป็น 2 ประการ คือ

1. ความคาดหวังเฉพาะ (Specific Expectancies) สะท้อนให้เห็นประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งในอดีต

2. ความคาดหวังทั่วไป (Generalized Expectancies) เป็นผลรวมของประสบการณ์สถานการณ์ต่างๆ ที่คล้ายคลึงกันหรือเกี่ยวข้องกัน

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545) ซึ่งแนวคิดนี้คล้ายกับ ทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์ ที่เชื่อว่า มนุษย์ทุกคนมีแรงจูงใจที่จะกระทำพฤติกรรมด้วยจิตใจสำนึกนอกเหนือความต้องการและความปรารถนาที่ตนเองรู้ตัวอยู่แล้วและค้ำกับทฤษฎีการเรียนรู้ที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดัน (Drive) นิสัยจากการเรียนรู้ในอดีต (Habit) และสิ่งทีล่อใจ (Incentive) อย่างไรก็ตามแรงจูงใจเพียงอย่างเดียวไม่ใช่สิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ยังมีปัจจัยอื่นอีก เช่น สิ่งแวดล้อมของบุคคลเจตคติ ความสนใจ และการรับรู้ของบุคคล เป็นต้น

เขาวรี เจริญสวัสดิ์ (2543:24) ความคาดหวัง เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้า เป็นความรู้สึก และความคาดหวังช่วยในการตัดสินใจของแต่ละคน ในการเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในกรณีที่เกิดความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน นับได้ว่าความคาดหวังเป็นแรงจูงใจทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกไป โดยพิจารณาไปที่เป้าหมายว่ามีคุณค่าเพียงไร และสิ่งทีกระทำ สามารถคาดหวังไปถึงจุดหมายเพียงไร ซึ่งจะเกิดพฤติกรรมได้ ต้องอาศัยความสามารถที่แท้จริง

ดารณี พานทอง และ สุรเสถียร พงษ์หาญยุทธ (2542) ความคาดหวัง เป็นปัจจัยหนึ่งที่ใช้เป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ต้องการ

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ความคาดหวัง เป็นความรู้สึก การรับรู้ การคาดการณ์ล่วงหน้า ที่มีผลต่อระดับความต้องการของตนเอง เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ต้องการได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งเป็นผลที่ที่เกิดจากการกระทำของบุคคลนั้นๆ ที่คาดหวังเอาไว้

2.2.2 ทฤษฎีความคาดหวัง

Vroom (1970) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังไว้ว่า การที่บุคคลจะกระทำการใดๆ ก็ตาม จะขึ้นอยู่กับตัวแปร 4 ประการ ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ผลตอบแทนที่เขาได้รับนั้นเหมาะสมกับบทบาทที่เขาครอบครองเพียงใด
2. ความพอใจหรือไม่พอใจต่อผลที่เขาได้รับ
3. เมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นแล้ว เขาเชื่อว่าเขาต้องเป็นผู้ได้รับผลอันนั้น
4. เขามีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนตามความคาดหวัง

Zeithaml, Bitner and Gremler (2006) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของลูกค้าว่า ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันไป และจะประกอบด้วย ความคาดหวังและระยะห่างที่ยอมรับได้รวม 3 องค์ประกอบ คือ

1. ความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับ (Desired Service) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการและเชื่อว่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับบริการ หรือควรจะได้รับบริการ

2. ระดับขั้นต่ำของบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ (Adequate Service) ในการรับบริการแต่ละครั้งอาจมีอุปสรรคทำให้ไม่ได้ผลลัพธ์ดังที่คาดหวังไว้ ระยะห่างระหว่างความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับกับระดับต่ำที่สุดของกรบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ เรียกว่า ระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ

3. ระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ (Zone of Tolerance) ที่จะได้ผลลัพธ์จากการบริการขององค์กรธุรกิจกับการยอมรับผลลัพธ์ขั้นต่ำที่ผู้รับบริการยอมรับได้ นอกจากนี้ระยะห่างดังกล่าวยังเกิดจากความแตกต่างในการให้บริการประเภทอื่น เช่น การบริการที่ไม่แน่นอนซึ่งเกิดขึ้นจากตัวผู้ให้บริการเอง หรือจากประเภทของการบริการที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศหรือวัฒนธรรม

Edwin Locke (อ้างถึงใน สุลักษณ์ สุธงศาธารณ์, 2544:16) ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting Theory) ที่เห็นว่าจิตใจของมนุษย์เรานั้น โดยธรรมชาติ จะถูกกระตุ้นโดยเป้าหมาย (Goal) ให้ต้องแสดงพฤติกรรมตามเป้าหมายและความตั้งใจของตน เพื่อนำสู่การบรรลุเป้าหมายให้สำเร็จ ทั้งนี้เนื่องจาก

1. มีความรู้สึกผูกพันกับตนเองกับเป้าหมายของการปฏิบัติงานที่ตั้งเอาไว้ และตนเองมีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมายด้วย จึงยืนยันที่จะกระทำงานบรรลุผลสำเร็จ
2. เป้าหมายที่มีความยากจะจูงใจให้คนทำงานได้ผลงานดีกว่าเป้าหมายง่าย
3. เป้าหมายที่มีความเฉพาะเจาะจงย่อมจูงใจให้ทำมากกว่าเป้าหมายที่ไม่ชัดเจน
4. สิ่งจูงใจให้ทำงานจะไม่มี ความหมายต่อเป้าหมายหากไม่ได้ผูกพัน สิ่งจูงใจไว้กับเป้าหมาย

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545) แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ ที่ยึดทฤษฎีของพุทธรปัญญาหรือปัญญานิยม (Cognitive theories) มีความเห็นว่า มนุษย์ใช้ปัญญาในการตัดสินใจว่าจะกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่สนองความต้องการของตนเอง ตัวแปรที่กำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมของมนุษย์ คือ ความเชื่อ (Beliefs) และความคาดหวัง (Expectation) พฤติกรรมเกิดจากการกระทำ ที่มีจุดมุ่งหมาย และกระทำด้วยความรู้ตัวหรือเจตนา ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของกลุ่มพุทธปัญญา เชื่อว่าแรงจูงใจที่จะกระทำพฤติกรรม เกิดจากความคาดหวัง คุณกับคุณค่าของผลกรรม นั่นคือ ดังสมการ

$$\text{Effort} = \text{Expectancies} \times \text{Valence} \quad (2.1)$$

แรงจูงใจที่จะกระทำพฤติกรรม = การคาดหวัง* x คุณค่าของผลกรรม**

*การคาดหวัง หมายถึง ความเชื่อของบุคคลที่ว่าเมื่อกระทำการอย่างหนึ่ง จะเกิดผลกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตามมา

**คุณค่าของผลกรรม หมายถึง จำนวน หรือปริมาณของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่บุคคลมีต่อผลกรรมจากการกระทำ พฤติกรรมนั้น

อัญชติ ด้านวิรุฬหนิช (2539:53) ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom มีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญคือ

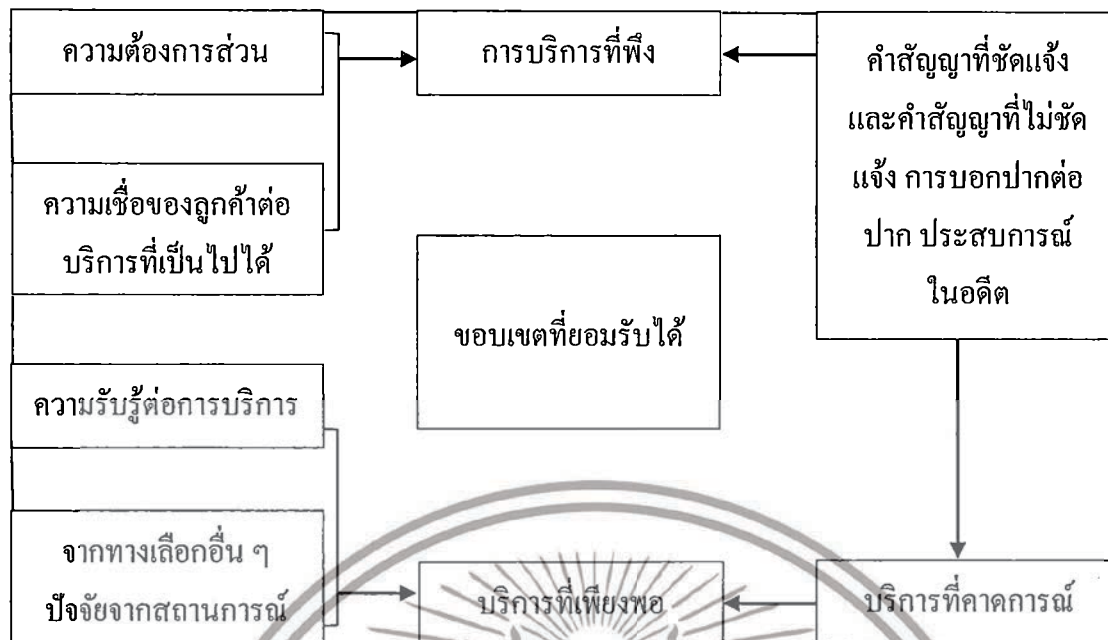
1. Valence หมายถึง ความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์
2. Instrumentality หมายถึง เครื่องมือ อุปกรณ์ วิธีทางที่จะไปสู่ความพึงพอใจ
3. Expectancy หมายถึง ความคาดหวังในตัวบุคคลนั้นๆ บุคคลมีความต้องการหลายสิ่ง

หลายอย่าง ดังนั้น จึงพยายามค้นร่นแสวงหาหรือกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วก็ตามความคาดหวังของบุคคล จะได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

องค์ประกอบของความคาดหวัง (The Component of Customer Expectations)

Christopher, Vandermerwe and Lewis. (1996:125-128) ความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบพื้นฐานซึ่งแตกต่างกัน ได้แก่ บริการที่พึงประสงค์ (Desired Service) บริการที่เพียงพอ (Adequate Service) บริการที่คาดการณ์ (Predicted Service) และขอบเขตที่ยอมรับได้ (Zone of Tolerance) ซึ่งอยู่ระหว่างบริการที่พึงประสงค์และบริการที่เพียงพอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1 ระดับความคาดหวังต่อการบริการ 2 ระดับ

ที่มา : Lovelock et al. (1996:13)

บริการที่พึงประสงค์ (Desired Service) คือ สิ่งที่ถูกคาดหวังว่าจะได้รับ หรือปรารถนาที่จะได้รับ ระดับของความปรารถนาจะขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคล และความเชื่อของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่ผู้ให้บริการจะสามารถทำได้ เป็นบริการที่ถูกคาดหวังว่าจะได้รับอย่างไรก็ตาม แม้ว่าลูกค้าต้องการที่จะได้รับการบริการที่ดีที่สุดตามอุดมคติของตน แต่ลูกค้าก็จะไม่คาดหวังอย่างไรเหตุผล เนื่องจากพวกเขาเข้าใจดีว่า ระดับหนึ่ง คือ ระดับของการบริการที่เพียงพอ (Adequate Service) ซึ่งหมายถึง ระดับต่ำสุดของการบริการที่ลูกค้าจะยอมรับ โดยไม่เกิดความรู้สึกไม่พอใจ ความคาดหวังระดับนี้ประกอบขึ้นจากปัจจัยจากความรู้ของผู้บริโภคต่อทางเลือกจากการบริการของผู้ให้บริการรายอื่นๆ และปัจจัยจากสถานการณ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้บริการในแต่ละครั้ง พบว่าในกรณีที่ลูกค้ามีทางเลือกในการรับบริการหลายๆทาง ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการก็จะสูง ในขณะที่หากลูกค้ารู้สึกว่าไม่มีทางเลือก เช่น ในสถานการณ์ฉุกเฉินซึ่งผู้ให้บริการรายอื่นๆ ไม่สามารถบริการได้ ความคาดหวังของลูกค้าก็จะต่ำลง

ระดับบริการที่พึงประสงค์และระดับบริการที่พอเพียง จะได้รับอิทธิพล จากปัจจัย 3 ด้าน คือ จากคำสัญญาซึ่งผู้ให้บริการให้แก่ลูกค้าทั้งที่เป็นสัญญาที่ชัดเจนและคำสัญญาที่ไม่ชัดเจน จากการบอกปากต่อปากของลูกค้า และจากประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าต่อการรับบริการ พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลูกค้ามีความคาดหวังต่อบริการที่พึงประสงค์ต่อผู้ให้บริการรายต่างๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน แตกต่างกันไป เช่น ในธุรกิจร้านอาหาร ลูกค้าจะคาดหวังต่อบริการของภัตตาคารแตกต่างจากความคาดหวังต่อร้านฟาสต์ฟู้ด สำหรับร้านฟาสต์ฟู้ดลูกค้าจะคาดหวังในเรื่องการได้รับอาหารถูกต้องตามที่สั่ง ความรวดเร็วในการทำอาหาร การเสิร์ฟในอุณหภูมิต่ำที่ถูกต้อง และสภาพแวดล้อมที่สะอาด แต่ลูกค้าคาดหวังมากกว่านั้นเมื่อรับการบริการจากภัตตาคาร เช่น ลูกค้าจะคาดหวังถึงบรรยากาศที่ดี พฤติกรรมในการบริการของพนักงาน วิธีในการเสิร์ฟอาหาร เป็นต้น บริการที่คาดการณ์ (Predicted Service) คือ ระดับของการบริการที่ลูกค้า คาดว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการในขณะที่ลูกค้ากับผู้ให้บริการกำลังเผชิญหน้ากันในการบริการใด บริการหนึ่ง บริการที่คาดการณ์จะมีผลกระทบโดยตรงต่อการกำหนดระดับการบริการที่พึงประสงค์ (Adequate Service) หากลูกค้าคาดการณ์ลดลงระดับของความคาดหวังต่อการบริการที่พึงประสงค์ ก็จะลดลงตามไปด้วย เช่น การเข้าแถวยาวๆ เพื่อรอซื้อบัตรชมภาพยนตร์เป็นเวลา 15 นาที ในวันหยุด ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการบริการที่ต่ำกว่าระดับการบริการที่พึงประสงค์ เนื่องจาก ลูกค้าคาดไว้ว่าจะต้องมีคนมารอแถวมากในวันหยุด แต่ลูกค้ารู้สึกว่า การเข้าแถวเพื่อรอซื้อบัตรชมภาพยนตร์ในวันธรรมดาเป็นเวลา 10 นาที เป็นการบริการที่ต่ำกว่าระดับการบริการที่พึงประสงค์ เนื่องจาก ลูกค้าคาดการณ์ว่า วันธรรมดาจะมีคนมารอชมภาพยนตร์ไม่มากนัก

เมื่อแบ่งแยกระดับการบริการที่พึงประสงค์ออกจากระดับการบริการที่เพียงพอ จะได้ขอบเขตที่ยอมรับได้ (Zone of Tolerance) ซึ่งอธิบายได้ว่า ระดับการบริการที่เพียงพอ คือ ระดับต่ำสุดของการบริการที่ลูกค้ายอมรับได้โดยไม่เกิดความไม่พอใจ หากต่ำกว่าระดับนี้ลูกค้าก็จะเกิดความสับสนและไม่พอใจในการบริการ หากระดับของการบริการสูงกว่าระดับการบริการที่เพียงพอ ก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกประหลาดใจและพึงพอใจ การบริการที่เหนือกว่าระดับการบริการที่พึงประสงค์ คือ การบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจนั่นเอง

ความคาดหวังเป็นทัศนคติเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคหรือ กลุ่มเป้าหมายที่เขา คาดหมายว่าจะได้รับ ซึ่งความคาดหวังของแต่ละคน หรือแต่ละกลุ่มเป้าหมาย จะผันแปรแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานภาพของแต่ละบุคคล ความคาดหวังเป็นสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจ หากได้รับการตอบสนองตรงกับสิ่งที่คาดไว้ ก็จะเกิดความพึงพอใจ และประทับใจ ในสินค้าหรือบริการที่เขาได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 ปัจจัยของความคาดหวัง

นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล (2540:11) กล่าวถึงการกำหนดความคาดหวังตามความคิดของ De Hecho ว่าการกำหนดความคาดหวังของบุคคล นอกจากขึ้นอยู่กับระดับความยากง่ายของงาน แล้ว ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้นๆ ด้วย ดังที่ De Hecho ได้กล่าวไว้ว่า การที่บุคคล เคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นๆ มาก่อน ก็จะกำหนดความคาดหวังในการทำงาน ในคราวต่อไปสูงขึ้น และใกล้เคียงกับความสามารถจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามระดับความคาดหวัง ต่ำลงมา เพื่อป้องกันมิให้ตนเกิดความรู้สึกล้มเหลวจากการที่วางระดับความคาดหวังไว้สูงกว่า ความสามารถจริง

พัชรี มหาลาภ (2538:14) ปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังมี 3 ประการ ได้แก่

1. ขึ้นอยู่กับลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อม ความคาดหวัง และการแสดงออกจึงแตกต่างกัน เพราะความคิด ความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกัน
2. ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้นๆ กล่าวได้ว่าถ้า บุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นๆ มาก่อน ก็จะทำให้มีการกำหนดระดับความคาดหวัง ในการทำงานในคราวต่อไปสูงขึ้น และใกล้เคียงสภาพความเป็นจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้าม จะกำหนดความคาดหวังลงมา ก็เพื่อป้องกันมิให้เกิดความรู้สึกล้มเหลวจากระดับความคาดหวังที่ตั้งไว้สูงกว่าความสามารถจริง
3. ขึ้นอยู่กับการประเมินความเป็นไปได้ เพราะ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งนั้นๆ อาจเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ จะเป็นการประเมินค่า โดยมีมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดของแต่ละบุคคล ซึ่งการประเมินค่าของแต่ละคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดเดียวกัน ก็อาจแตกต่างกันได้ด้วยขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจการให้คุณค่าแก่สิ่งนั้นๆ ของแต่ละบุคคล จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังของมนุษย์คาดหวังเกิดจากสภาพแวดล้อมที่บุคคล ได้รับกับความรู้สึกนึกคิด และ พฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ตามความรู้ ประสบการณ์ และตามความต้องการของแต่ละบุคคล ที่จะตัดสินใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

2.2.1 ความหมายของการรับรู้

จำเนียร ช่วง โชติและคณะ (2542:1-16) นักจิตวิทยาเชื่อว่าบุคคลสามารถเข้าติดต่อกับสิ่งแวดล้อม ได้ก็โดยผ่านกระบวนการอันหนึ่งซึ่งเรียกว่า การรับรู้ (Perception) ที่เขามีอยู่อันได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น ผิวกาย เป็นต้น ทั้งหมดนี้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์สำคัญในการรับสัมผัส รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ส่งไปเป็นประสบการณ์ทางสมอง เพื่อให้เกิดเป็นการรับรู้ต่อไป

Matlin (2002:32-33) ได้สรุปความหมายของกระบวนการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการที่ใช้ความรู้เดิมของเราเชื่อมโยงกับสัมผัสที่ได้รับในขณะนั้นแล้วทำการตีความหมายของการรับรู้ออกมา การใช้ความรู้เดิมของเรา เช่น การนึกถึงใบหน้าของมนุษย์ที่เราเคยพบ หรือภาพซับซ้อนที่เราเคยรู้จัก เหล่านี้ล้วนใช้วิธีการดึงความทรงจำหรือความรู้เดิมมาใช้ในการแปลความหมายของการรับรู้ นั้น และสนองการรับรู้จากการเชื่อมโยงสิ่งที่รับรู้ในขณะนั้นซึ่งในที่นี้หมายถึงสิ่งเร้าต่างๆ ในสิ่งแวดล้อม เช่น สี ขนาด รูปทรง พื้นผิวและมิติ อันจะส่งผลต่อการรับรู้ของเราได้

กมลวัฒน์ ยะสารวรรณ (2547) การรับรู้ หมายถึง ขบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่มากระทบประสาทสัมผัสของเราและแปลความหมายอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคล

สุชา จันทร์เอม (2544:30-31) การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเข้าติดต่อกับสิ่งแวดล้อมหรือสิ่งเร้าที่อยู่รอบๆ ตัว เช่น บุคคล สัตว์ สิ่งของ และปรากฏการณ์ธรรมชาติต่างๆ ล้วนจัดเป็นสิ่งเร้าทั้งสิ้น และบุคคลจะรับรู้โดยใช้อวัยวะ (Sense Organ) ที่มีอยู่ ได้แก่ หู ตา จมูก ปาก ผิวหนัง เป็นต้น โดยการรับรู้จะต้องมีการตีความหมายจากการรับสัมผัสหรือต้องมีการตีความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ที่ผ่านเข้ามา ในการรับสัมผัสนั้นด้วย

วัชร ทรัพย์มี (อ้างถึงใน อัญชลี รัชนกฤต, 2541:34) การรับรู้ หมายถึง การตีความหมาย การรับสัมผัสออกเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย ซึ่งการตีความหมายนั้นจะต้องอาศัยประสบการณ์หรือการเรียนรู้

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545) กล่าวว่า การรับรู้ทางสังคมบางครั้งทำให้เกิดความคาดหวัง (Expectation) ต่อบุคคลตามมาด้วย เช่น ถ้าเรารับรู้ว่าเขาเป็นทหาร เราก็คาดหวังว่าเขาเข้มแข็งองอาจ ดังนั้นความคาดหวังจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล เพราะความคาดหวังเปรียบได้กับภาพพจน์ที่คนแสดงออกมาให้สอดคล้อง

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดจากความเข้าใจ ความรู้สึก จากสิ่งที่ได้สัมผัส ไม่ว่าจะเป็นการได้ยิน ได้เห็น ได้กลิ่น ได้สัมผัส และได้สัมผัส แล้วนำสิ่งนั้นมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตีความ โดยแปลความหมายจากความรู้อื่นหรือจากประสบการณ์เดิม เพื่อประเมินค่าตัดสินใจและแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งนั้นอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา

2.2.2 ทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการตีความหมายจากสิ่งที่เราพบเห็น ในสิ่งแวดล้อม ส่วนความหมาย (Meaning) คือ สิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมายหรือการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เราจะตีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับสิ่งที่เรารับรู้ (Meaning) หรือตีความหมาย (Interpret) สิ่งนั้นอย่างไรในการรับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้น เรากระทำโดยอาศัยประสบการณ์ของเรา ประสบการณ์ของเรามีอิทธิพลการรับรู้และความหมายของ เราต่อสิ่งที่เราพบ

ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory) การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆ จะขึ้นอยู่กับรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้นๆ ดังนั้นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพซึ่งปัจจัยการรับรู้ ประกอบด้วย ประสาทสัมผัสและปัจจัยทางจิตคือ ความรู้เดิม ความต้องการ และเจตคติ เป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการสามด้าน คือ การรับสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์ การรับรู้เป็นผลเนื่องมาจากการที่มนุษย์ใช้อวัยวะรับสัมผัส (Sensory Motor) ซึ่งเรียกว่า เครื่องรับ (Sensory) ทั้ง 5 ชนิด คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง จากการวิจัยมีการค้นพบว่า การรับรู้ของคนเกิดจากการเห็นร้อยละ 75 จากการได้ยินร้อยละ 13 การสัมผัสร้อยละ 6 กลิ่นร้อยละ 3 และรสร้อยละ 3 การรับรู้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยในการรับรู้ ได้แก่ ลักษณะของผู้รับรู้ ลักษณะของสิ่งเร้า การที่มนุษย์จะรับรู้และสามารถพัฒนาจนเป็นการเรียนรู้ได้ดีหรือไม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. สถิติปัญญา ผู้มีสติปัญญาสูงกว่า ย่อมรับรู้ได้ดีกว่าผู้มีสติปัญญาต่ำกว่า
2. การสังเกตและพิจารณา ขึ้นอยู่กับความชำนาญและความสนใจต่อสิ่งเร้า
3. คุณภาพของจิตในขณะนั้น ถ้ามีความเหนื่อยอ่อน เครียด หรืออารมณ์ขุ่นมัว อาจทำให้แปลความหมายของสิ่งเร้าที่สัมผัสได้ไม่ดี แต่ในทางตรงกันข้าม หากสภาพจิตใจผ่อนคลายปลอดโปร่ง ก็จะทำให้การรับรู้และการเรียนรู้เป็นไปด้วยดี และเป็นระบบ

การจัดระบบการรับรู้ มนุษย์เมื่อพบสิ่งเร้าไม่ได้รับรู้ตามที่สิ่งเร้าปรากฏแต่จะนำมาจัดระบบตามหลักดังนี้

1. หลักแห่งความคล้ายคลึง (Principle of Similarity) สิ่งเร้าใดที่มีความคล้ายกันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

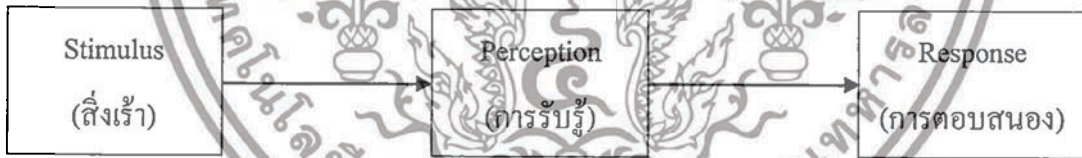
2. หลักแห่งความใกล้ชิด (Principle of Proximity) สิ่งเร้าที่มีความใกล้กันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน

3. หลักแห่งความสมบูรณ์ (Principle of Closure) เป็นการรับรู้สิ่งที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ขึ้น ความคงที่ของการรับรู้ (Perceptual Constancy) ความคงที่ในการรับรู้มี 3 ประการ ได้แก่

- 3.1 การคงที่ของขนาด
- 3.2 การคงที่ของรูปแบบ รูปทรง
- 3.3 การคงที่ของสีและแสงสว่าง

การรับรู้ที่ผิดพลาด แม้ว่ามนุษย์มีอวัยวะรับสัมผัสถึง 5 ประเภท แต่มนุษย์ก็ยังรับรู้ผิดพลาดได้ เช่น ภาพลวงตา การรับฟังตามคำบอกเล่าทำให้เรื่องบิดเบือนไป การมีประสบการณ์และค่านิยมที่แตกต่างกัน ดังนั้น การรับรู้ถ้าจะให้ถูกต้อง จะต้องรับรู้โดยผ่านประสาทสัมผัสหลายทางผ่านกระบวนการคิดไตร่ตรองให้มากขึ้น

คณะอาจารย์สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (2550:28-29) ได้ให้ความหมายว่า การรับรู้ คือการตีความหมายจากสัมผัส ในการรับรู้ที่เราไม่เพียงแต่มองเห็น ได้ยิน หรือได้กลิ่นเท่านั้น แต่เราต้องรับรู้ได้ว่าวัตถุหรือสิ่งที่เราเรานั้นคืออะไร มีรูปร่างอย่างไร อยู่ในทิศใด เป็นต้น ทั้งหมดที่เราบอกได้นี้คือการตีความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาในการรับสัมผัสและยังบอกว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดแทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าดังแผนผังด้านล่าง



ภาพที่ 2.2 การรับรู้

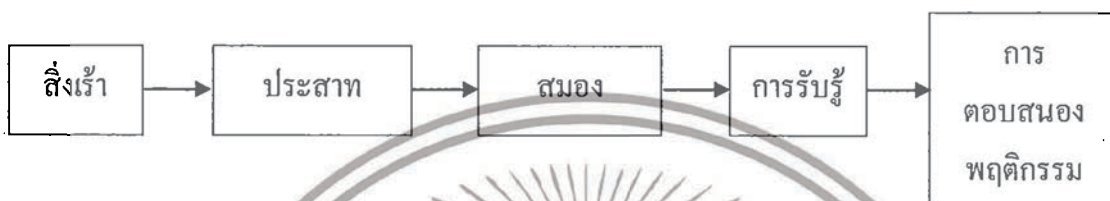
ที่มา : คณะอาจารย์สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (2550:28-29)

และยังสรุปว่า กระบวนการรับรู้ ประกอบด้วย

1. มีสิ่งเร้ามาปะทะสัมผัสและประสาทสัมผัสนั้นอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์พอที่จะรับสิ่งเร้านั้นได้ เช่น ได้กลิ่นสมบูรณ์เมื่อไม่ได้เป็นหวัด
2. ประสาทสัมผัสส่งกระแสสัมผัสนั้นไปยังประสาทส่วนกลาง นั่นก็คือ ประสาทสัมผัสที่จุมูกก็จะส่งข่าวคือกลิ่นนั้นต่อไปยังไขสันหลังแล้วต่อไปยังสมองส่วนข้าง

3. สมอก็จะใช้ประสบการณ์เดิมตีความหรือแปลความหมายของข่าวนั้นเป็นการรับรู้ คือสมองส่วนข้างก็จะแปลความว่าเป็นกลิ่นอะไร โดยใช้ประสบการณ์เดิมที่เคยรู้กลิ่นต่างๆ มาก่อนแปลความกลิ่นที่ได้รับนั้น

จากการรับรู้นี้จะทำให้เกิดการตัดสินใจ แล้วแสดงการตอบสนองโดยสมองส่วนหน้าและทำหน้าที่เก็บไว้เป็นความจำหรือประสบการณ์ต่อไป กระบวนการรับรู้ดังกล่าวนี้สามารถเขียนเป็นแผนผังได้ดังนี้



ภาพที่ 2.3 กระบวนการรับรู้

ที่มา : คณะอาจารย์สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (2550 : 28-29)

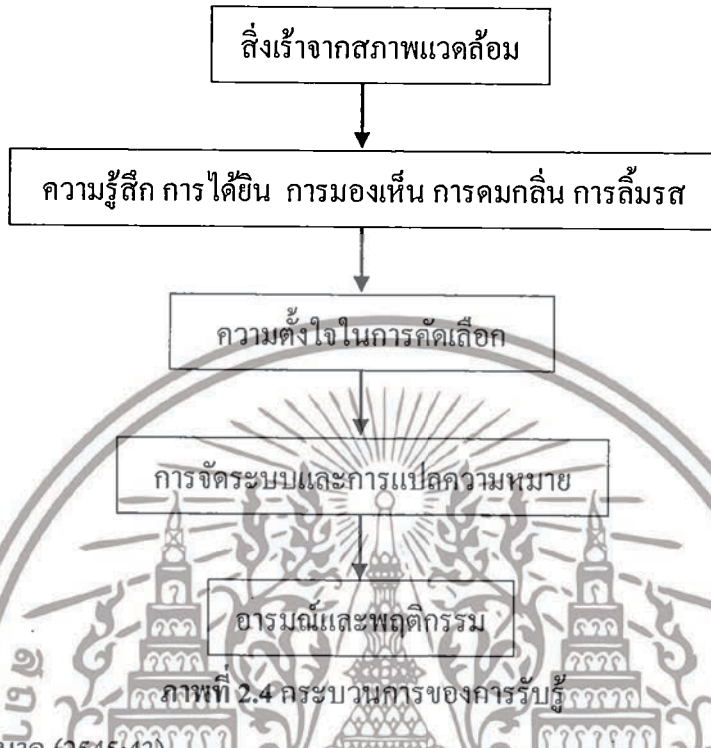
จิรวุฒ สัตว์กลิ่นหอม (2547) กล่าวไว้ในหัวข้อ ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory) ว่าการรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆ จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จากสภาพแวดล้อมของคนและความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้นๆ ดังนั้น การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพซึ่งปัจจัยการรับรู้ ประกอบด้วยประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิตคือ ความรู้เดิม ความต้องการ และเจตคติ เป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการสามด้านคือ การรับสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์ และได้ให้หลักการรับรู้สำหรับการศึกษาไว้ดังนี้ คือ

1. การรับรู้จะพัฒนาตามวัยและความสามารถที่จะรับรู้ถึงภายนอกอย่างถูกต้องและเหมาะสม
2. การรับรู้โดยการเห็นจะก่อให้เกิดความเข้าใจดีกว่า การได้ยินและประสาทสัมผัสอื่นๆ ดังนั้น การเรียนรู้โดยผ่านประสาทสัมผัสได้มากจะก่อให้เกิดความเข้าใจที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. ลักษณะและวิธีการรับรู้ของแต่ละคน จะแตกต่างกันตามพื้นฐานของบุคลิกภาพและจะแสดงออกตามที่ได้รับรู้และทรงตระของเขา
4. การเข้าใจผู้เรียนทั้งในด้านคุณลักษณะและสภาพแวดล้อมจะเป็นผลดีต่อการจัดการเรียนการสอน

นพ ศรีบุญนาค (2545:43) อธิบายถึงกระบวนการรับรู้ว่า กระบวนการรับรู้เริ่มต้นจากสิ่งเร้าที่อยู่ในสภาพแวดล้อม กระตุ้นให้บุคคลสนใจและตั้งใจในสิ่งนั้น โดยประสาทสัมผัสต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งทางหู ตา จมูก ปากและทางกาย หลังจากนั้นบุคคลก็จะตีความหมายหรือแปลความข้อมูลหรือสิ่งที่ได้รับมาและมีการตอบสนองต่างๆ ในขั้นสุดท้าย ซึ่งเขียนเป็นแผนผังได้ดังนี้



ที่มา : นพ ศรีบุญนาค (2545:43)

จากทฤษฎีที่กล่าวมา การรับรู้เป็นผลจากการรับรู้ของบุคคลนั้นๆ โดยการใช้ประสาทสัมผัส แล้วเกิดการตีความหมายออกมาเป็นการรับรู้ ซึ่งในแต่ละบุคคลก็จะมีรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป ตามพื้นฐานและลักษณะของแต่ละบุคคล

2.2.3 ปัจจัยของการรับรู้

ธรรมาดา แสงนันทนวล (2543:23) คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทุกคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้น เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง ดังนี้

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตัวอย่างเช่น ถ้า ก. ไม่ชอบ ข. จึงมักจะขัดแย้งกับ ข. ในเรื่องต่างๆ หาก ก. ได้รับสารซึ่ง ข. แสดงท่าทีเห็นด้วยกับ ก. ก็ยังจะตีความว่า ข. ไม่ได้หมายความว่า ข. พูดยจริง เป็นต้น

2. ประสบการณ์เดิม (Past Experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน

ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน ทำให้มีประสบการณ์เดิมที่ต่างกันไปด้วย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) สิ่งที่เกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้น คนต่างศาสนากัน จึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่างๆ ต่างกันได้

4. สภาพแวดล้อม คนที่อยู่สภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น อุณหภูมิ เวลา สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับต่างกัน

5. สภาพจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่าง เช่น เรามักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่ ขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อย ขณะที่มีความรัก เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าตัวกรองทั้ง 5 นี้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะส่วนบุคคลของแต่ละคน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และอื่นๆ ตัวอย่างเช่น เด็กกับผู้ใหญ่ซึ่งมีวัยหรืออายุต่างกันย่อมมีประสบการณ์เดิมหรือประสบการณ์ที่ผ่านมาในชีวิตไม่เหมือนกัน แพทย์กับชาวนาซึ่งมีความแตกต่างทั้งเรื่องของระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างมีสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ทำงานที่ต่างกัน มีกรอบอ้างอิงรวมถึงแรงผลักดันหรือแรงจูงใจต่างกัน เป็นต้น

2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

2.4.1 ประวัติความเป็นมาของอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

สวนผึ้งเป็นอำเภอเล็กๆ ทางฝั่งตะวันตกของจังหวัดราชบุรีติดชายแดนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ โดยมีเทือกเขาตะนาวศรีเป็นเส้นกั้นเขตแดน แต่ก่อนเป็นเพียงเมืองผ่านในการเดินทางลงทางภาคใต้ ซึ่งป็นดินแดนที่ไม่ค่อยมีผู้คนรู้จัก

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี (2552)[ออนไลน์] อำเภอสวนผึ้งเดิมเป็นตำบลสวนผึ้งขึ้นอยู่กับอำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี ได้โอนุมัติให้ตั้งกิ่งอำเภอสวนผึ้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2517 เปิดทำการบริการ ประชาชนเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2517 อำเภอสวนผึ้ง เดิมเป็นตำบลหนึ่งในอำเภอจอมบึง เรียกว่า "ตำบลสวนผึ้ง" เป็นตำบลที่มีพื้นที่กว้างขวาง ทุกรันดาร เต็มไปด้วยภูเขาป่าไม้ การคมนาคมไม่สะดวก ประชาชนส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยง การปกครองดูแลเป็นไปด้วยความยากลำบาก รัฐบาลจึงได้จัดส่งหน่วยพัฒนาการเคลื่อนที่ ที่ 70 กรป.กลาง บก.ทหารสูงสุด ประกอบด้วยทหาร 3 เหล่าทัพ และข้าราชการ พลเรือน ซึ่งเป็นผู้แทนของกระทรวงทบวงกรมต่างๆ พร้อมทั้งจะดำเนินการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การคมนาคม และการเมืองตั้งแต่วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2511-2514 ต่อมากระทรวงมหาดไทย ได้ประกาศแบ่งพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อำเภอจอมบึง โดยตั้งเป็นกิ่งอำเภอ เรียกว่า กิ่งอำเภอสวนผึ้ง เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2517 และต่อมาได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอสวนผึ้ง เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2526

ทางด้านประวัติศาสตร์ อำเภอสวนผึ้งถือเป็นแหล่งอารยธรรมโบราณในยุคหินกลาง (10,000-5,000 ปี) ยุคหินใหม่ (5,000-2,700 ปี) ยุคโลหะและสำริด (2,700-1,500 ปี) ซึ่งเป็นยุคก่อนประวัติศาสตร์ มีการขุดพบขวานหินโบราณทั้งชนิดขวานหินกะเทาะ ขวานหินขัด กำไลงอบน้ำอ้อย เครื่องดินเผา หอกขัด เครื่องมือโลหะชนิดต่างๆ และขวานสำริด หลักฐานเหล่านี้ยืนยันได้ว่า อำเภอสวนผึ้งเป็นแหล่งโบราณคดีอันสำคัญยิ่ง ที่เคยมีมนุษย์ตั้งรกรากเป็นหลักแหล่งถาวรมาแล้วนับพันปี

บุหลัน รันติ (2554) สวนผึ้งยังเป็นที่ตั้งของพระเจดีย์สามองค์ได้ ซึ่งเป็น 1 ใน 3 ของพระเจดีย์สามองค์ในประเทศไทย ดังที่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพบันทึกไว้ในพงศาวดารอยู่ที่ด่านพระเจดีย์สามองค์สังฆะบุรีหนึ่ง ด่านบึงดีหนึ่ง และพระเจดีย์สามองค์เมืองราชบุรีหนึ่ง สอดคล้องกับสัมปทานบัตรเหมืองแร่ พ.ศ. 2468 ออกให้นายกาล ไซร์ เปนโซเฟอร์ ชาติเยอรมัน ขุนไกร ขุนทิพย์มณฑียร นายเลา ยุ่นเฮง และนายเฉย ฉายอุไรกร ในท้องที่สวนผึ้ง คือ พระเจดีย์สามองค์ ห้วยต้นคา ห้วยค้างคาว ห้วยบ่อคิ่ง และห้วยบ่อน้อย ในอดีตอำเภอสวนผึ้ง เป็นเมืองหน้าด่าน มีหน้าที่คอยสอดส่องยามสงครามให้กับเมืองหลวง ชาวกระเหรี่ยงไปไว้ได้รับบรรดาศักดิ์เป็น หลวงพิทักษ์ศรีมาตย์ ตำแหน่งนายกองด่านเจ้าเงาะ ซึ่งตกทอดต่อกันมาอีกหลายรุ่น

พลศรี จีบแก้ว (2552) ภาพเก่าเล่าอดีต. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ราชบุรี สำนักศิลปากรที่ 1 ราชบุรี กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม. (หน้า 85) เมื่อเข้าสู่ยุคเหมืองแร่ อำเภอสวนผึ้งรุ่งเรืองถึงขีดสุด รัฐบาลได้ให้สัมปทานในการทำเหมืองแร่ดีบุกในเขตอำเภอสวนผึ้ง เป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2456 ในสมัยรัชกาลที่ 6 และพื้นที่ที่มีเหมืองแร่มากที่สุดได้แก่ ท่งเจดีย์เขากระโจม ห้วยต้นคา ห้วยบ่อน้อย และบ่อคิ่ง ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 กิจการเหมืองแร่ได้ซบเซาและหยุดชะงักลงไปชั่วระยะเวลาหนึ่ง แต่ยังคงมีการทำต่อมาอีกในภายหลัง จนกระทั่งมาเฟื่องฟูสุดขีดอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2522-2528 หลังจากนั้นราคาดีบุกได้ลดต่ำลงจนกระทั่งไม่คุ้มทุน ทำให้เหมืองแร่หลายแห่งทยอยปิดตัวลง ต่อมาในปี พ.ศ. 2534 รัฐบาลจึงได้ยกเลิกสัมปทานเหมืองแร่ทั้งหมดในอำเภอสวนผึ้ง การทำเหมืองแร่ในอำเภอสวนผึ้งกว่า 78 ปี จึงได้ยุติลง นอกจากการทำเหมืองแร่ อำเภอสวนผึ้งยังเป็นช่องทางแดนที่ถ่ายทรัพยากรของเพื่อนบ้านเข้าสู่ดินแดนไทยมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างยาวนาน เช่น ไม้หอม ติบูก ทองคำ ช้างและงาช้าง สัตว์ป่า สัตว์น้ำ จนกระทั่งมาถึงสัมปทาน ป่าไม้ และความพยายามผลักดันเปิดช่องผ่านแดนถาวรสู่ท่าเรือน้ำลึกอ่าวมะตะมะ

บุหลัน รันตี (2554) เนื่องจากอำเภอสวนผึ้งเป็นเมืองชายแดนที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้าน จึงทำให้มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ที่เกิดจากการ ไปมาหาสู่ระหว่างกัน จึงมีทั้งกะเหรี่ยง กะหรั่ง มอญ พม่า และแขก รวมกับคนไทยพื้นถิ่นที่มีทั้งลาวยวน โข่ง และไทยเชื้อสายจีน จึงมีความเป็นชาติพันธุ์ที่แตกต่างด้วยอัตลักษณ์ที่แปลกตา แต่กลมกลืนไปด้วยวิถีชีวิตผสมผสานกัน

คู่มือเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี [ออนไลน์] ส่วนที่มาของคำว่า "สวนผึ้ง" เนื่องจากพื้นที่โดยทั่วไปของอำเภอมีสภาพแวดล้อมประกอบด้วย ธรรมชาติ ป่าไม้ เทือกเขา และมี ต้นไม้ชนิดหนึ่งที่ชาวบ้านเรียกว่า "ต้นผึ้ง" ซึ่งเป็นต้นไม้ที่มีสีขาวนวล ไม่มีเปลือกกะเทาะหรือ ลอกให้เห็น และที่สำคัญคือจะมีผึ้งจำนวนมากบินตัวมาอาศัยทำรังบนต้นผึ้งเท่านั้น ชาวบ้าน กะเหรี่ยงเรียกว่า "ไหมซ่าเลียง" ชาวบ้าน ไทยเรียกว่า "ต้นชวนผึ้งหรือชวนผึ้ง" จึงเป็นที่มาของ ชื่ออำเภอสวนผึ้ง ปัจจุบันยังมีน้ำผึ้งหวานหอมบริสุทธิ์แท้จากป่าวางขายอยู่แม้จะน้อยลงไป อย่างมากแล้วก็ตามและมาจากแนวป่าเขตพม่าส่วนใหญ่ อำเภอสวนผึ้งเริ่มเป็นที่รู้จักของ นักท่องเที่ยวอีกครั้งในยุคเศรษฐกิจที่รุ่งเรืองระหว่างปี พ.ศ. 2530-2538 เนื่องมาจากความงามตาม ธรรมชาติแวดล้อมที่เต็มไปด้วยป่าเขา ทำให้ผู้คนนิยมมาท่องเที่ยวในดินแดนแห่งนี้เกิดการจัดสรร ที่ดิน มีบ้านพักแบบรีสอร์ททันสมัยมากมาย มีร้านอาหารเกิดขึ้นเต็มตามสองข้างถนนนับจากเขตอำเภอ จอมบึงไล่เรื่อยมาจนสุดแดนอำเภอสวนผึ้ง

2.4.2 ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

2.4.2.1 ลักษณะทั่วไปของพื้นที่

อำเภอสวนผึ้งมีเขตการปกครอง 4 ตำบล คือ ตำบลสวนผึ้ง ตำบลป่าหวาย ตำบล ท่าเคย และตำบลตะนาวศรี อยู่ทางด้านทิศตะวันตกของจังหวัดราชบุรี ระยะห่างจากตัวจังหวัด ราชบุรี 60 กิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่ออำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอมะริด จังหวัดทวาย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 แผนที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ที่มา : สำนักงานเกษตรอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

2.4.2.2 ลักษณะภูมิประเทศ

อำเภอสวนผึ้ง มีสภาพเป็นที่ราบและภูเขาสูง ได้แก่ บริเวณชายแดนด้านตะวันตกติดกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์และพื้นที่ราบสูง ใต้สุด บริเวณเทือกเขามาจางด้านตะวันออกจนถึงตอนกลางของพื้นที่มีลักษณะเป็นที่ราบสูง มีแม่น้ำกาวี และลำห้วยสาขาเป็นสายน้ำหลัก สภาพเนื้อดินเป็นดินทรายมีสระน้ำหลายแห่งน้ำคือน้ำคลองข้างสูงมีที่ราบตามไหล่เขาและที่ราบตอนกลางของพื้นที่ใช้สำหรับกรรมเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์บ้างเล็กน้อย พื้นที่มีเนื้อที่ประมาณ 2,145 ตารางกิโลเมตร

2.4.2.3 สภาพอากาศ

อำเภอสวนผึ้ง ตั้งอยู่ในเขตที่ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ แต่เนื่องจากมีเทือกเขาตะนาวศรีกั้นอยู่ จึงทำให้ได้รับลมมรสุมจากอินเดียไม่เต็มที่ จึงทำให้มีปริมาณฝนตกน้อย โดยจะมีปริมาณฝนตกหนักในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม และในช่วงฤดูหนาวจะมีอากาศหนาวจัดในบริเวณที่ราบสูง

2.4.2.4 การเดินทางมายังอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

- รถยนต์ส่วนตัว จากกรุงเทพมหานคร สามารถไปได้ 2 เส้นทาง ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ทางหลวงหมายเลข 35 (ชนบุรี-ปากท่อ) ผ่านจังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสงคราม มาถึงอำเภอปากท่อ ให้เลี้ยวขวามาทางอำเภอเมืองราชบุรี ผ่านเขาแก่นจันทร์ให้เลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 3208 มุ่งหน้าไปยังอำเภอสวนผึ้ง

2. ทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ผ่านจังหวัดนครปฐม มาถึงตัวเมืองราชบุรี จากนั้นมี 2 เส้นทางที่สามารถไปยังอำเภอสวนผึ้ง คือ

2.1 ทางหลวงหมายเลข 3208 ขับตรงตามทางมาเรื่อยๆ มุ่งหน้าสู่อำเภอสวนผึ้ง

2.2 ทางหลวงหมายเลข 3087 ผ่านถ้ำเขาบิน ไปบรรจบกับทางหลวงหมายเลข 3208 ที่บ้านซำป่าหวาย

- รถโดยสารประจำทาง (รถบัส)

จากตัวอำเภอเมืองราชบุรี มุ่งหน้าสู่อำเภอสวนผึ้ง มีรถโดยสารของบริษัท รถร่วมราชบุรี-สวนผึ้ง-ไปงกระทิง จำกัด สายโรงเรียนสตรีศรีราชบุรีให้บริการ โดยสามารถขึ้นได้ที่จุดหลัก อาทิ ภายในตัวอำเภอเมืองราชบุรี บริเวณริมแม่น้ำแม่กลอง ใกล้ธนาคารออมสิน อำเภอจอมบึง บริเวณตลาดจอมบึงและบริเวณตลาดซำป่าหวาย

- รถตู้

มีรถสาย กรุงเทพ-ซำป่าหวาย จอดรถอยู่ที่อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ บริเวณใกล้ห้างสรรพสินค้าเซ็นจูรี่ ตั้งแต่เวลา 05.00-18.30 น. (รถออกทุกๆ 1.30 ชั่วโมง) ราคา 150 บาท จากนั้นสามารถต่อรถประจำทางไปอำเภอสวนผึ้งได้ที่บริเวณตลาดซำป่าหวาย

จากที่กล่าวมาแล้วเกี่ยวกับอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จะเห็นได้ว่า อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี นั้นเป็นเมืองที่เก่าแก่เมืองหนึ่ง และมีเรื่องราวต่างๆ มากมาย โดยเริ่มจากเป็นพื้นที่ที่ที่กั้นเขตชายแดนประเทศ จนถึงปัจจุบันกลายเป็นสถานที่ที่นิยมของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเชิงท่องเที่ยวธรรมชาติและการเดินทางก็สะดวกไม่ไกลจะกรุงเทพมหานครมากนัก จึงทำให้อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเป็นที่รู้จักมากขึ้น

2.4.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.4.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้หลายท่าน ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization:W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปีติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อดูธรรมชาติและวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2542:2-5) การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ และบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรม หรือกระบวนการในการดึงดูดด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือน

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูรย์ พงสะบุตร และ วิไลสว่างศรี พงสะบุตร (2542) การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี ค.ศ. 1963 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับ หรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง จุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่เพียงพอสำหรับความต้องการ และความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

ชนกฤต สังข์เฉย (2550) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง เพราะมิได้หมายความแต่การเดินทางเพียงอย่างเดียวหรือมุมมองเฉพาะในส่วนของผู้เดินทางเท่านั้น หากพิจารณาจากระบบการของการท่องเที่ยวจะพบว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นซึ่งกันและกัน ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐ ในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น หากจะอธิบายความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวให้ครอบคลุม อาจต้องพิจารณา 4 ประเด็น ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ โดยที่วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางไปเยือน

2. ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

3. หน่วยงานภาครัฐบาล หมายถึง องค์กรของรัฐบาลที่มีหน้าที่ดูแลกำกับ การท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐบาลได้วางไว้ เนื่องจากรัฐบาลในหลายประเทศมักให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จัดสินค้าและบริการให้แก่ นักท่องเที่ยว

4. ประชาชนในท้องถิ่น หมายถึง ประชาชนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยวในการต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีแล้ว ยังมีโอกาสเข้ามาประกอบอาชีพเป็นบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

Holloway (1983:3) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นๆ ในระยะเวลาสั้นๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ต้องการไปเยี่ยมญาติมิตรหรือท่องเที่ยว

ภูสวัสดิ์ สุขเสียง (2545) การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นใดที่ไม่ใช่เพื่อ

ไม่ว่าการณ์ใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประกอบอาชีพหรือหารายได้ เพื่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินและผ่อนคลายความเครียด ในยามว่างหรือเมื่อเวลาที่ต้องการจะพักผ่อน ซึ่งอาจเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้และประสบการณ์ จากการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

2.4.3.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

Douglas Foster (2528) การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจเป็นการชั่วคราว โดยมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของการท่องเที่ยวนั้น Douglas Foster ได้กล่าวไว้ว่าวัตถุประสงค์ของการเดินทางสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 อย่างคือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) เป็นการเดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อน โดยไม่ทำอะไร อันเป็นการจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจ จากการทำงานให้หมดไป และเรียกพละกำลังกลับคืนมา สำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ บางคนอาจจะไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้ มักจะถือเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใด เช่น สถานที่ชายทะเลที่มีลมพัดฉิวอยู่เป็นนิจ หรือสถานที่บนเขาที่อากาศหนาวเย็น หรืออาจรักษาโรคผิวหนังใกล้บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะขนานนาพกรรมในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่างๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนกิจ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้น เป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยายวิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ ไปฝึกอบรมระยะสั้นเกี่ยวกับวิชาการ โรงแรมที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเขต การไปเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกบันเทิงใจ เช่น การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การชมทิวทัศน์ที่สวยงาม การไปชมการแสดงโอเปร่า การไปชมการแสดงโขน เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวโยงกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงการกระดูกมนุษย์โบราณ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปบนภูเขา ไปขี่ม้าที่ชายหาด ไปเล่นสกี เป็นต้น

7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend/Relation) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ ไปเยี่ยมลูกที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักร ประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก จึงเปรียบเสมือนว่าธุรกิจกับการเดินทางต้องอยู่คู่กันเสมอ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

8.1 การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel) หมายถึงการเดินทางไปติดต่อประสานงาน หรือเซ็นสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจ โดยอาจมีระยะเวลาในการหยุดพักผ่อน 2-3 วัน แทรกอยู่ในการเดินทางนั้น เช่น นักธุรกิจชาวอังกฤษเดินทางมาเซ็นสัญญาหุ้นส่วนโรงแรมในประเทศไทย หรือตัวแทนขายประกันเดินทางไปเยี่ยมลูกค้า

8.2 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, Conference/Convention/Congress and Exhibition: MICE) การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังได้รับความนิยมทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก โดยมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้อย่างจริงจัง เนื่องจากเห็นความสำคัญถึงภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กล่าวคือ ผู้ที่เดินทางมาในลักษณะดังกล่าวมักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และมีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้แม้ว่าผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางที่เกี่ยวข้องในเชิงธุรกิจ แต่หากคนกลุ่มนี้มีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีต่อพื้นที่ที่ได้ไปเยือนเป็นครั้งแรก ก็อาจเดินทางกลับ ไปยังพื้นที่นั้นอีกครั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการหยุดพักผ่อนในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นคนที่มีการศึกษาระดับสูงและมีความเป็นผู้นำด้านความคิด หากเลือกที่จะมาแหล่งท่องเที่ยวใด ก็ย่อมจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวนั้น

2.4.3.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542:45) Collier and Hardaway (1997:18) แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเข้าเยี่ยมชมนั้นจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญและมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการหรือ 3As ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน ฯลฯ อันเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจ

อย่างไรอย่างหนึ่งในการที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเยี่ยมเยือน ถ้าไม่มีสิ่งดึงดูดใจแล้วนักท่องเที่ยวก็ไม่มีแรงจูงใจมาสถานที่นั้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งที่จะบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจสะดวกและอยากมาท่องเที่ยวอีกหรือพักอยู่นานขึ้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง การสื่อสาร ไฟฟ้า น้ำประปา ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และบริการนำเที่ยว เป็นต้น

3. การเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) หมายถึง การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงพื้นที่นั้นตลอด จนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง จะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้โดยมีปัจจัยคมนาคมที่สะดวก ก็จะมีนักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปท่องเที่ยวมาก แต่ถ้าแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกลและไม่มีคมนาคมเข้าถึงได้สะดวกเพียงพอก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นลดความสำคัญลง

โครงการศึกษาวิจัยมนุษย์และสิ่งแวดล้อม (2541:2-5) กล่าวว่า นอกเหนือจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว องค์ประกอบด้านการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะชักนำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพราะ การตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนแล้ว ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านสิ่งดึงดูดใจถึงอำนวยความสะดวกและบริการซึ่งการตลาดการท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เป็นต้น องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวซึ่งผู้เกี่ยวข้องต้องพิจารณาในปัจจัยต่างๆ ให้เหมาะสมกับรูปแบบลักษณะการท่องเที่ยวเพราะการท่องเที่ยวแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันไป เช่น การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศหรือวัฒนธรรมท้องถิ่น จึงต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม

กุลวดี ละม้ายจีน (เอกสารประกอบการสอน) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ หรือที่เรียกกันว่า 5As ได้แก่

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจากมีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่างๆ

เอกภพภูมิวัฒนธรรมที่มรดกโลก หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบวิสตอร์ทในหุบเขาโยซันด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างการคมนาคมที่สะดวกสบาย

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่างๆ

4. ที่พัก (Accommodation) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวขึ้นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการคือ ที่พักแรม เนื่องจากในการเดินทางไปท่องเที่ยวขึ้นบางครั้งอาจมีการนอนพักค้างภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวควรมีการจัดบริการที่พักแรม ภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

5. กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การล่องแก่ง การพายเรือ หรือกิจกรรมการร่ำรำ การจัดงานรื่นเริง การบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น

องค์ประกอบที่กล่าวมาทั้ง 5 ประการดังกล่าว เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะ เช่น กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มนัก ผจญภัย กลุ่มนักวิชาการ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่ให้ความสนใจกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก เนื่องจากกลุ่มบุคคลดังกล่าวต้องการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมเดิม

2.4.3.4 รูปแบบการท่องเที่ยว

วาริชต์ มัชฌมนุรุษ (ม.ป.ป.) การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวใน

แหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ผ่านการอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทาง โบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินต้นตาดันใจ ในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ ศาสนยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism/Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลิน

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจ ได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรียภาพ

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อให้มีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬานั้นๆ

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่ๆ

3.6 การท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลาย หลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือการท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี กระจายกันอยู่ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจูงนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE : M=Meeting/I=Incentive/C=Conference/E=Exhibition) หมายถึง การจูงนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจูงนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-tour) และการจูงนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-tour) โดยการจูงนำเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ไปทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ที่ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยว ได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วัน หรือมากกว่านั้น

2.4.3.5 ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว

H.Robinson (1976) ได้ทำการศึกษาและได้ระบุว่า มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวมี 8 ประการคือ

1. เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตในโลกที่แก่งแย่งกันและเต็มไปด้วยความฉุกฉุนและความเครียด

2. เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อาบแดด อาบน้ำตามบ่อน้ำแร่ต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เพื่อไปร่วมการแข่งขันกีฬาต่างๆ เช่น การเดินท่น ใต้เขา เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา ยิงปืน เล่นกระดาน โต้คลื่น ฯลฯ

4. เพื่อไปร่วมหรือไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ เช่น สิ่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การแสดง ดนตรี ฯลฯ

5. เพื่อเหตุรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน

6. เพื่อเหตุผลส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติ ไปพบเพื่อนใหม่ หรือเพื่อหลบหนีจากคนที่ใกล้ชิดจำเจ

7. เพื่อการศาสนา โดยเฉพาะการเดินทางไปนมัสการศาสนสถาน เช่น การไปเยี่ยมเยียนที่ตั้งของศาสนจักรของพวกคาทอลิก หรือการเดินทางไปนมัสการเมกะกะของชาวอิสลาม เป็นต้น

8. เพื่ออาชีพและการธุรกิจ เช่น การเดินทางไปทำธุรกิจ การไปร่วมประชุมแสดงผลงานวิจัยและการไปศึกษาหาความรู้และได้สรุปผลเหตุจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวขั้นพื้นฐานมี 4 ประการ คือ

8.1 มุลเหตุจูงใจเพื่อกายภาพหรือเพื่อร่างกาย ซึ่งรวมไปถึงการไปพักผ่อนร่างกาย แข่งขันกีฬา การไปตากอากาศชายทะเลหรือไปตามคำแนะนำของแพทย์ เพื่อให้พ้นจากภาวะการดำเนินชีวิตที่เคร่งครัดและอึดอัดทุก

8.2 มุลเหตุจูงใจเพื่อวัฒนธรรม มุลเหตุจูงใจในลักษณะนี้ หมายถึง มุลเหตุจูงใจเพื่ออยากรู้อยากเห็นเที่ยวประเทศต่างๆ เช่น ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ การวาดภาพ ฯลฯ

8.3 มุลเหตุจูงใจเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งหมายถึง การไปพบปะกับบุคคลอื่นๆ เยี่ยมญาติ หลีกหนีจากสภาพที่จำเจประจำวัน โดยเฉพาะจากครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน และเพื่อไปแสวงหาเพื่อนใหม่

8.4 มุลเหตุจูงใจเพื่อสถานภาพและเกียรติภูมิ ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่จะยกฐานะของตนให้สูงขึ้นมีเกียรติภูมิสูงขึ้น เช่น การไปทำธุรกิจในประเทศ การไปร่วมประชุม การศึกษา การได้มีโอกาสเดินทางไปทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคนที่มีเกียรติมีหน้าตาทางสังคม ฯลฯ ดีขึ้น จากมุลเหตุจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวที่กล่าวมานี้ คงจะไม่มีเหตุจูงใจอันใดอันหนึ่งที่เป็นตัวกระตุ้นที่เด่นชัดที่สุดแต่จะมีลักษณะที่รวมๆ กันไป อย่างเช่น มุลเหตุจูงใจให้เดินทางไปเพื่อรักษาสุขภาพแต่สถานที่ที่จะไปนั้น ปรากฏว่าในช่วงระยะเวลาเดียวกันนั้นมีการแสดงดนตรีที่ยิ่งใหญ่ด้วย เหตุจูงใจจึงมีลักษณะผสมผสานกันไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.6 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

เสรี วังส์ไพจิตร (2534) อ้างถึงใน สุพัตรา วิชัยประเสริฐกุล (2545) การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกับประเทศที่ไม่มีอุตสาหกรรมหนัก เป็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยธุรกิจโดยตรงและธุรกิจทางอ้อมหรือ การสนับสนุนการบริการนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะแก่ชาวต่างชาติถือได้ว่าเป็นสินค้าออกที่ไม่สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่าได้ (Invisible Export) เป็นการซื้อขายเงินตราต่างประเทศโดยการขายสินค้าคือบริการต่างๆ ซึ่งผลประโยชน์ จะตกอยู่ในประเทศ เพราะก่อให้เกิดอาชีพหลายแขนง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นการ พักผ่อนคลายความตึงเครียดและได้รับความรู้ความเข้าใจ วัฒนธรรมและยังเป็นการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างกว้างขวาง โดย ความสำคัญของการท่องเที่ยว มีดังนี้

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้โดยนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศชาติ เช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศคือค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourism Expenditure) ที่ใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งสามารถคำนวณ รายได้จากนักท่องเที่ยว คือ จำนวนนักท่องเที่ยว x วันพักเฉลี่ย x ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/วัน/คน

1. การท่องเที่ยวแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลชำระเงินของประเทศ กล่าวคือ ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาและประสบปัญหาสถานะการขาดดุลการค้าและดุลชำระเงิน เนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาจะต้องพึ่งพิงประเทศที่พัฒนาแล้วในการนำเข้าสินค้าที่ตนเองไม่สามารถผลิตได้เช่นเครื่องมือเครื่องจักรและเทคโนโลยีต่างๆ อันเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการผลิตและ พัฒนาประเทศ ซึ่งสินค้าเหล่านี้มีมูลค่าสูงมากเมื่อเทียบกับมูลค่าส่งออกสินค้าทางการเกษตร นอกจากนี้ประเทศกำลังพัฒนายังต้องพึ่งสถาบันการเงินระหว่างประเทศเพื่อกู้ยืมเงินมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นรายได้จากการท่องเที่ยวมูลค่านับแสนล้านบาทต่อปีจึงช่วยลดดุลการค้า ได้อย่างมาก

2. การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บภาษีรัฐบาลคือนักท่องเที่ยวต้องจ่าย ภาษีต่างๆ เช่นเดียวกับคนอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ นักท่องเที่ยวต้องจ่ายภาษีเมื่อ ซื้อสินค้าและบริการ และภาษีทางอ้อมที่จะจ่ายอีก เช่น ค่าธรรมเนียมการใช้สนามบิน ค่าภาษี ศุลกากรค่าธรรมเนียมการประทับตราหนังสือเดินทาง และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ภาษีกรมสรรพากร ภาษีหน่วยราชการส่วนท้องถิ่น จัดเก็บค่าบริการต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียม โรงแรมค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายอาหาร สุรา และเครื่องดื่ม เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเป็นการกระจายรายได้ออกไปตามส่วนภูมิภาคของประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมาก ดังนั้น รายรับจากการท่องเที่ยว จึงกระจายออกไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วทั้งระบบเศรษฐกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานสร้างอาชีพให้แก่ประชาชนทั้งแรงงานทั่วไป (Unskilled) และแรงงานที่มีความชำนาญ (Skill) เพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนของแรงงานสูงกว่าเครื่องจักร (Labour Intensive Industry)

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราอย่างกว้างขวางช่วยกระตุ้นการผลิตและการลงทุนในอัตราสูงด้วยค่าทวีทางเศรษฐกิจ (Economic Multiplier) เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจอย่างยิ่งเพราะนอกจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะมีผลโดยตรงต่อผู้จัดการที่พักและธุรกิจต่างๆ รวมทั้งสร้างงานอาชีพอีกมากมายแล้วผลทางอ้อมจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวยังทำให้รายได้ของแรงงานในธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ หมุนเวียนรับ-จ่ายต่อไปอีกหลายรอบจนกระทั่งถึงจุดสิ้นสุดของตัวเอง ยิ่งหมุนเวียนได้มากรอบเพียงใด ก็ยิ่งทำให้มูลค่าของมันเพิ่มมากขึ้นเพียงนั้น

6. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัด (Limitless Boundary Industry) ไม่มีปัญหาเรื่องการผลิตและไม่มีกีดกันโควตาการจำหน่ายกล่าวคือ การผลิตไม่ขึ้นกับสภาพดินฟ้า อากาศ หรือเครื่องมือเครื่องมือโดยเฉพาะเจาะจงเหมือนเช่นการผลิตในสาขาอื่นๆ การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาแล้วแต่ความเหมาะสมของแต่ละประเทศแต่ละภูมิภาคของประเทศและขึ้นอยู่กับความสามารถของรัฐบาลแต่ละประเทศที่จะใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตน

2.4.3.7 นักท่องเที่ยว

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ให้นิยามของนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องที่อื่นเป็นดินที่อยู่ปกติของตน ไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization:WTO) ได้ประกาศใช้คำนิยามเกี่ยวกับท่องเที่ยว เมื่อปี ค.ศ. 1968 ภายหลังจากการประชุมเรื่องการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่กรุง โรม ประเทศอิตาลี โดยได้เสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำนิยามที่หมายถึง นักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. Travellers หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ เช่น นักท่องเที่ยว และผู้ที่ไม่สามารถจัดเก็บข้อมูลสถิติได้ เช่น ผู้อพยพ ผู้เร่ร่อน ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน ผู้ทำงานตามชายแดน ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้นๆ และผู้ลี้ภัย

2. Visitors หมายถึง ผู้มาเยือนนักท่องเที่ยว โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 Tourists หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืนเดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังนี้ :

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1 International Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่มากกว่า 60 วัน

2.1.2 Domestic Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน อาจเป็น คนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตน ไปยัง จังหวัดอื่นๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

2.2 Excursionists หมายถึง นักทัศนาจร นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน เดินทางมาเยือน ชั่วคราว และอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ เช่น ผู้ที่เดินทางมากับเรือสำราญ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สามารถติดตามการเดินทาง และจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากในการ วิเคราะห์ เพื่อทราบความต้องการ และพฤติกรรมการณ์บริโภคของนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดเป้าหมาย

เสรี (2534:17-22) ได้แบ่งนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ (Foreign Tourist) หรือ (Internationnal Tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศหนึ่ง ไปยังประเทศหนึ่ง ซึ่งนิยามที่คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญทาง สถิติของสันนิบาตชาติได้ประชุมกันในปี พ.ศ. 2480 ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือน ประเทศใดประเทศหนึ่งอันมิใช่ประเทศที่พำนักอาศัยอยู่ตามปกติของตน และต้องพำนักในประเทศ ที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงขึ้นไป

2. นักท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางใน ประเทศของตนเอง ซึ่งคณะกรรมการทบวงนทรพยากรการท่องเที่ยวแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา ได้พิมพ์นิยามของคำว่า นักท่องเที่ยวในประเทศออกเผยแพร่ในปี พ.ศ. 2516 คือ นักท่องเที่ยวผู้ที่ เดินทางออกจากบ้านอย่างน้อย 50 ไมล์ วัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจและแสวงหาความเพลิดเพลิน กิจกรรมส่วนตัวหรือวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตาม ยกเว้นการเดินทาง ไม่ว่าเขาจะพักค้างคืน หรือเดินทาง กลับในวันเดียวกันนั้นหรือไม่ก็ตาม

จากที่กล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และไปด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีไว้ เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยใช้เวลาเดินทางไปกลับมากกว่า 24 ชั่วโมง โดยต้องมีการพักค้างคืนในจุดหมายปลายทางหรือสถานที่ท่องเที่ยววันนั้นๆ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัชวาล นิธิพิพัฒน์โกศล (2547:บทคัดย่อ) ศึกษาถึงความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณด่านชายแดนไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวบริเวณด่านชายแดนไทย-พม่าการศึกษาในครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณด่านชายแดนไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำนวน 415 ตัวอย่าง นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ การกระจายร้อยละ และสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยนำมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณด่านชายแดนไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่าด้านสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในเรื่องของประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว และความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในเรื่องของอริยาวัตรไมตรีที่ดีของประชาชนในท้องถิ่น ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในเรื่องของสินค้าและบริการมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการ ด้านโรงแรม ที่พัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

เครือวัลย์ ทัพวันวัชร (2548:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าชมต่อการบริการของสวนสัตว์สงขลา จังหวัดสงขลา พบว่าผู้เข้าชมมีความพึงพอใจต่อการบริการของสวนสัตว์สงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งไปสอดคล้องกับกับสมมติฐาน ด้านการจัดอาคารที่นอกเหนือคอกสัตว์มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นการจัดแสดงสัตว์ และด้านการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสาร ปรากฏว่าผู้เข้าชม ที่เป็นเพศชายกับเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการบริการของสวนสัตว์สงขลาไม่แตกต่างกัน ผู้เข้าชมที่มีระดับการศึกษาในชั้นที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของสวนสัตว์สงขลาที่แตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้เข้าชมที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการที่ไม่แตกต่างกัน ผู้เข้าชมที่มีอาชีพต่างมีความพึงพอใจต่อการบริการของสวนสัตว์สงขลาแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างอาชีพของผู้เข้าชมเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจต่อการบริการของสวนสัตว์สงขลา โดยรวมแตกต่างกันจากกลุ่มที่ไม่ได้ประกอบอาชีพโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิชณ วงษ์เกษม (2548:บทคัดย่อ) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท อำเภอบ้านฝ้อ จังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 51.0 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 30.4 ปี ร้อยละ 36.8 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ร้อยละ 54.4 มีสถานภาพโสดร้อยละ 40.7 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ส่วนใหญ่ร้อยละ 74.5 มีภูมิลำเนาอาศัยในจังหวัดอุดรธานีร้อยละ 94.6 ระบุว่าได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวร้อยละ 72.1 เคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ภูพระบาทร้อยละ 43.1 มามากกว่า 2 ครั้ง และร้อยละ 86.8 คิดจะกลับมาท่องเที่ยวภูพระบาทอีก ในด้านกิจกรรมและการใช้บริการการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 82.4 มาท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นวัตถุประสงค์หลักร้อยละ 52.5 มากับเพื่อน ร้อยละ 40.7 ใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ ร้อยละ 55.9 ได้รับความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 87.7 การเดินทางมาเข้า-เย็นกลับ ระยะทางจากที่พักมายังป่าอนุรักษ์ภูพระบาทเฉลี่ย 90.5 กิโลเมตร ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เฉลี่ย 498.87 บาทต่อคน ส่วนใหญ่ร้อยละ 75.5 เห็นว่าควรจ่ายค่าธรรมเนียมในการท่องเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท และร้อยละ 87.7 เห็นว่าค่าธรรมเนียมที่เก็บอยู่ไม่แพง การเก็บค่าธรรมเนียมสำหรับเด็กเห็นว่าควรเก็บในระหว่าง 6.00-10.00 บาท ผู้ใหญ่ควรเก็บไม่เกิน 10.00 บาท ชาวต่างประเทศควรเก็บไม่เกิน 30.00 บาท กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การศึกษาประวัติศาสตร์ การเดินน้ำตก การชมธรรมชาติ และการถ่ายภาพ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและสนใจ ได้แก่ หอนางอุสา น้ำตกตาดน้อย ลอกม้าทำวป่าสลอกม้าน้อย แหล่งภาพเขียนสี โนนสาวเอ้ และวัดพ้อคาถูกเขย โดยใช้เวลาในการท่องเที่ยวในระหว่าง 1.30-3.00 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยรับรู้ข่าวสารความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากสื่อ นิตยสาร วารสาร จุลสาร แผ่นพับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท พบว่า

1. ด้านสภาพทรัพยากรธรรมชาติ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจน้อย ทุกเรื่อง
2. ด้านการบริหารจัดการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เรื่องการบรรยายและให้ความรู้ของเจ้าหน้าที่แก่นักท่องเที่ยว การต้อนรับอำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ต่อนักท่องเที่ยว นอกนั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจน้อย
3. ด้านการบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่พอใจ ในเรื่องความพึงพอใจของโต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งพักผ่อน นอกนั้นมีความพึงพอใจในระดับพอใจน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจน้อย ทุกกิจกรรมเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน 4 ด้าน ตามลักษณะพื้นฐานบางประการของนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่าง กัน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ ออยุธยา (2550:บทคัดย่อ) การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮมสเตย์ในมุมมองของนักท่องเที่ยว ชาวไทย และ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการบริการของโฮมสเตย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ โฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานไทยในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเป็นครั้งแรก จำนวน 260 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกราฟเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อ การบริการของโฮมสเตย์

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โฮมสเตย์ในมุมมองของ นักท่องเที่ยวสูงสุด ในปัจจัยด้านผู้บริโภคร คือ ความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์ สภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านต้นทุน คือ ความเหมาะสมของราคาที่พัก ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย คือ ความสามารถเดินทาง ไป-มาสะดวก และปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร คือ การติดต่อขอข้อมูล เกี่ยวกับโฮมสเตย์และการท่องเที่ยวทางโทรศัพท์

การศึกษาคความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมากที่สุด แต่มีความคาดหวังไว้ก่อนไปท่องเที่ยวเพียงระดับมาก อย่างไรก็ตามด้านการ ส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง การบริการ ของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จึงควรเน้นให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริม การตลาดมากที่สุด เพราะเป็นจุดอ่อนของบริการโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เนื่องจากพบว่าเกิดช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าว มากที่สุด จึงควรปรับปรุงในประเด็น การมีเว็บไซต์แนะนำที่พักและบริการ รวมถึงการติดต่อ จองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตได้ เป็นลำดับสำคัญ

สิริกมล กันทะวัง (2553:บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 400 ตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนา ในภาคกลาง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ประจำ เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจะไม่เกี่ยวกับฤดู ต้องการไปเยี่ยมชมธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีเหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต ในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางด้วยตัวเองทั้งหมด โดยส่วนใหญ่มาเที่ยวอำเภอปายเป็นครั้งแรก ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ และเดินทางมากับเพื่อน โดยมีระยะเวลาในการพักที่อำเภอปายเป็นเวลา 2 คืน ซึ่งส่วนใหญ่พักที่รีสอร์ท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไปเที่ยวที่ถนนคนเดินมากที่สุด ในการจัดการเดินทางครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมาเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพราะความต้องการด้านกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเอง โดยก่อนการเดินทางครั้งนี้ มีการหาข้อมูลจากคำบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด โดยมีความเห็นว่าแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากที่สุดคือ คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ มีการเตรียมการท่องเที่ยวโดยเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวัง กับค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณค่าที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม “พึงพอใจ” ต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้าน โรงแรม ที่พัก ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี และค่านิยมบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณค่าที่ได้รับสูงกว่า และ/หรือเท่ากับค่าเฉลี่ยความคาดหวัง ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก และด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม “ไม่พึงพอใจ” เนื่องจากค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณค่าที่ได้รับต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวัง

สุภาพ ประภาสวัสดี (2554:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นเฉพาะประชากรเขตกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี แบบวันเดย์ทริป โดยกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างไว้ที่ 400 คน และทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่หน้าหาดบางแสนโดยตรง โดยทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นด้านของสิ่งที่ดึงดูดใจให้มาเที่ยวรู้สึกอย่างไรที่ได้มา ความโดดเด่นของบางแสน ด้านที่ควรปรับปรุง ส่วนของความพึงพอใจ ใช้ปัจจัยทางการตลาด 7Ps คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านบุคลากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาที่ได้สรุปรวมได้ว่า ทักษะคตินักท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี คิดว่ามีความโดดเด่นและดึงดูดใจในเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทางมากที่สุด และคิดว่าพัฒนาการของหาดบางแสนมีการพัฒนาเพียงบางด้าน มีช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจนในเรื่องความมีชื่อเสียงมายาวนาน กิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่หาดบางแสนจัดขึ้นมีความน่าสนใจเมื่อได้มาเที่ยว ณ หาดบางแสนรู้สึกผ่อนคลายและเกิดความสนุกสนาน ควรปรับปรุงในเรื่องของความสะอาดมากที่สุด และสุดท้ายนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าจะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน ส่วนของความพึงพอใจในทุกปัจจัยการตลาด 7Ps นั้นคือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและด้านบุคลากร โดยรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และในแต่ละด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ทางด้านเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ มีทัศนคติในการท่องเที่ยวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีแบบวันเดียวที่แตกต่างกัน และมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันในลักษณะประชากรศาสตร์ทางด้านอายุ การศึกษา สถานภาพ และระดับรายได้ ผลการศึกษาโดยรวมทั้งทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้อยู่ในระดับมากก็จริง แต่ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปพิจารณาและวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงให้หาดบางแสน จังหวัดชลบุรีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ดีและดีมากอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

ธนกร พึ่งสัมพันธ์ (2555:บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะสีชังของนักท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรสำหรับกรณีทราบจำนวนประชากรหรือได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา โดยการแจกแจงในรูปแบบของความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเพื่อการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติค่าที (t-test) และ ค่าเอฟ (F-test)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัท กลุ่มตัวอย่างส่วนมากวิธีการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนบุคคล โอกาสในการมาเที่ยวเกาะสีชัง เป็นครั้งแรก ช่วงเวลาในการมาเที่ยว คือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ข้อมูลที่ได้ในการมาเที่ยวเกาะสีชังจากเพื่อน โอกาสที่จะกลับมาเที่ยวเกาะสีชังกลับมาแน่นอน มีแนะนำให้คนรู้จักเมื่อเดินทางกลับ วัตถุประสงค์ที่มาเที่ยวเกาะสีชังเพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน ระดับราคาขายของกับพื้นที่ใกล้เคียงอยู่ระดับเท่ากัน พฤติกรรมในการเดินทางมายังเกาะสีชังอยู่ค้าง 1 คืน ค่าใช้จ่ายต่อวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่ 1,500 บาทขึ้นไป หมวดของค่าใช้จ่าย กับค่าอาหารและเครื่องดื่ม และเหตุจูงใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก เพราะสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะสีชังอยู่ในระดับมาก การทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะสีชังไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้ใน
งานวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมในงานวิจัย โดยใช้
วิธีการสุ่มตัวอย่างตลอดจนวิธีทางสถิติตามระเบียบวิธีการวิจัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย
ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่ง ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จึงใช้หลักการพิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบ
จำนวนประชากรจากสูตร (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2549:121)

$$n = \frac{1}{\left[\frac{4e^2}{Z^2} \right]} \quad (3.1)$$

โดยที่ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 Z แทน ค่าที่ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้มี
ความเชื่อมั่น 95% หรือเท่ากับ 0.95 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น $Z = 1.96$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นซึ่งกำหนดให้ที่ร้อยละ 5 หรือ 0.05 เมื่อทำการแทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{1}{\left[\frac{4(0.05)^2}{1.96^2} \right]} \quad (3.2)$$

$$= 385$$

ดังนั้น จากการคำนวณ ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน เพื่อเป็นการป้องกันแบบสอบถามที่เกิดความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ดังนั้นจึงปรับขนาดตัวอย่างให้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามดังต่อไปนี้

3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 38 ข้อ มาใช้ในการทำแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นมาตราวัด (Likert Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับเพื่อให้สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
2. ด้านราคา
3. ด้านสถานที่
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านกระบวนการ
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มาก

คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง น้อย

คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีของนักท่องเที่ยว

3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร คำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากคำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. กำหนดประเด็นและขอบข่ายของคำถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
4. สร้างแบบสอบถามจากฉบับร่าง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และให้

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อขอความเห็นในการพิจารณาถึงความครอบคลุมของเนื้อหา การเลือกกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลและภาษาที่ใช้

3.2.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบและแนะนำ เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมทั้งความครอบคลุมเนื้อหาและภาษาที่ใช้

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อความเที่ยงตรงและความเหมาะสมในงานวิจัยพร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนภาษาที่ใช้ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ มีรายนามดังตารางที่ 3.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า .ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 รายชื่อตำแหน่งและสถานที่ปฏิบัติของงานผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
ดร.ชัยสิทธิ์ ทองบริสุทธิ์	อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรม	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
นายศานติ อรรถวรธรน	ห้องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ราชบุรี	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดราชบุรี
นางกรรณิกา ทรงทอง	ครูวิทยฐานะชำนาญการพิเศษ สาขาประวัติศาสตร์	โรงเรียนวัดโบสถ์ (อินรัฐราษฎร์ บำรุง)

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ มาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง ขึ้นสุดท้ายจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิและได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวก่อนที่เดินทางมากท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี รวมจำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

5. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยใช้วิธีของ Cronbach ค่าความเชื่อมั่นที่หาโดยวิธีนี้เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” (α) มีสูตรในการหาความเชื่อมั่นวิธีนี้คือ

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\} \quad (3.3)$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach' Alpha Coefficient ที่คำนวณได้ แสดงค่าที่ได้ดังตารางที่ 3.2-3.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

ความคาดหวังของท่องเที่ยว	ค่าความเชื่อมั่น Cronbach' Alpha Coefficient
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	0.878
2. ด้านราคา	0.814
3. ด้านสถานที่	0.874
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.837
5. ด้านบุคลากร	0.932
6. ด้านกระบวนการ	0.889
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.875
รวม	0.969

ตารางที่ 3.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

การรับรู้ของท่องเที่ยว	ค่าความเชื่อมั่น Cronbach' Alpha Coefficient
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	0.870
2. ด้านราคา	0.869
3. ด้านสถานที่	0.901
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.866
5. ด้านบุคลากร	0.909
6. ด้านกระบวนการ	0.944
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.938
รวม	0.974

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของท่องเที่ยว	ค่าความเชื่อมั่น Cronbach' Alpha Coefficient
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	0.885
2. ด้านราคา	0.759
3. ด้านสถานที่	0.850
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.881
5. ด้านบุคลากร	0.895
6. ด้านกระบวนการ	0.886
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.914
รวม	0.967

6. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง ขั้นสุดท้ายจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลจะค้นหาข้อมูลโดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี และการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งเอกสารที่ส่งประกอบด้วยแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว และหนังสือจากวิทยาลัยการบริหารและจัดการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามข้อมูล และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2. ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีและที่เก็บรวบรวมด้วยตนเอง ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3. นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า รวบรวมวารสาร เอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้กลับมา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และตรวจสอบจำนวนของแบบสอบถามได้ทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง
2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมาจัดเป็นหมวดหมู่ โดยแยกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยนำข้อมูลที่ได้ออกมาแจกแจงความถี่กับค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ t-test และ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน
3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยนำข้อมูลที่ได้ออกมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน และนำความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมาวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลของแต่ละข้อ โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การแปลความหมายงานวิจัยแบ่งระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเป็น 5 ระดับดังนี้ (วิจิต อุอิน. 2553:285)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคาดหวังและการรับรู้
4.501-5.000	มากที่สุด
3.501-4.500	มาก
2.501-3.500	ปานกลาง
1.501-2.500	น้อย
1.000-1.500	น้อยที่สุด

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำกว่า 1.000 หมายถึง ระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเป็น ไม่แตกต่างกันมาก

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากกว่าหรือเท่ากับ 1.000 หมายถึง ระดับความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเป็น แตกต่างกันมาก

4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยนำข้อมูลที่นำมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ภูมิภาค อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการทดสอบค่า t -test สำหรับเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) F-test และทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ภายหลังจากนั้นได้ทำการทดสอบความแปรปรวนด้วยวิธี Least Significant Difference สำหรับการเปรียบเทียบของสองกลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระจากกัน และนำความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมาวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลของแต่ละข้อคือค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การแปลความหมายงานวิจัยแบ่งระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็น 5 ระดับดังนี้ (วิชิต อู่อ้น. 2553:285)

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.501-5.000	มากที่สุด
3.501-4.500	มาก
2.501-3.500	ปานกลาง
1.501-2.500	น้อย
1.000-1.500	น้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำกว่า 1.000 หมายถึง ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ไม่แตกต่างกันมาก

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากกว่าหรือเท่ากับ 1.000 หมายถึง ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี แตกต่างกันอย่างมาก

5. การทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อย ดังนี้	
สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว โดยมีสมมติฐานย่อย ดังนี้	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 2.1 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	Multiple Linear Regression
สมมติฐานที่ 2.2 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านราคา	Multiple Linear Regression
สมมติฐานที่ 2.3 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่	Multiple Linear Regression
สมมติฐานที่ 2.4 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด	Multiple Linear Regression
สมมติฐานที่ 2.5 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากร	Multiple Linear Regression
สมมติฐานที่ 2.6 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านกระบวนการ	Multiple Linear Regression
สมมติฐานที่ 2.7 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	Multiple Linear Regression
สมมติฐานที่ 2.8 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวโดยรวม	Multiple Linear Regression

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่นำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งคำนวณได้จากสูตร (อภิรักษ์ จันตะนี. 2538:78)

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \quad (3.4)$$

เมื่อ

P	แทน ร้อยละหรือ % (Percentage)
f	แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ
n	แทน ขนาดตัวอย่าง

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ยหรือมัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของคะแนนความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่แบบทดสอบเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ซึ่งคำนวณได้จากสูตร (บุญธรรม กิจปรีดาปริสุทธิ. 2543:45-46)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.5)$$

เมื่อ

\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
$\sum X$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3.5.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายลักษณะการกระจายของข้อมูล ซึ่งคำนวณได้จากสูตร (รวิวรรณ ชินะตระกูล. 2538:163)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n-1}} \quad (3.6)$$

เมื่อ

S.D.	แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
X	แทน ค่าคะแนนของแต่ละตัว
\bar{x}	แทน ค่าเฉลี่ย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

n แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม
 Σ แทน ผลรวม

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.5.2.1 การทดสอบ t-test

ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม (Independent t-test) คือ เพศ และภูมิภาคนอกกับตัวแปรตามได้แก่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยมีขั้นตอนการคำนวณดังนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ

2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ (พวงรีตัน ทวีรัตน์, 2540:164)

กรณีที่ 1 เมื่อ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \quad (3.7)$$

เมื่อ

$$S_p^2 = \frac{[(n_1 - 1)S_1^2] + [(n_2 - 1)S_2^2]}{(n_1 + n_2 - 2)} \quad (3.8)$$

n_1 แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

\bar{X}_1 แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

\bar{X}_2 แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีที่ 2 เมื่อ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$t = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} \quad (3.9)$$

โดยที่

$$df = \frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}} \quad (3.10)$$

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า t มากกว่าค่า t ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า t น้อยกว่าหรือเท่ากับค่า t ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

การทดสอบ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

การที่จะเลือกใช้สูตรที่ 1 หรือ 2 นั้น จำเป็นต้องทดสอบว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ หรือไม่

โดยใช้ F-test ทำการทดสอบตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

สมมติฐานสถิติ

$$H_0: \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_1: \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \quad \text{เมื่อ } S_1 > S_2, df = (n_1-1), (n_2-2) \quad (3.11)$$

หรือ

$$F = \frac{S_2^2}{S_1^2} \quad \text{เมื่อ } S_2 > S_1, df = (n_2-1), (n_1-2) \quad (3.12)$$

การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1-1), (n_2-2)$ หรือ $df = (n_2-1), (n_1-2)$ แล้วแต่กรณี หรือถ้า โปรแกรมให้ค่า p-value หาก p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1-1), (n_2-2)$ หรือ $df = (n_2-1), (n_1-2)$ แล้วแต่กรณี หรือถ้า โปรแกรมให้ค่า p-value หาก p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

3.5.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Sample) คือ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือนกับตัวแปร ซึ่งได้แก่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สูตร One-way ANOVA โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ โดยวิธี One-way ANOVA คือ

H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ

$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$

$H_1: \mu_i \neq \mu_j = \dots = \mu_k$ เมื่อ $i \neq j: i, j = 1, 2, \dots, k$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535:116)

$$F = \frac{MSb}{MSw} \quad (3.13)$$

สูตรสำหรับการวิเคราะห์ค่าต่างๆ แสดงในตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.6 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of variation	Degree of Freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Group	$k-1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k-1}$	$F = \frac{MSb}{MSw}$
Within Group	$n-k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n-k}$	
Total	$n-1$	$MS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

เมื่อ

- k หมายถึง จำนวนกลุ่ม
- n หมายถึง ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
- n_j หมายถึง ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j
- T_j หมายถึง ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
- T หมายถึง ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
- X_{ij} หมายถึง คะแนนแต่ละตัว

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k-1), (n-1)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ

ยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k-1), (n-1)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่าค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

3.5.2.3 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD)

ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที่ F-test ในการวิเคราะห์ One-way ANOVA มีนัยสำคัญโดยมีขั้นตอนการคำนวณ ดังนี้

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ
2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.14)$$

เมื่อ

$t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$ แทน ค่าที่ได้จากตาราง ที่ $df = n-k$ ที่ $\alpha/2$

n_i แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ i

n_j แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j

3. คำนวณค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ เมื่อ $i \neq j; i, j = 1, 2, \dots, k$

เมื่อ

\bar{x}_i แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ i

\bar{x}_j แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ j

4. การตัดสินใจ

ถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value หากค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value หากค่า p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

3.5.2.4 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression

Analysis) เป็นการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) หลายตัวแปรพร้อมกันว่า

เอกลักษณะนั้นเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะมีผลกระทบต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) อย่างไรบ้าง ซึ่งตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเรียกว่าตัวแบบการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ เขียนได้เป็น

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \cdots + \beta_k X_{ki} + \varepsilon_i \quad (3.15)$$

เมื่อ Y_i แทน ค่าสังเกตที่ i ของตัวแปรตามของประชากร เมื่อ $i = 1, 2, \dots, n$
 X_{ji} แทน ค่าสังเกตที่ i ของตัวแปรอิสระที่ j เมื่อ $j = 1, 2, \dots, k$
 β_0 แทน ค่าที่ตัดแกน Y ของสมการเส้นตรง (เมื่อ X_i ทุกค่าเป็น 0)
 β_j แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอยบางส่วน (Partial Regression

Coefficient)

ε_i แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ i

k แทน จำนวนตัวแปรอิสระ

n แทน ขนาดตัวอย่างทั้งหมด

ข้อสมมติ (Assumption) ของการวิเคราะห์ถดถอย

1. ε_i มีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) โดยมีค่าคาดหวัง (Expected Value) เป็นศูนย์และมีความแปรปรวนคงที่

2. ε_i และ ε_j สำหรับ $i \neq j$ เป็นอิสระต่อกัน

3. X_{ji} แต่ละค่าเป็นอิสระต่อกัน

โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณจะใช้เมตริกซ์เป็นเครื่องมือ โดยกำหนดค่าต่างๆ ดังนี้

สมการการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ค่าประมาณค่า Y_i ที่กำหนดได้จากกลุ่มตัวอย่าง เขียนเป็นสมการเรียกว่า สมการการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ โดยสมการเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_i = b_0 + b_1 X_{1i} + b_2 X_{2i} + \cdots + b_k X_{ki} \quad (3.16)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่ Y_i เป็นค่าประมาณของ Y_i และ $b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ เป็นค่าประมาณของ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ ตามลำดับ ในการหาตัวประมาณ $b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ ของ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ จะหาได้โดยใช้วิธี Least Squares Method

ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณจะใช้เมทริกซ์เป็นเครื่องมือ ได้มีสูตรในการประมาณค่าดังนี้

$$b = (X'X)^{-1}X'Y \quad (3.17)$$

เมื่อกำหนดให้

$$Y = \begin{matrix} Y_1 \\ Y_2 \\ \vdots \\ Y_n \end{matrix}, \quad X = \begin{matrix} 1 & X_{11} & X_{21} & \dots & X_{k1} \\ 1 & X_{12} & X_{22} & \dots & X_{k2} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ 1 & X_{1n} & X_{2n} & \dots & X_{kn} \end{matrix}, \quad b = \begin{matrix} b_0 \\ b_1 \\ \vdots \\ b_k \end{matrix}$$

การทดสอบสมการความถดถอยเชิงซ้อน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน
จำแนกแบบทางเดียว โดยมีสมมติฐานคือ

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$$

$$H_1 : \text{อย่างน้อยมี } \beta_j \text{ อย่างน้อย 1 ค่า } \neq 0, \text{ เมื่อ } j = 1, 2, \dots, k$$

เมื่อ β_k เป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) ซึ่งแสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงค่า สูตรที่ใช้ในการคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 302-303)

$$F = \frac{(b'X'Y - n\bar{Y}^2)/k}{(Y'Y - b'X'Y)/(n-k-1)} \quad (3.18)$$

เมื่อ k แทน จำนวนตัวแปรอิสระ
 n แทน ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
 \bar{Y} แทน ค่าเฉลี่ย

เปรียบเทียบค่า F ที่ได้จากการคำนวณค่า F ที่ได้จากตาราง $df = n - k - 1$ เมื่อกำหนด

ระดับนัยสำคัญ = α เท่ากับ 0.05 และ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df=k(n-k-1)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือ ยอมรับว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามในรูปเชิงเส้นที่ระดับนัยสำคัญ α

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df=k(n-k-1)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ ยอมรับว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามในรูปเชิงเส้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

หากผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามในรูปเชิงเส้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอยบางส่วน (Partial Regression Coefficient) แต่ละค่าโดยมีสมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบคือ

สมมติฐาน

$$H_0 : \beta_j = 0$$

$$H_1 : \beta_j \neq 0$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$t = \frac{b_j - \beta_j}{s_{b_j}}$$

(3.19)

เมื่อ s_{b_j} หาได้จากการถอดรากกำลังสองของ $Var(b_j)$ ซึ่งคำนวณได้จากสูตร

$$Var(b) = \sigma^2(X'X)^{-1}$$

(3.20)

เมื่อ σ^2 คือค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อน ซึ่งประมาณได้จากสูตร

$$\sigma^2 = \frac{Y'Y - b'X'Y}{n-k-1}$$

(3.21)

เปรียบเทียบค่า t ที่ได้จากการคำนวณค่า $t_{\alpha/2}$ ที่ได้จากราย $df = n - k - 1$ เมื่อกำหนด

ระดับนัยสำคัญ = α เท่ากับ 0.05 และ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าค่า t ที่ได้จากการคำนวณมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า $t_{\alpha/2}$ จากตารางที่ $df=n-k-1$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า t มากกว่าค่า t ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 แสดงว่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ j มีค่าเป็นศูนย์ ($\beta_j = 0$)

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่า $t_{\alpha/2}$ (กรณีไม่มีทิศทาง) หรือ t_{α} (กรณีมีทิศทาง) จากตารางที่ $df=n-k-1$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า t มากกว่าค่า t ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 แสดงว่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ j ไม่มีค่าเป็นศูนย์ ($\beta_j \neq 0$)

การแปลความหมายเมื่อผลการทดสอบพบว่า b_j มีนัยสำคัญ (ปฏิเสธ H_0) หมายความว่าเมื่อ X_j เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย Y จะเปลี่ยนแปลงไป แปลความความได้ว่าเมื่ออิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ j เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ค่าของตัวแปรตามจะเปลี่ยนแปลงไป b_j หน่วย เมื่ออิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่นๆ คงที่

Coefficient of Determination, R^2

ในการใช้สมการไปพยากรณ์ค่า Y ค่า R^2 บ่งบอกถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ โดยบอกให้ทราบถึงสัดส่วนหรือร้อยละความแปรปรวนของ Y ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยสมการการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ คำนวณจากสูตร

$$R^2 = \frac{b'X'Y - n\bar{Y}^2}{Y'Y - n\bar{Y}^2} \times 100, \quad 0 \leq R^2 \leq 1 \quad (3.22)$$

โดยการศึกษาครั้งนี้มีการกำหนดตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

เมื่อ	k	แทน จำนวนตัวแปรอิสระเท่ากับ 2
	n	แทน ขนาดของตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 385
	Y_i	แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
	X_1	แทน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย
	X_2	แทน การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Y_5 แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร
- Y_6 แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ
- Y_7 แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
- Y_8 แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม
- b_1, b_2 แทน สัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงเส้น
- b_0 แทน ค่าคงที่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานววิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 385 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

4.7 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 385 ตัวอย่าง แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง
จังหวัดราชบุรี

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	164	42.60
หญิง	221	57.40
รวม	385	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	52	13.51
มากกว่า 20 ปี-30 ปี	162	42.08
มากกว่า 30 ปี-40 ปี	96	24.93
มากกว่า 40 ปี-50 ปี	49	12.73
มากกว่า 50 ปี	26	6.75
รวม	385	100.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	218	56.62
สมรส	153	39.74
แยกกันอยู่/หม้าย/หย่าร้าง	14	3.64
รวม	385	100.00
4. ภูมิภาคต้นกำเนิด		
ภาคเหนือ	16	4.16
ภาคกลาง	149	38.70
ภาคตะวันออก	25	6.49
ภาคตะวันตก	148	38.44
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	27	7.01
ภาคใต้	20	5.20
รวม	385	100.00
5. อาชีพ		
พนักงานบริษัท	114	29.61
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	14	3.64
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	76	19.74

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	50	12.99
ลูกจ้าง	32	8.31
นักเรียน/นักศึกษา	89	23.12
อื่นๆ	10	2.59
รวม	385	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	156	40.52
มากกว่า 15,000 บาท-25,000 บาท	92	23.90
มากกว่า 25,000 บาท-35,000 บาท	69	17.92
มากกว่า 35,000 บาท-45,000 บาท	39	10.13
มากกว่า 45,000 บาท	29	7.53
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้
เพศ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 57.40 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ
42.60

อายุ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่มีอายุ
มากกว่า 20 ปี-30 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.08 รองลงมา คือ อายุมากกว่า 30 ปี-40 ปี
จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.93 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51
มากกว่า 40 ปี-50 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 และมากกว่า 50 ปี จำนวน 26 คน
คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.62 รองลงมา คือสถานภาพสมรส
จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.74 และมีสถานภาพแยกกันอยู่/หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 14 คน
คิดเป็นร้อยละ 3.64 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่มี

ภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมา คือ ภูมิลำเนาอยู่ใน
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคตะวันตก จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38.44 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 ภาคตะวันออก จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.49 ภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 และภาคเหนือ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.16 ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.61 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.12 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.99 ลูกจ้าง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.31 แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.64 และประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.59 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.52 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท-25,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 มากกว่า 25,000 บาท-35,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.92 มากกว่า 35,000 บาท-45,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.13 และมากกว่า 45,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.53 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 385 ตัวอย่าง ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4.2-4.9

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.543	0.641	มาก	2
2. ด้านราคา	3.382	0.697	ปานกลาง	6
3. ด้านสถานที่	3.552	0.640	มาก	1
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.540	0.708	มาก	3
5. ด้านบุคลากร	3.533	0.698	มาก	5
6. ด้านกระบวนการ	3.538	0.690	มาก	4
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.326	0.739	ปานกลาง	7
โดยรวม	3.488	0.563	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.488 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.563 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.552 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.640

ลำดับที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.543 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.641

ลำดับที่ 3 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.540 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.708

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 4 ด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.538 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.690

ลำดับที่ 5 ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.533 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.698

ลำดับที่ 6 ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.382 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.697

ลำดับที่ 7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.326 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.739

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	3.784	0.802	มาก	1
2. โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	3.706	0.813	มาก	3
3. การมีสินค้าที่ระลึกให้เลือกซื้อ	3.317	0.898	ปานกลาง	5
หลากหลายชนิด				
4. ร้านอาหารและร้านค้ามีจำนวนเพียงพอและถูกสุขอนามัย	3.403	0.852	ปานกลาง	4
5. จำนวนห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.270	0.955	ปานกลาง	6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ	3.782	0.862	มาก	2
โดยรวม	3.543	0.641	มาก	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.543 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.641 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.784 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.802

ลำดับที่ 2 สถานที่ท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.782 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.862

ลำดับที่ 3 โรงแรม ที่พักมีเอกลักษณ์ สวยงาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.706 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.813

ลำดับที่ 4 ร้านอาหารและร้านค้ามีจำนวนเพียงพอและถูกสุขอนามัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.403 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.852

ลำดับที่ 5 การมีสินค้าที่ระลึกให้เลือกซื้อหลากหลายชนิด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.317 และนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่แต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.898

ลำดับที่ 6 จำนวนห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.270 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.955

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.392	0.800	ปานกลาง	4
2. ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.470	0.867	ปานกลาง	2
3. ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.403	0.849	ปานกลาง	3
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.512	0.851	มาก	1
5. การได้รับส่วนลดจากการท่องเที่ยว เช่น การมีคู่มือส่วนลดสำหรับการมาเป็นหมู่คณะ, การเป็นสมาชิกของหน่วยงานที่เป็นพันธมิตรกับสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น	3.135	1.050	ปานกลาง	5
โดยรวม	3.382	0.697	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่ากับ 3.382 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคาไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.697 และเมื่อพิจารณารายชื่อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.512 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.851

ลำดับที่ 2 ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.470 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.867

ลำดับที่ 3 ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.403 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.849

ลำดับที่ 4 จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนอยู่ในระดับที่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.392 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.800

ลำดับที่ 5 การได้รับส่วนลดจากการท่องเที่ยว เช่น การมีคู่มือส่วนตัวสำหรับการมาเป็นหมู่คณะ การเป็นสมาชิกของหน่วยงานที่เป็นพันธมิตรกับสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.135 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.050

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. การจัดสถานที่ เช่น ร้านอาหารและ ร้านค้ามีความเหมาะสม	3.434	0.849	ปานกลาง	5
2. การรักษาความปลอดภัยของสถานที่ ท่องเที่ยวและที่พักมีความเหมาะสม	3.574	0.823	มาก	2
3. จำนวนพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.553	0.915	มาก	4
4. การมีป้ายบอกเส้นทางเข้า-ออกสถานที่ ท่องเที่ยวมีความชัดเจน	3.631	0.832	มาก	1
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และเป็น ระเบียบ	3.569	0.852	มาก	3
โดยรวม	3.552	0.640	มาก	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.552 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสถานที่ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.640 และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การมีป้ายบอกเส้นทางเข้า-ออกสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.631 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.832

ลำดับที่ 2 การรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักมีความเหมาะสม พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.574 และ

นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.823

ลำดับที่ 3 สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และเป็นระเบียบ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.569 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.852

ลำดับที่ 4 จำนวนพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.553 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.915

ลำดับที่ 5 การจัดสถานที่ เช่น ร้านอาหารและร้านค้ามีความเหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.434 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.849

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	3.597	0.849	มาก	1
2. ข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวมีความถูกต้อง และชัดเจน	3.532	0.819	มาก	3
3. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย	3.538	0.857	มาก	2
4. ช่วงเวลาเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.517	0.944	มาก	5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
5. การให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน	3.519	0.869	มาก	4
โดยรวม	3.540	0.708	มาก	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.540 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.708 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.597 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.849

ลำดับที่ 2 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.538 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.857

ลำดับที่ 3 ข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวมีความถูกต้อง และชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.532 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.819

ลำดับที่ 4 การให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.519 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.869

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 5 ช่วงเวลาเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.517 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.944

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีการเสนอบริการที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้า	3.379	0.818	ปานกลาง	5
2. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีความชำนาญในการให้บริการ	3.483	0.823	ปานกลาง	4
3. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีทักษะในการสื่อสารดี	3.535	0.835	มาก	3
4. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีมนุษยสัมพันธ์และมีกิริยาสุภาพ	3.652	0.847	มาก	1
5. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ	3.618	0.888	มาก	2
โดยรวม	3.533	0.698	มาก	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.533 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.698 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 1 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีกิริยาสุภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.652 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.847

ลำดับที่ 2 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.618 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.888

ลำดับที่ 3 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีทักษะในการสื่อสารดี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.535 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.835

ลำดับที่ 4 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีความชำนาญในการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.438 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.823

ลำดับที่ 5 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีการเสนอบริการที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้า พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.379 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.818

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. การแสดงรูปถ่ายตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ในสถานที่จัดจำหน่ายต่างๆ	3.481	0.947	ปานกลาง	6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
2. ขั้นตอนการจองที่พัก และ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.569	0.839	มาก	2
3. การแสดงรายละเอียดของวิธีการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน	3.506	0.826	มาก	4
4. ขั้นตอนการซื้อตั๋วเพื่อเข้าเยี่ยมชมสถานที่ที่มีความสะดวก	3.540	0.856	มาก	3
5. การชำระค่าบริการต่างๆ มีให้เลือกใช้ได้หลายช่องทาง	3.504	0.842	มาก	5
6. การมีช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียดหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.629	0.904	มาก	1
โดยรวม	3.538	0.690	มาก	-

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.538 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.690 และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การมีช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียดหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.629 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.904

ลำดับที่ 2 ขั้นตอนการจองที่พัก และ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.569

และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.839

ลำดับที่ 3 ขั้นตอนการซื้อตั๋วเพื่อเข้าเยี่ยมชมสถานที่ที่มีความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.540 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.856

ลำดับที่ 4 การแสดงรายละเอียดของวิธีการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.506 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.826

ลำดับที่ 5 การชำระค่าบริการต่างๆ มิให้เลือกใช้ได้หลายช่องทาง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.504 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.842

ลำดับที่ 6 การแสดงรูปถ่ายตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก ในสถานที่จัดจำหน่ายต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.481 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.947

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศเงียบสงบ	3.706	1.015	มาก	1
2. การมีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้อำนวยความสะดวก	3.379	1.019	ปานกลาง	3
3. การมีมุมหนังสือบริการตามจุดนั่งพัก	2.992	1.086	ปานกลาง	6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
4. การให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีสัญญาณ ช่องภายในประเทศและต่างประเทศ	3.356	0.922	ปานกลาง	4
5. การเปิดเสียงเพลงเพื่อเพิ่มบรรยากาศใน สถานที่	3.455	0.895	ปานกลาง	2
6. การนำเสนอภาพคารานักแสดงที่มา ท่องเที่ยว เพื่อแสดงถึงความนิยมในสถานที่	3.073	1.048	ปานกลาง	5
โดยรวม	3.326	0.739	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.326 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.739 และเมื่อพิจารณารายชื่อสามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศเงียบสงบ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.706 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.015

ลำดับที่ 2 การเปิดเสียงเพลงเพื่อเพิ่มบรรยากาศในสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.455 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.895

ลำดับที่ 3 การมีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้อำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.379 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.019

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 4 การให้บริการระบบโทรทัศน์ที่มีสัญญาณช่องภายในประเทศและต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.356 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.922

ลำดับที่ 5 การนำเสนอภาพดารานักแสดงที่มาท่องเที่ยว เพื่อแสดงถึงความนิยมในสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.073 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.048

ลำดับที่ 6 การมีมุมหนังสือบริการตามจุดนั่งพัก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.992 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.086

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 385 ตัวอย่าง ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 4.10-4.17

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวัง
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.844	0.669	มาก	1
2. ด้านราคา	3.613	0.758	มาก	6
3. ด้านสถานที่	3.818	0.771	มาก	2
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.803	0.809	มาก	3
5. ด้านบุคลากร	3.800	0.777	มาก	4
6. ด้านกระบวนการ	3.762	0.807	มาก	5
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.591	0.797	มาก	7
โดยรวม	3.747	0.672	มาก	-

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.747 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวม ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.672 และเมื่อพิจารณารายด้านสามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.844 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.669

ลำดับที่ 2 ด้านสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.818 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.771

ลำดับที่ 3 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.803 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.809

ลำดับที่ 4 ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.800 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.777

ลำดับที่ 5 ด้านการบวนาการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.762 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.807

ลำดับที่ 6 ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.613 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.758

ลำดับที่ 7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.591 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.797

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม	4.104	0.845	มาก	2
2. โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	3.956	0.872	มาก	3
3. การมีสินค้าที่ระลึกให้เลือกซื้อ	3.571	0.952	มาก	6
หลากหลายชนิด				
4. ร้านอาหารและร้านค้ามีจำนวนเพียงพอ และถูกสุขอนามัย	3.694	0.845	มาก	4
5. จำนวนห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.582	0.973	มาก	5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
6. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ	4.158	0.786	มาก	1
โดยรวม	3.844	0.669	มาก	-

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.844 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.669 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.158 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.786

ลำดับที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.104 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.845

ลำดับที่ 3 โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.956 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.872

ลำดับที่ 4 ร้านอาหารและร้านค้ามีจำนวนเพียงพอและถูกสุขอนามัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.694 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.845

ลำดับที่ 5 จำนวนห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.582 และนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.973

ลำดับที่ 6 การมีสินค้าที่ระลึกให้เลือกซื้อหลากหลายชนิด พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.571 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.952

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.647	0.800	มาก	4
2. ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.691	0.867	มาก	2
3. ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.668	0.849	มาก	3
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.730	0.851	มาก	1
5. การได้รับส่วนลดจากการท่องเที่ยว เช่น การมีคู่มือส่วนลดสำหรับการมาเป็นหมู่คณะ, การเป็นสมาชิกของหน่วยงานที่เป็นพันธมิตรกับสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น	3.327	1.050	ปานกลาง	5
โดยรวม	3.613	0.758	มาก	-

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.613 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคา ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.758 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.730 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.851

ลำดับที่ 2 ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.691 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.867

ลำดับที่ 3 ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.668 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.849

ลำดับที่ 4 จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนอยู่ในระดับที่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.647 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.800

ลำดับที่ 5 การได้รับส่วนลดจากการท่องเที่ยว เช่น การมีคู่มือส่วนลดสำหรับการมาเป็นหมู่คณะ การเป็นสมาชิกของหน่วยงานที่ เป็นพันธมิตรกับสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.327 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.105

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. การจัดสถานที่ เช่น ร้านอาหารและร้านค้ามีความเหมาะสม	3.649	0.907	มาก	5
2. การรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักมีความเหมาะสม	3.839	0.904	มาก	3
3. จำนวนพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.878	0.929	มาก	2
4. การมีป้ายบอกเส้นทางเข้า-ออกสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน	3.935	0.923	มาก	1
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และเป็นระเบียบ	3.790	0.944	มาก	4
โดยรวม	3.818	0.771	มาก	-

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.818 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสถานที่ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.771 และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การมีป้ายบอกเส้นทางเข้า-ออกสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.935 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.923

ลำดับที่ 2 จำนวนพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.878 และ

นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.929

ลำดับที่ 3 การรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักมีความเหมาะสม พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.839 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.904

ลำดับที่ 4 สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และเป็นระเบียบ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.790 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.944

ลำดับที่ 5 การจัดสถานที่ เช่น ร้านอาหารและร้านค้ามีความเหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.649 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.907

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	3.927	0.916	มาก	1
2. ข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวมีความถูกต้อง และชัดเจน	3.844	0.905	มาก	2
3. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย	3.826	0.889	มาก	3
4. ช่วงเวลาเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.665	1.000	มาก	5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
5. การให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน	3.751	0.963	มาก	4
โดยรวม	3.803	0.809	มาก	-

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.803 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.809 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.927 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.916

ลำดับที่ 2 ข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับการเดินทางแหล่งท่องเที่ยวที่มีความถูกต้อง และชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.844 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.905

ลำดับที่ 3 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความทันสมัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.826 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.889

ลำดับที่ 4 การให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.751 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.963

ลำดับที่ 5 ช่วงเวลาเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.665 และนักท่องเที่ยว

แต่ละคนมีระดับความคาดหวังแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.000

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเสนอบริการที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้า	3.694	0.952	มาก	5
2. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีความชำนาญในการให้บริการ	3.722	0.926	มาก	4
3. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีทักษะในการสื่อสารดี	3.855	0.895	มาก	2
4. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีมนุษยสัมพันธ์และมีกิริยาสุภาพ	3.891	0.880	มาก	1
5. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ	3.836	0.867	มาก	3
โดยรวม	3.800	0.777	มาก	-

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.800 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.777 และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีมนุษยสัมพันธ์และมีกิริยาสุภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.891 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.880

ลำดับที่ 2 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีทักษะในการสื่อสารดี พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.855 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.895

ลำดับที่ 3 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.836 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.867

ลำดับที่ 4 พนักงานที่ให้บริการ ในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีความชำนาญในการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.722 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.926

ลำดับที่ 5 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีการเสนอบริการที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้า พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.694 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.952

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. การแสดงรูปถ่ายตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ในสถานที่จัดจำหน่ายต่างๆ	3.675	1.059	มาก	6
2. ขั้นตอนการจองที่พัก และ โปรแกรมการท่องเที่ยวมีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.842	0.940	มาก	2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
3. การแสดงรายละเอียดของวิธีการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน	3.803	0.885	มาก	3
4. ขั้นตอนการซื้อตั๋วเพื่อเข้าเยี่ยมชมสถานที่มีความสะดวก	3.717	0.958	มาก	4
5. การชำระค่าบริการต่างๆ มีให้เลือกใช้ได้หลายช่องทาง	3.686	0.978	มาก	5
6. การมีช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียดหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.852	0.919	มาก	1
โดยรวม	3.762	0.807	มาก	-

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.762 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.807 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การมีช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียดหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.852 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.919

ลำดับที่ 2 ขั้นตอนการซื้อตั๋วเพื่อเข้าเยี่ยมชมสถานที่มีความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.842 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.940

ลำดับที่ 3 ขั้นตอนการจองที่พัก และโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.803 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.885

ลำดับที่ 4 การแสดงรายละเอียดของวิธีการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.717 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.958

ลำดับที่ 5 การชำระค่าบริการต่างๆ มีให้เลือกใช้ได้หลายช่องทาง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.686 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.978

ลำดับที่ 6 การแสดงรูปถ่ายตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ในสถานที่จัดจำหน่ายต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.675 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.059

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศเงียบสงบ	4.003	0.996	มาก	1
2. การมีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้อำนวยความสะดวก	3.839	0.990	มาก	2
3. การมีมุมหนังสือบริการตามจุดนั่งพัก	3.294	1.179	ปานกลาง	5
4. การให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีสัญญาณช่องภายในประเทศและต่างประเทศ	3.566	1.014	มาก	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
5. การเปิดเสียงเพลงเพื่อเพิ่มบรรยากาศในสถานที่	3.621	0.982	มาก	3
6. การนำเสนอภาพดารานักแสดงที่มาท่องเที่ยว เพื่อแสดงถึงความนิยมในสถานที่	3.223	1.169	ปานกลาง	6
โดยรวม	3.591	0.797	มาก	-

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.591 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.797 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศเงียบสงบ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.003 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.996

ลำดับที่ 2 การมีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้อำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.839 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.990

ลำดับที่ 3 การเปิดเสียงเพลงเพื่อเพิ่มบรรยากาศในสถานที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.621 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.982

ลำดับที่ 4 การให้บริการระบบโทรทัศน์ที่มีสัญญาณช่องภายในประเทศและต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.566

และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.014

ลำดับที่ 5 การมีมุมหนังสือบริการตามจุดนั่งพัก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.294 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.179

ลำดับที่ 6 การนำเสนอภาพคารานักแสดงที่มาท่องเที่ยว เพื่อแสดงถึงความนิยมในสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.223 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับความคาดหวังแตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.169

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 385 ตัวอย่าง ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4.18-4.25

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.469	0.683	ปานกลาง	4
2. ด้านราคา	3.349	0.711	ปานกลาง	6
3. ด้านสถานที่	3.478	0.663	ปานกลาง	3
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.517	0.729	มาก	1
5. ด้านบุคลากร	3.490	0.689	ปานกลาง	2
6. ด้านกระบวนการ	3.464	0.729	ปานกลาง	5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.300	0.782	ปานกลาง	7
โดยรวม	3.438	0.605	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.438 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.605 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.517 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.729

ลำดับที่ 2 ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.490 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.689

ลำดับที่ 3 ด้านสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.478 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.663

ลำดับที่ 4 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.469 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.683

ลำดับที่ 5 ด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.464 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.729

ลำดับที่ 6 ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.349 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.711

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.300 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.782

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้

ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

การรับรู้ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม	3.616	0.802	มาก	2
2. โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	3.605	0.860	มาก	3
3. การมีสินค้าที่ระลึกให้เลือกซื้อหลากหลายชนิด	3.317	0.909	ปานกลาง	4
4. ร้านอาหารและร้านค้ามีจำนวนเพียงพอและถูกสุขอนามัย	3.317	0.886	ปานกลาง	5
5. จำนวนห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.262	0.950	ปานกลาง	6
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ	3.699	0.856	มาก	1
โดยรวม	3.469	0.683	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.469 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.683 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 1 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.699 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.856

ลำดับที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.616 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.802

ลำดับที่ 3 โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.605 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.860

ลำดับที่ 4 การมีสินค้าที่ระลึกให้เลือกซื้อหลากหลายชนิด พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.317 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.909

ลำดับที่ 5 ร้านอาหารและร้านค้ามีจำนวนเพียงพอและลูกค้ามีความสุข พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.317 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.886

ลำดับที่ 6 จำนวนห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.262 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.950

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อ คนอยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.387	0.825	ปานกลาง	3
2. ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับบริการที่ ได้รับ	3.403	0.858	ปานกลาง	2
3. ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับที่เหมาะสม	3.369	0.856	ปานกลาง	4
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับ บริการที่ได้รับ	3.486	0.851	ปานกลาง	1
5. การได้รับส่วนลดจากการท่องเที่ยวเช่น การมีคู่มือส่วนลดสำหรับการมาเป็นหมู่ คณะ, การเป็นสมาชิกของหน่วยงานที่ เป็นพันธมิตรกับสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น	3.101	1.045	ปานกลาง	5
โดยรวม	3.349	0.711	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมี
การรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ
3.349 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านราคาไม่แตกต่างกันมาก
โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.711 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ พบว่า นักท่องเที่ยวมี
การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.486 และนักท่องเที่ยว
แต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่า
เท่ากับ 0.851

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 2 ราคาที่พักมีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.403 และนักท่องเที่ยวแต่ละคน มีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.858

ลำดับที่ 3 จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนอยู่ในระดับที่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.387 และ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.825

ลำดับที่ 4 ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.369 และ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.856

ลำดับที่ 5 การได้รับส่วนลดจากการท่องเที่ยว เช่น การมีคู่มือส่วนลดสำหรับการมาเป็นหมู่คณะ การเป็นสมาชิกของหน่วยงานที่เป็นพันธมิตรกับสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.101 และ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.045

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. การจัดสถานที่ เช่น ร้านอาหารและ ร้านค้ามีความเหมาะสม	3.332	0.877	ปานกลาง	5
2. การรักษาความปลอดภัยของสถานที่ ท่องเที่ยวและที่พักมีความเหมาะสม	3.519	0.787	มาก	3
3. จำนวนพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.532	0.872	มาก	2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
4. การมีป้ายบอกเส้นทางเข้า-ออกสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน	3.551	0.895	มาก	1
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และเป็น ระเบียบ	3.455	0.877	ปานกลาง	4
โดยรวม	3.478	0.663	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.478 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.663 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การมีป้ายบอกเส้นทางเข้า-ออกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.551 และ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.895

ลำดับที่ 2 จำนวนพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.532 และ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.872

ลำดับที่ 3 การรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักมีความเหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.519 และ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.787

ลำดับที่ 4 สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และเป็นระเบียบ พบว่า นักท่องเที่ยว มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.455 และนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.877

ลำดับที่ 5 การจัดสถานที่ เช่น ร้านอาหารและร้านค้ามีความเหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.332 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.877

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	3.597	0.824	มาก	1
2. ข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวมีความถูกต้อง และชัดเจน	3.504	0.817	มาก	4
3. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย	3.527	0.845	มาก	2
4. ช่วงเวลาเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.449	0.994	ปานกลาง	5
5. การให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน	3.506	0.896	มาก	3
โดยรวม	3.517	0.729	มาก	-

จากตารางที่ 4.22 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีมีการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.517 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาดไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.729 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.597 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.824

ลำดับที่ 2 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.527 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.845

ลำดับที่ 3 การให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.506 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.896

ลำดับที่ 4 ข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวมีความถูกต้อง และชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.504 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.817

ลำดับที่ 5 ช่วงเวลาเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.449 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.994

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเสนอบริการที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้า	3.364	0.840	ปานกลาง	5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร	\bar{x}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
2. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีความชำนาญในการให้บริการ	3.405	0.798	ปานกลาง	4
3. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีทักษะในการสื่อสารดี	3.488	0.814	ปานกลาง	3
4. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีกิริยา สุภาพ	3.603	0.836	มาก	1
5. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ ท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ	3.592	0.828	มาก	2
โดยรวม	3.490	0.689	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.490 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.689 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีกิริยาสุภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.603 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.836

ลำดับที่ 2 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.592 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.828

ลำดับที่ 3 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีทักษะในการสื่อสารดี พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.488 และ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.814

ลำดับที่ 4 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีความชำนาญในการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.405 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.798

ลำดับที่ 5 พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีการเสนอบริการที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้า พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.364 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.840

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. การแสดงรูปถ่ายตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ในสถานที่จัดจำหน่ายต่างๆ	3.423	0.924	ปานกลาง	5
2. ขั้นตอนการจองที่พัก และโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.483	0.857	ปานกลาง	2
3. การแสดงรายละเอียดของวิธีการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน	3.413	0.853	ปานกลาง	6
4. ขั้นตอนการซื้อตั๋วเพื่อเข้าเยี่ยมชมสถานที่ที่มีความสะดวก	3.429	0.916	ปานกลาง	4
5. การชำระค่าบริการต่างๆ มีให้เลือกใช้ได้หลายช่องทาง	3.431	0.907	ปานกลาง	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
6. การมีช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียดหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.605	0.863	มาก	1
โดยรวม	3.464	0.729	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.464 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.729 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การมีช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียดหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.605 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.863

ลำดับที่ 2 ขั้นตอนการจองที่พัก และ โปรแกรมการท่องเที่ยวมีความรวดเร็วและถูกต้อง พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.483 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.857

ลำดับที่ 3 การชำระค่าบริการต่างๆ มีให้เลือกใช้ได้หลายช่องทาง พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.431 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.908

ลำดับที่ 4 ขั้นตอนการซื้อตั๋วเพื่อเข้าเยี่ยมชมสถานที่ที่มีความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.429 และนักท่องเที่ยว

แต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.916

ลำดับที่ 5 การแสดงรูปถ่ายตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ในสถานที่จัดจำหน่ายต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.423 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.924

ลำดับที่ 6 การแสดงรายละเอียดของวิธีการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.413 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.853

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่ของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศเงียบสงบ	3.644	0.916	มาก	1
2. การมีบริการอินเทอร์เน็ต ไร้สาย ไว้อำนวยความสะดวก	3.392	0.995	ปานกลาง	2
3. การมีมุมหนังสือบริการตามจุดนั่งพักผ่อน	3.018	1.107	ปานกลาง	6
4. การให้บริการระบบโทรศัพท์ที่มีสัญญาณ	3.286	0.980	ปานกลาง	4
ช่องทางในประเทศและต่างประเทศ				
5. การเปิดเสียงเพลงเพื่อเพิ่มบรรยากาศในสถานที่	3.374	0.902	ปานกลาง	3
6. การนำเสนอภาพตารานักแสดงที่มาท่องเที่ยว เพื่อแสดงถึงความนิยมในสถานที่	3.088	1.081	ปานกลาง	5
โดยรวม	3.300	0.782	ปานกลาง	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.300 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.782 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศเงียบสงบ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.644 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.916

ลำดับที่ 2 การมีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้อำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.392 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.995

ลำดับที่ 3 การเปิดเสียงเพลงเพื่อเพิ่มบรรยากาศในสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.374 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.902

ลำดับที่ 4 การให้บริการระบบโทรทัศน์ที่มีสัญญาณของภายในประเทศและต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.286 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.980

ลำดับที่ 5 การนำเสนอลาपरานักแสดงที่นักท่องเที่ยว เพื่อแสดงถึงความนิยมในสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.088 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.081

ลำดับที่ 6 การมีมุมหนังสือบริการตามจุดนั่งพัก พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.018 และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีระดับการรับรู้แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.107

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้ผลการวิเคราะห์ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ t -test Independent

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ โดยวิธี t -test

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	เพศ (\bar{X})		p-value
	ชาย (n = 164)	หญิง (n = 221)	
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.531	3.553	0.728
2. ด้านราคา	3.417	3.357	0.401
3. ด้านสถานที่	3.542	3.560	0.777
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.535	3.545	0.897
5. ด้านบุคลากร	3.459	3.589	0.069
6. ด้านกระบวนการ	3.546	3.532	0.852

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	เพศ (\bar{X})		p-value
	ชาย (n = 164)	หญิง (n = 221)	
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.288	3.356	0.370
โดยรวม	3.474	3.499	0.665

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม จำแนกตามเพศ โดยวิธี t-test พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.665 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.728 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.401 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.777 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.897 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคลากร ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.069 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านกระบวนการ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.852 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.370 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามอายุ โดยวิธี One-Way ANOVA

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	อายุ (\bar{X})					p-value
	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20ปี (n = 50)	มากกว่า 20ปี-30ปี (n = 160)	มากกว่า 30ปี-40ปี (n = 96)	มากกว่า 40ปี-50ปี (n = 49)	มากกว่า 50ปี (n = 30)	
1. ด้านผลิตภัณฑ์และ บริการ	3.717	3.497	3.573	3.289	3.828	0.001**
2. ด้านราคา	3.524	3.354	3.398	3.200	3.547	0.116
3. ด้านสถานที่	3.628	3.524	3.538	3.474	3.547	0.314
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.636	3.534	3.542	3.359	3.713	0.205
5. ด้านบุคลากร	3.556	3.534	3.479	3.437	3.827	0.143
6. ด้านกระบวนการ	3.530	3.553	3.498	3.337	3.928	0.006**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	อายุ (\bar{X})					p-value
	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี (n = 50)	มากกว่า 20 ปี-30 ปี (n = 160)	มากกว่า 30 ปี-40 ปี (n = 96)	มากกว่า 40 ปี-50 ปี (n = 49)	มากกว่า 50 ปี (n = 30)	
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ	3.433	3.301	3.326	3.122	3.622	0.044*
โดยรวม	3.575	3.471	3.479	3.317	3.745	0.016*

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม จำแนกตามอายุ โดยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.016 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ที่ตั้งไว้และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านราคา ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.116 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.314 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.205 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคลากร ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.143 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.044 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน ที่มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ค่า P-Value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีของนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยว	อายุ	\bar{X}	กลุ่มที่	P-Value				
				1	2	3	4	5
ผลิตภัณฑ์ และบริการ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.717	1	-	0.032*	0.191	0.001**	0.445
	มากกว่า 20 ปี-30 ปี	3.497	2	-	-	0.350	0.044*	0.009**
	มากกว่า 30 ปี-40 ปี	3.573	3	-	-	-	0.011*	0.054
	มากกว่า 40 ปี-50 ปี	3.289	4	-	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 50 ปี	3.838	5	-	-	-	-	-
กระบวนการ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.530	1	-	0.834	0.790	0.159	0.012*
	มากกว่า 20 ปี-30 ปี	3.553	2	-	-	0.533	0.053	0.006**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ของ นักท่องเที่ยว	อายุ	\bar{X}	กลุ่มที่	P-Value				
				1	2	3	4	5
	มากกว่า 30 ปี-40 ปี	3.498	3	-	-	-	0.178	0.003**
	มากกว่า 40 ปี-50 ปี	3.337	4	-	-	-	-	0.000**
	มากกว่า 50 ปี	3.928	5	-	-	-	-	-
สิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.433	1	-	0.267	0.404	0.036*	0.266
	มากกว่า 20 ปี-30 ปี	3.301	2	-	-	0.789	0.137	0.028*
	มากกว่า 30 ปี-40 ปี	3.326	3	-	-	-	0.114	0.055
	มากกว่า 40 ปี-50 ปี	3.122	4	-	-	-	-	0.004**
	มากกว่า 50 ปี	3.622	5	-	-	-	-	-
โดยรวม	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.575	1	-	0.250	0.325	0.022*	0.186
	มากกว่า 20 ปี-30 ปี	3.471	2	-	-	0.909	0.091	0.014*
	มากกว่า 30 ปี-40 ปี	3.479	3	-	-	-	0.098	0.023*
	มากกว่า 40 ปี-50 ปี	3.317	4	-	-	-	-	0.001**
	มากกว่า 50 ปี	3.745	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ที่มีอายุแตกต่างกันเป็นรายคู่ในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 20 ปี-30 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 20 ปี-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และ

บริการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 20 ปี-30 ปี และอายุมากกว่า 30 ปี-40 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันคู่อื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 20 ปี-30 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 30 ปี-40 ปี และ นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันคู่อื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 20 ปี-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันคู่อื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 20 ปี-30 ปี และ อายุมากกว่า 30 ปี-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันคู่อื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ One Way ANOVA

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยวิธี One-Way ANOVA

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	สถานภาพสมรส (\bar{X})			p-value
	โสด (n = 218)	สมรส (n = 153)	แยกกันอยู่/ หม้าย/หย่าร้าง (n = 14)	
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.594	3.455	3.726	0.068
2. ด้านราคา	3.451	3.239	3.871	0.000**
3. ด้านสถานที่	3.603	3.468	3.686	0.100
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.626	3.407	3.686	0.010*
5. ด้านบุคลากร	3.611	3.428	3.486	0.043*
6. ด้านกระบวนการ	3.606	3.429	3.500	0.039*
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.365	3.256	3.500	0.251
โดยรวม	3.551	3.383	3.662	0.009**

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่ากว่า 0.01 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.068 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านสถานที่ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.100 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านบุคลากร ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.043 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านกระบวนการ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.039 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.251 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างกัน ที่มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.30

ค่าการวัด 4.32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ระหว่างภาคเรียนที่ 1 และภาคเรียนที่ 2 โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระกัน (Dependent Samples t-test) ผลการทดสอบพบว่า ค่า t ที่ได้ออกมาคือ 3.36 ซึ่งมากกว่าค่า t ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างภาคเรียนที่ 1 และภาคเรียนที่ 2

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ระหว่างภาคเรียนที่ 1 และภาคเรียนที่ 2 โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระกัน (Dependent Samples t-test) ผลการทดสอบพบว่า ค่า t ที่ได้ออกมาคือ 3.36 ซึ่งมากกว่าค่า t ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างภาคเรียนที่ 1 และภาคเรียนที่ 2

ความพึงพอใจของ	วิชา (X)						p-value
	พนักงาน/นักเรียน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ข้าราชการ/ครูฝึก/ส่วนต่อ/นักศึกษา/นักเขียน/อื่นๆ	(n = 147)	(n = 13)	(n = 79)	(n = 48)	(n = 88)	
2. ฐานราก	3.205	3.262	3.635	3.275	3.532	3.340	0.000**
3. ฐานสถาปัตยกรรม	3.419	3.323	3.803	3.358	3.696	3.500	0.000**
4. ฐานการส่งเสริมการตลาด	3.363	3.262	3.866	3.404	3.682	3.360	0.000**
5. ฐานบุคลากร	3.391	3.462	3.775	3.475	3.643	3.140	0.001**
6. ฐานกระบวนการ	3.395	3.282	3.798	3.448	3.633	3.533	0.000**
7. ฐานสิ่งแวดล้อม	3.171	2.987	3.614	3.215	3.449	3.250	0.000**
ทางกายภาพ	3.336	3.273	3.745	3.383	3.616	3.361	0.000**
โดยรวม	3.336	3.273	3.745	3.383	3.616	3.361	0.000**

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาต่าง ๆ ระหว่างภาคเรียนที่ 1 และภาคเรียนที่ 2 โดยใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระกัน (Dependent Samples t-test) ผลการทดสอบพบว่า ค่า t ที่ได้ออกมาคือ 3.36 ซึ่งมากกว่าค่า t ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างภาคเรียนที่ 1 และภาคเรียนที่ 2

ด้านสถานที่ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านบุคลากร ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านกระบวนการ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ แตกต่างกัน ที่มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 ค่า p-Value ของผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ที่มีอาชีพแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	อาชีพ	\bar{X}	กลุ่มที่	p-Value					
				1	2	3	4	5	6
ผลิตภัณฑ์และบริการ	พนักงานบริษัท/ถูกจ้าง	3.409	1	-	0.677	0.000**	0.369	0.002**	0.964
	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	3.333	2	-	-	0.039*	0.388	0.068	0.802

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	อาชีพ	\bar{X}	กลุ่มที่	p-Value					
				1	2	3	4	5	6
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.724	3	-	-	-	0.057	0.627	0.127
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.504	4	-	-	-	-	0.128	0.637
	นักเรียน/นักศึกษา	3.676	5	-	-	-	-	-	0.190
	อื่นๆ	3.400	6	-	-	-	-	-	-
ราคา	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.205	1	-	0.775	0.000**	0.538	0.000**	0.545
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.262	2	-	-	0.067	0.949	0.181	0.784
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.635	3	-	-	-	0.004**	0.325	0.196
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.275	4	-	-	-	-	0.036*	0.783
	นักเรียน/นักศึกษา	3.532	5	-	-	-	-	-	0.398
	อื่นๆ	3.340	6	-	-	-	-	-	-
สถานที่	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.419	1	-	0.593	0.000**	0.556	0.001**	0.690
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.323	2	-	-	0.010*	0.856	0.044*	0.498
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.803	3	-	-	-	0.000**	0.266	0.147
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.358	4	-	-	-	-	0.003**	0.512
	นักเรียน/นักศึกษา	3.696	5	-	-	-	-	-	0.346
	อื่นๆ	3.500	6	-	-	-	-	-	-
การส่งเสริมการตลาด	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.363	1	-	0.606	0.000**	0.718	0.001**	0.988
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.262	2	-	-	0.003**	0.503	0.038*	0.731
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.866	3	-	-	-	0.000**	0.082	0.027*
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.404	4	-	-	-	-	0.024*	0.852
	นักเรียน/นักศึกษา	3.682	5	-	-	-	-	-	0.157
	อื่นๆ	3.360	6	-	-	-	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	อาชีพ	\bar{X}	กลุ่มที่	P-Value					
				1	2	3	4	5	6
บุคลากร	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.391	1	-	0.719	0.000**	0.457	0.006**	0.262
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.462	2	-	-	0.126	0.950	0.371	0.264
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.775	3	-	-	-	0.017*	0.215	0.006**
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.475	4	-	-	-	-	0.171	0.159
	นักเรียน/นักศึกษา	3.643	5	-	-	-	-	-	0.028*
	อื่นๆ	3.140	6	-	-	-	-	-	-
กระบวนการ	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.395	1	-	0.565	0.000**	0.635	0.009**	0.530
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.282	2	-	-	0.011*	0.433	0.081	0.377
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.798	3	-	-	-	0.005**	0.116	0.245
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.448	4	-	-	-	-	0.128	0.716
	นักเรียน/นักศึกษา	3.633	5	-	-	-	-	-	0.660
	อื่นๆ	3.533	6	-	-	-	-	-	-
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.171	1	-	0.378	0.000**	0.713	0.004**	0.738
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	2.987	2	-	-	0.004**	0.312	0.032*	0.386
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.614	3	-	-	-	0.003**	0.140	0.133
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.215	4	-	-	-	-	0.071	0.890
	นักเรียน/นักศึกษา	3.449	5	-	-	-	-	-	0.408
	อื่นๆ	3.250	6	-	-	-	-	-	-
โดยรวม	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	3.336	1	-	0.686	0.000**	0.605	0.000**	0.891
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.273	2	-	-	0.004**	0.516	0.033*	0.700
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.745	3	-	-	-	0.000**	0.124	0.035*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	อาชีพ	\bar{X}	กลุ่มที่	P-Value					
				1	2	3	4	5	6
	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.838	4	-	-	-	-	0.017*	0.906
	นักเรียน/นักศึกษา	3.616	5	-	-	-	-	-	0.158
	อื่นๆ	3.361	6	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.33 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอาเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีอาชีพแตกต่างกันเป็นรายคู่ในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ นักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันคู่อื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคาแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ นักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคาแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคาแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันคู่อื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสถานที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และ

ด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง และ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันคู่อื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง แม่บ้าน/พ่อบ้าน และ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันคู่อื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

โดยรวม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง แม่บ้าน/พ่อบ้าน และ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน และ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันคู่อื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่า p-value ของผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยวิธี One-Way ANOVA

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	รายได้ต่อเดือน (\bar{X})					p-value
	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท (n = 155)	มากกว่า 15,000 บาท (n = 93)	มากกว่า 25,000 บาท (n = 69)	มากกว่า 35,000 บาท (n = 39)	มากกว่า 45,000 บาท (n = 29)	
1. ด้านผลิตภัณฑ์และ บริการ	3.631	3.500	3.382	3.633	3.483	0.068
2. ด้านราคา	3.418	3.381	3.333	3.380	3.317	0.911
3. ด้านสถานที่	3.543	3.591	3.415	3.739	3.552	0.143
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.565	3.596	3.420	3.462	3.628	0.455
5. ด้านบุคลากร	3.503	3.531	3.400	3.687	3.814	0.051
6. ด้านกระบวนการ	3.546	3.609	3.396	3.539	3.603	0.383
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ	3.309	3.360	3.350	3.440	3.109	0.438
โดยรวม	3.350	3.510	3.385	3.554	3.501	0.546

จากตารางที่ 4.34 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.546 ซึ่งมีความมากกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์ในการนำค่า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.068 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.911 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.143 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.455 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ด้านบุคลากร ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.051 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.383 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.438 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ได้แก่ ความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 385 ตัวอย่าง ได้ผลการวิจัยดังตารางที่ 4.35-4.42 ดังนี้

k	แทน จำนวนตัวแปรอิสระ คือ 2
b	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยบางส่วนของตัวแปรอิสระ
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t
Sig.	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวทำนาย
R ²	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณแสดงประสิทธิภาพในการทำนาย
F	แทน ค่าอัตราส่วนวิกฤต
p-value	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
SBE	แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าตัวแปร กำหนดให้สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรดังนี้
X ₁	แทน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
X ₂	แทน การรับรู้ของนักท่องเที่ยว
Y ₁	แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
Y ₂	แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา
Y ₃	แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่
Y ₄	แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านส่งเสริมการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Y₅ แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร
- Y₆ แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ
- Y₇ แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
- Y₈ แทน ค่าประมาณความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.1 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อ
การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของ ความคาดหวังและการรับรู้ของ
นักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	b	t	p-value
ค่าคงที่	1.116	7.144	0.000**
ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.077	1.506	0.133
การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.622	10.946	0.000**

R² = 0.415 F = 135.307

Sig F = 0.000** SEE = 0.49215 p-value = 0.000**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ค่า p-value = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระ
อย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง
จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยค่า R² เท่ากับ 0.415 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปร
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการทำงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้ร้อยละ 41.5 โดยปัจจัยที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด คือ
การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b=0.622$, $p\text{-value} = 0.000$) ส่วนความคาดหวังต่อ
การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b=0.077$, $p\text{-value} = 0.133$) ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง
จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มาเป็นตัวพยากรณ์และจัดเป็นสมการ จะได้สมการ
วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$Y_1 = 1.116^{**} + 0.077X_1 + 0.622^{**}X_2$$

สมมติฐานที่ 2.2 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อ
การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านราคา

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ของความคาดหวังและการรับรู้ของ
นักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา	b	t	p-value
ค่าคงที่	0.609	3.808	0.000**
ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.017	0.322	0.748
การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.788	13.547	0.000**

$R^2 = 0.482$ $F = 177.409$,
 Sig F = 0.000** SEE = 0.50389 p-value = 0.000**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่า $p\text{-value} = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระ
อย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง
จังหวัดราชบุรี ด้านราคาโดยค่า R^2 เท่ากับ 0.482 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมด
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา ได้ร้อยละ 48.2 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด คือ การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b = 0.788$, $p\text{-value} = 0.000$) ส่วนความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b = 0.017$, $p\text{-value} = 0.748$) ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา

เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา มาเป็นตัวพยากรณ์และจัดเป็นสมการ จะได้สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$\hat{Y}_2 = 0.609** + 0.017X_1 + 0.788**X_2$$

สมมติฐานที่ 2.3 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านสถานที่

ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่	b	t	p-value
ค่าคงที่	1.130	7.141	0.000**
ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.131	2.531	0.012*
การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.562	9.766	0.000**

$R^2 = 0.399$ $F = 126.831$,
 Sig F = 0.000** SEE = 0.49818 p-value = 0.000**

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ค่า $p\text{-value} = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่ โดยค่า R^2 เท่ากับ 0.399 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่ ได้ร้อยละ 39.9 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด คือ การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b= 0.562, p\text{-value} = 0.000$) รองลงมาคือ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b= 0.131, p\text{-value} = 0.012$)

เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่ มาเป็นตัวพยากรณ์และจัดเป็นสมการ จะได้สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$Y_3 = 1.130^{**} + 0.131 * X_1 + 0.562^{**} * X_2$$

สมมติฐานที่ 2.4 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านส่งเสริมการตลาด	b	t	p-value
ค่าคงที่	0.813	4.877	0.000**
ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.015	0.270	0.788
การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.777	12.817	0.000**

$R^2 = 0.453$

$F = 158.215,$

$\text{Sig } F = 0.000^{**}$

$\text{SEE} = 0.52520$

$p\text{-value} = 0.000^{**}$

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่า $p\text{-value} = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยค่า R^2 เท่ากับ 0.453 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ร้อยละ 45.3 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุดคือ การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b = 0.777$, $p\text{-value} = 0.000$) ส่วนความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b = 0.015$, $p\text{-value} = 0.788$) ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด

เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด มาเป็นตัวพยากรณ์และจัดเป็นสมการ จะได้สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$\hat{Y}_4 = 0.813** + 0.015X_1 + 0.777**X_2$$

สมมติฐานที่ 2.5 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร	b	t	p-value
ค่าคงที่	0.993	5.690	0.000**
ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.080	1.393	0.164
การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.652	10.282	0.000**

$R^2 = 0.384$

$F = 119.063$,

Sig F = 0.000**

SEE = 0.54940

p-value = 0.000**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ค่า $p\text{-value} = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร โดยค่า R^2 เท่ากับ 0.384 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดเอกลक्षणนี้เป็นเอกลक्षणที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร ได้ร้อยละ 38.4 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด คือ การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b = 0.652$, $p\text{-value} = 0.000$) ส่วนความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b = 0.080$, $p\text{-value} = 0.164$) ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร

เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลากร มาเป็นตัวพยากรณ์และจัดเป็นสมการ จะได้สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$\hat{Y}_5 = 0.993** + 0.080X_1 + 0.652**X_2$$

สมมติฐานที่ 2.6 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ	b		p-value
ค่าคงที่	0.480	3.207	0.001**
ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.213	4.353	0.000**
การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.657	12.077	0.000**

$R^2 = 0.537$ $F = 221.381$,
 Sig F = 0.000** SEE = 0.47125 p-value = 0.000**

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ค่า $p\text{-value} = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ โดยค่า R^2 เท่ากับ 0.537 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ ได้ร้อยละ 53.7 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด คือ การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b=0.657$, $p\text{-value} = 0.000$) รองลงมาคือ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b=0.213$, $p\text{-value} = 0.000$)

เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ มาเป็นตัวพยากรณ์และจัดเป็นสมการ จะได้สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$Y_6 = 0.480** + 0.213**X_1 + 0.657**X_2$$

สมมติฐานที่ 2.7 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	b	t	p-value
ค่าคงที่	0.576	3.934	0.002**
ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.134	2.227	0.027*
การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.654	9.777	0.000**

$R^2 = 0.390$ $F = 121.914$,
 Sig F = 0.000** SEE = 0.57921 p-value = 0.000**

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ค่า $p\text{-value} = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยค่า R^2 เท่ากับ 0.390 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้ร้อยละ 39.0 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุดคือ การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b=0.654$, $p\text{-value}=0.000$) รองลงมาคือ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b=0.134$, $p\text{-value}=0.027$)

เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มาเป็นตัวพยากรณ์และจัดเป็นสมการ จะได้สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$\hat{Y}_7 = 0.576^{**} + 0.134 * X_1 + 0.654^{**} * X_2$$

สมมติฐานที่ 2.8 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว โดยรวม

ตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม

ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม	b	t	p-value
ค่าคงที่	0.817	7.653	0.000**
ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.095	2.725	0.007**
การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง	0.673	17.347	0.000**
$R^2 = 0.646$		$F = 348.969$	
Sig F = 0.000**		SEE = 0.33610	
$p\text{-value} = 0.000^{**}$			

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ค่า $p\text{-value} = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อยหนึ่งตัวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม โดยค่า R^2 เท่ากับ 0.646 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง

จังหวัดราชบุรี โดยรวม ได้ร้อยละ 64.6 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด คือ การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b = 0.673, p\text{-value} = 0.000$) รองลงมาคือ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง ($b = 0.095, p\text{-value} = 0.007$)

เมื่อนำปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม มาเป็นตัวพยากรณ์และจัดเป็นสมการ จะได้สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังนี้

$$Y_8 = 0.817^{**} + 0.095^{**}X_1 + 0.673^{**}X_2$$

ตารางที่ 4.43 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	/	/
สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	/	/
สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	/	/
สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	/	/
สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	/	/
สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน	/	/
สมมติฐานที่ 2.1 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	/	/

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.2 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านราคา		/
สมมติฐานที่ 2.3 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่	/	
สมมติฐานที่ 2.4 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด		/
สมมติฐานที่ 2.5 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านบุคลากร		/
สมมติฐานที่ 2.6 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านกระบวนการ	/	
สมมติฐานที่ 2.7 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	/	
สมมติฐานที่ 2.8 ความคาดหวังและการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวโดยรวม	/	

4.7 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่านักท่องเที่ยวได้เสนอข้อคิดเห็น โดยจำแนกตามปัจจัยดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ในบางสถานที่ท่องเที่ยวห้องน้ำไม่ค่อยสะอาด และยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเสนอให้มีการปรับปรุงเรื่องความสะอาด และเพิ่มปริมาณห้องน้ำให้เพียงพอ

ด้านราคา

นักท่องเที่ยวเสนอให้มีการปรับลดราคาเข้าชมสถานที่ในบางสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวเสนอให้มีการปลูกต้นไม้ตามสถานที่ท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความร่มรื่นและเพิ่มความสวยงามให้สถานที่นั้นๆ และเพิ่มมุมนั่งเล่นในบางพื้นที่ไว้สำหรับบริการผู้สูงอายุได้พักระหว่างการท่องเที่ยว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลงานวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษางานวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยจะกล่าวถึงสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลงานวิจัย และ
ข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลงานวิจัย

5.2 อภิปรายผลงานวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลงานวิจัย

การสรุปผลงานวิจัยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส
ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากการเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 385 ตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิง มีอายุมากกว่า 20-30 ปี มีสถานภาพโสด อาศัยอยู่ภาคกลางและภาคตะวันตก ประกอบ
อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง
จังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.488 โดยระดับความพึงพอใจด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก
ที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ
ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.747 โดยระดับความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.438 โดยระดับการรับรู้ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ

5.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ได้ผลการวิเคราะห์ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานงานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้

5.1.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ได้ผลการวิเคราะห์ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวัง และการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในส่วนความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

สมมติฐานที่ 2.6 ความคาดหวัง และการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ โดยการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง

สมมติฐานที่ 2.7 ความคาดหวัง และการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง

สมมติฐานที่ 2.8 ความคาดหวัง และการรับรู้ มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยว โดยรวม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวโดยรวม โดยการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง

5.2 อภิปรายผลงานวิจัย

งานวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.1 อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยรวม โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.488 โดยระดับความพึงพอใจด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีความโดดเด่นในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เพราะ อุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลายแห่ง และไม่มีควมวุ่นวายเหมือนในตัวเมือง นักท่องเที่ยวจึงนิยมเลือกเป็นสถานที่พักผ่อนหลังจากการทำงาน หรือมาพักผ่อนกับครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ ประชาสวัสดิ์ (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรีของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านสถานที่ที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน มากที่สุด เนื่องจากด้วยการเดินทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก และสามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง และมีป้ายบอกเส้นทางชัดเจน โดยหากวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในแต่ละด้าน ตามลำดับความสำคัญ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ลำดับที่หนึ่ง ด้านสถานที่

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก โดยให้ระดับความ พึงพอใจต่อป้ายบอกเส้นทางเข้า-ออกสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีการขยายตัวทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีเพิ่มมากขึ้น การมีป้ายบอกเส้นทางที่ชัดเจนสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่าย และถูกจุดหมายที่ต้องการ ช่วยในการประหยัดเวลาในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุภาพ ประชาสวัสดิ์ (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรีของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน ทางปัจจัยทางการตลาดในสถานที่ตั้ง (Place) ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าหาดบางแสนมีถนนสะดวกสบาย กว้างขวาง มี ป้ายบอกทางชัดเจน

ลำดับที่สอง ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ในระดับมาก โดยให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และในปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อาจเนื่องจากหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากตัวเมือง เพื่อการพักผ่อน และรู้สึกผ่อนคลายเมื่อได้อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ อีกทั้ง ณ ขณะนี้มีนักลงทุนเข้าสร้างสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ฟาร์มเลี้ยงแกะ การสร้างผลิตภัณฑ์เทียบหอม ฯลฯ เพื่อเป็นจุดดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้งเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และคณะ (2556) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดฉัตรศิลา เกือบทั้งหมดมีความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในตลาดจาก

ลำดับที่สาม ด้านการส่งเสริมการตลาด

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยให้ระดับความพึงพอใจต่อป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันถือเป็นวิธีทางหนึ่ง ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจ ดังนั้นป้ายประชาสัมพันธ์ต้องมีเนื้อหาที่ครบถ้วนชัดเจน นักท่องเที่ยวอ่านแล้วเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ประพนธ์รัตน์ จงกล และคณะ (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา พบว่า แนวทางการปรับปรุงเพื่อเพิ่มกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการจัดการการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรส่งเสริมประชาสัมพันธ์ การแจ้งข่าวสารข้อมูล ชักชวน และโน้มน้าวจิตใจ นักท่องเที่ยว

ลำดับที่สี่ ด้านกระบวนการ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก โดยให้ระดับความพึงพอใจต่อช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียดหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการสอบถามข้อมูลรายละเอียดต่างเป็นสิ่งที่สามารถช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างๆ ซึ่งในสมัยก่อนการได้รับข้อมูลเกิดจากการบอกกันโดยปากต่อปาก แต่ปัจจุบันโลกได้มีเทคโนโลยีเกิดขึ้นมากมาย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ถนอมศรีฐา แสงวงกิจ (2554) ที่ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระบบการให้ข้อมูลเป็นปัจจุบัน มีระบบการจัดลำดับการจองของลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจในวันและเวลาที่เข้าพัก

ลำดับที่ห้า ด้านบุคลิกภาพ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับมาก โดยให้ระดับความพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีมนุษยสัมพันธ์และมีกิริยาสุภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การบริการนักท่องเที่ยว และการปฏิบัติตัวที่ดีของพนักงานต่อนักท่องเที่ยว ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ในการพิจารณาในการมาเที่ยวในครั้งต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุวภาพ ประภาสวัศดี (2554) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน ทางปัจจัยทางการตลาดในด้านบุคลิกภาพ (People or Personality) ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าหาดบางแสนมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีการบริการที่ดี และเจ้าหน้าที่ศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมีการบริการที่ดี

ลำดับที่หก ด้านราคา

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวคิดว่าค่าบริการต่างๆ เหมาะสมกับบริการที่ได้รับนั้น จึงพร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนการได้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ศิริประภา อนันตชัย และคณะ (2557) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหาร ในตลาดท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อยู่ในระดับปานกลาง

ลำดับที่เจ็ด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เกิดขึ้นท่ามกลางธรรมชาติ ของอำเภอสวนผึ้งแล้ว นักท่องเที่ยวจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบรอบๆ สถานที่มากนัก ซึ่งสอดคล้องกับระดับพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศเงียบสงบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปิยวัช ปอน้อย (2555) พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการซื้อหรือการใช้บริการซ้ำของลูกค้า เช่น หากนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชายหาดแล้วพบว่าสกปรก ก็จะไม่ไปท่องเที่ยวซ้ำอีก

5.2.5 อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ด้านเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวเพศชาย-เพศหญิง ในปัจจุบันล้วนแต่ทำงานด้วยกันทั้งนั้น เมื่อเสร็จสิ้นจากการทำงานหรือวันหยุด นักท่องเที่ยวต่างต้องการการพักผ่อนจากการทำงาน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ และรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน จึงทำให้ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งเพศชาย-เพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (2554) ชวลิต เปี่ยมวารี พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปติกในไฮเปอร์มาเก็ตโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจโดยรวม มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี คือผู้สูงอายุ ผู้ที่ส่วนใหญ่อยู่ในการใช้ชีวิตหลังเลิกจากการทำงาน ย่อมต้องการความสะดวกสบายในการใช้บริการ และรับบริการที่ดีจากการท่องเที่ยว ให้เหมาะสมกับวัย และมักต้องการสถานที่ที่มีความเงียบสงบ เป็นธรรมชาติ เหมาะกับการพักผ่อน จึงมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสาศักยณ์ ทองสุข (2552) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมด้านกลุ่มบุคคลที่รวมเดินทางที่มีต่อจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

ด้านสถานภาพสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน จากการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ โสดและสถานภาพแยกกันอยู่/หม้าย/หย่าร้าง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแล้วมักจะไปท่องเที่ยวกับครอบครัวมากกว่าการไปท่องเที่ยวคนเดียว และจากการไปท่องเที่ยวเป็นครอบครัวย่อมมีค่าใช้จ่ายที่มากกว่า ต้องคำนึงถึงราคาของสินค้าและบริการ การส่งเสริมการตลาดจากสถานที่ท่องเที่ยวหรือที่พักที่สามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายได้ และความคุ้มค่าที่จะได้รับ มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาภรณ์ ฮาร์ล และ ศศิธร จ้วนพันธ์ (2557) พบว่า นักท่องเที่ยวเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศแตกต่างกัน

ด้านภูมิสำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิสำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องปัจจุบันการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนข้างสะดวกสบาย และบางสถานที่ท่องเที่ยวหรือที่พักบางแห่งมีการอำนวยความสะดวกในการรับส่งนักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวง่ายขึ้น ทำให้ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาพร นิลรัตน์ (2552) พบว่า ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศของคนไทยในอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกัน จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่นๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก เป็นอาชีพที่มีเวลาการทำงาน และวันหยุดงานที่แน่นอน ตามตารางการทำงาน ซึ่งทำให้สามารถวางแผนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวล่วงหน้าได้ แต่ด้วยอาจเป็นอาชีพที่รายได้ต่อเดือนไม่มากนัก จึงต้องคำนึงถึงการส่งเสริมการตลาดจากสถานที่ท่องเที่ยวหรือที่พัก เพื่อลดค่าใช้จ่าย และบางครั้งตามสถานที่ท่องเที่ยว หรือที่พัก อาจมีการส่งเสริมการตลาดพิเศษในการมาเป็นกลุ่ม ทำให้บางครั้งเมื่อถึงวันหยุดอาจมีการนัดแนะเพื่อนร่วมงานไปท่องเที่ยวร่วมกัน เพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน เพื่อเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างกัน และกัน ได้แลกเปลี่ยนทัศนคติ แลกเปลี่ยนความคิดใหม่ๆ ของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จาริรัตน์ ดาวสวย (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในพัทยาแตกต่างกัน

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่ดีมากนัก การจะทำอะไรสักอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการใช้จ่าย ทำให้ต้องมีการวางแผนในการใช้จ่ายเงิน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ที่แน่นอน ย่อมต้องมีการวางแผนใช้จ่ายเงินในชีวิตประจำวัน ในการเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จึงต้องมีการแบ่งเงินเอาไว้ใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ จึงทำให้รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลลดา มงคลวนิช และคณะ (2556) พบว่า เยาวชนไทยที่มีรายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างกันให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

5.2.6 อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

การรับรู้มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวได้มีการศึกษาข้อมูลก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยดูข้อมูลตามอินเทอร์เน็ต ตามโฆษณาสิ่งพิมพ์ หรือการได้รับฟังจากบุคคลใกล้ชิดที่เคยท่องเที่ยวมาก่อน และเมื่อได้มาสัมผัสจริงแล้วรู้สึกเป็นไปตามที่ได้รับข้อมูล จึงเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ching-Fu Chen, Fu-Shian Chen (2010) ที่กล่าวว่า การรับรู้มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเมือง Tainan โดยค่าการรับรู้มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อม ต่อความพึงพอใจตามพฤติกรรมที่ตั้งใจไว้ของนักท่องเที่ยว ดังนั้น จากผลการศึกษารับรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จึงมีความสัมพันธ์ โดยตรงกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ส่วนความคาดหวังมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้เนื่องจาก ก่อนการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ย่อมมีความคาดหวังในสถานที่ต่างๆ หรือบริการที่คาดว่าจะได้รับจากการมาท่องเที่ยวในสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี หากความคาดหวังต่างๆ ได้รับครบตอบสนองย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Akin Aksu, Ebru Tarcan Icigen และ Ruya Ehtiyar (2010) ที่พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จึงมีผลทำให้เกิดความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีด้วยเช่นกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีอยู่ในระดับปานกลาง ทางผู้วิจัยจึงได้มีข้อเสนอแนะเป็นรายด้านดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนผึ้ง หากมีข้อผิดพลาดประการใดขออภัยเป็นอย่างสูง และขอสงวนสิทธิ์ในเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการรักษาสภาพแวดล้อมให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด เพราะอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เน้นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม และสถานที่ท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวจึงไม่ต้องการให้เกิดความเสียหายแก่ธรรมชาติที่มีอยู่ และยังต้องการให้หน่วยงานและผู้ประกอบการช่วยกันรักษาความสมบูรณ์เอาไว้ให้ได้มากที่สุด และสิ่งที่ควรปรับปรุง คือ เรื่องจำนวนห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความสะอาดสบายให้มากยิ่งขึ้น

ด้านราคา

นักท่องเที่ยวบางกลุ่มใช้รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยวิธีการนั่งรถโดยสารประจำทาง หรือ โดยการใช้บริการรถตู้ให้เช่า จึงต้องเป็นหน้าที่ที่ผู้ประกอบการรถโดยสารหรือบริการรถตู้ให้เช่าควรรักษามาตรฐานการบริการที่ดีไว้ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่ามีความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก

ด้านสถานที่

ผู้ประกอบการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการคิดป้ายบอกเส้นทางให้ชัดเจนเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีต่อการมีป้ายบอกเส้นทางเข้า-ออกสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน อยู่ในระดับมาก และนักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน แต่สิ่งที่ควรปรับปรุงคือ การจัดสถานที่ เช่น ร้านอาหารและร้านค้า ควรมีความเหมาะสมเพื่อความสะอาดสบายต่อนักท่องเที่ยว

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ ให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยการติดป้ายประชาสัมพันธ์หรือสื่อต่างๆ และควรมีการอธิบายรายละเอียดต่างๆ ให้ชัดเจน เข้าใจง่ายต่อนักท่องเที่ยว เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัยอยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร

ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการอบรมพนักงานของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เช่น กิริยา มารยาทในการต้อนรับ การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อพนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว มีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีกิริยาสุภาพ และสิ่งที่ควรปรับปรุง คือ พนักงานควรมีความสามารถในการเสนอบริการที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

ด้านกระบวนการ

ควรมีช่องทางการติดต่อในการติดต่อสอบถามข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว และทราบถึงรายละเอียดได้ในหลายๆ ช่องทาง และขั้นตอนการจองที่พักหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวสามารถทำได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการมีช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียดหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

สิ่งสำคัญลำดับต้นๆ ที่สถานที่ท่องเที่ยวควรคำนึงถึงคือ บรรยากาศโดยรอบสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม เงียบสงบ เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวที่ต้องการในการมาท่องเที่ยวแนวธรรมชาติ เพื่อเพิ่มความสุขในการท่องเที่ยว เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศเงียบสงบ อยู่ในระดับมาก และสิ่งที่ควรปรับปรุงคือ ควรมีจุดนั่งพักระหว่างทางเพิ่มมากขึ้น เพื่อเอื้อความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อาจมีลักษณะที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว
2. สำหรับงานวิจัยในอนาคตน่าจะศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

กองธรรมาธิการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสมาชิก. 2540. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและ

ให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันในยุคของการค้าเสรี. กรุงเทพฯ : กองธรรมาธิการ

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสมาชิก.

กมลวัฒน์ ยะसारวรรณ. 2547. “การรับรู้ภาวะเบี่ยงของพนักงานท่าเรือแหลมฉบัง.” ปัญหาพิเศษ

รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ บัณฑิตวิทยาลัย,

มหาวิทยาลัยบูรพา.

กัณกริชฐา แสงวงกิจ. 2554. “กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ จังหวัด

สมุทรสงคราม.” ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ,

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพมหานคร :

ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2529. ทรัพยากรการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : พิษณุเศ.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2542. การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.

กรุงเทพฯ : กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวฯ.

กรมการท่องเที่ยว. 2555. สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี. กรุงเทพฯ : กรมการท่องเที่ยว

กุลวดี ละม้ายเงิน. 2555. เอกสารประกอบการสอน วิชาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สาขาวิชา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

เครือวัลย์ ทัพนวัชร. 2548. “ความพึงพอใจของผู้เข้าชมต่อการบริการของสวนสัตว์สงขลา

อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาไทยคดี

ศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยทักษิณ.

โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. 2541. “โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติ

การเพื่อฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ (เชียงใหม่).” โครงการศึกษาวิจัย

การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมภาคเหนือ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จำเนียร ช่างโชติ. 2542. จิตวิทยาการรับรู้และการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย

รามคำแหง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรรมใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จารีรัตน์ ดาวสวย. 2555. “การเปรียบเทียบทัศนคติและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้ทกกับหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” วารสารการบริการและการท่องเที่ยว. 7(2) : 57-68.
- จิตตินันท์ เศษะคุปต์. 2540. จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จีรวุฒิ ล้วนกลิ่นหอม. 2547. จิตวิทยามนุษย์เชิงธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : คณะวิชาบริหารธุรกิจ โรงเรียนฐานเทคโนโลยี.
- จุฑาภรณ์ ฮาร์ต และ ศศิธร วัฒนพันธ์. 2557. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.” วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ. 4(3) : 415-426.
- ชลลดา มงคลวนิช. 2556. “ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.” วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 8(2) : 75-90.
- ชวลิต เปี่ยมวารี และคณะ. 2554. “ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีกในไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขตจังหวัดปทุมธานี.” วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม. 10(3) : 115-128.
- ชรีณี เศษจินดา. 2535. “ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการกำจัดอุตสาหกรรมแขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชัชวาล นิธิพิพัฒน์ โกศล. 2547. “ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณด่านชายแดนไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวบริเวณด่านชายแดนไทย-พม่า.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2548. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2540. วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชัชฎกร พรภาณวิษุณฺ. 2540. “ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากร
ธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารการบริการส่วนตำบล : กรณีศึกษา
จังหวัดแพร่.” วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยมหิดล.

ณมาดา แสงน้มนวล. 2543. การรับรู้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อการดำเนินโครงการของ
กรุงเทพมหานครในปี 2539-2543 กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. 2542. ทฤษฎีการจูงใจ. พิมพ์ครั้งที่ 5.
กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธนกฤต สังข์เฉย. 2550. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธนกร พึ่งสัมพันธ์. 2555. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะสีชัง
อำเภอเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี.” วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

นพ ศรีบุญนาท. 2545. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุทธ ไพศาล.

นิภาพร นิลรัตน์. 2552. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศของคนไทยในอุทยาน
แห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่.” วารสารปัญญาภิวัตน์. 3(1) : 72-80.

นิตาลักษณ์ ทองสุข. 2552. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
ตลาดนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล. 2540. “ความคาดหวังของผู้เรียนต่อ โครงการยกระดับความรู้พื้นฐาน
สำหรับผู้ใหญ่บ้านและผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดสุพรรณบุรี.” ปริญญาโทบริหาร
ประถมศึกษา สาขาการศึกษาผู้ใหญ่ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธ์. 2543. รวบรวมบทความการวิจัย การวัดผลและประเมินผล. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ : ศรีอนันต์.

บุหลัน รัตน์. 2554. สวนผึ้ง ดินแดนแห่งหุบเขาทะเลหมอก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บ้านหนังสือ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่ : ม.ป.พ.

(ถ่ายเอกสาร)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การจัดการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :

เพรส แอนด์ ดีไซน์.

ประพินรัตน์ จงกล และคณะ. 2557. “กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา”. หน้า 113-122. ใน การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 5.

จังหวัดสงขลา : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ปิยวัช ปอน้อย. 2555. “ส่วนประสมการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขต

กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

อุตสาหกรรม วิทยาลัยการบริหารและจัดการ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พัชรีย์ มหาลาก. 2538. “ความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาระดับกลางที่มีต่อบทบาทการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาระดับล่าง ในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พิชญ วรย์เกษม. 2548. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พลศรี จีบแก้ว. 2552. ภาพเก่าเล่าอดีต. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ราชบุรี. สำนักศิลปากรที่ 1 ราชบุรี กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม. หน้า 85.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร :

สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ไพฑูรย์ พงสะบุตร และวิลาสวงค์ พงสะบุตร. 2542. คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์. พิมพ์ครั้งที่ 5.

กรุงเทพฯ : ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และคณะ. 2556. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดนครสีลาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.”

Veridian E-Journal. 6(1) : 648-660.

เขาวรี เจริญสวัสดิ์. 2543. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้ประโยชน์อุทยานแห่งชาติ

เขาใหญ่เพื่อนันทนาการ.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวีวรรณ ชินะตระกูล. 2538. วิจัยการศึกษา. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

วาร์ชต์ มัชฌมบุรุษ. (ม.ป.ป.). รูปแบบการท่องเที่ยว.[Online].

Available : <http://tourismatbuu.wordpress.com/>

วิจิต อุ่ออื่น. 2553. การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม

สิริกมล กันทะวัง. 2553. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน
อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
บริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สิริวรรณ อัสกุล. 2528. ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถในการทำงานที่กำหนดของนักเรียนที่
มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงและต่ำ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุชา จันทร์อม. 2544. จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 13 ฉบับแก้ไขปรับปรุง. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนา
พานิช จำกัด

สุภกัญญาณี สุขสำราญ. 2544. “ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมและความคาดหวังของผู้บริหาร
และครูผู้สอนสถานศึกษาเอกชน เขตการศึกษา 5 ในการปฏิรูปการศึกษาตามพระราช
บัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542.” วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต การบริหาร
การศึกษา, สถาบันราชภัฏเพชรบุรี.

สุรีย์ กาญจนวงศ์. 2542. จิตวิทยาสังคม. นครปฐม : คณะสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์
ภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุวภาพ ประภาสสวัสดิ์. 2554. “ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบ
วันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เสวี วังส์ไพจิตร. 2534. จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ชนวนให้เกิดขบวนการทางนิเวศ
วิทยาทางการเมือง. เอกสารวิจัยส่วนบุคคลในลักษณะสังคมจิตวิทยา. วิทยาลัยป้องกัน
ราชอาณาจักร.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2546. การท่องเที่ยว.[Online].

Available : <http://tourismatbuu.wordpress.com/>

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. 2545. จิตวิทยาสังคมและทฤษฎีปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

ศิริประภา อนันตชัย และคณะ. 2557. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ
ซื้อสินค้าประเภทอาหารในตลาดท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัด
ฉะเชิงเทรา.” วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. 32(2) : 19-25.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2549. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์ จำกัด.

ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. 2550. “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ
ของโฮมสเตย์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง.” ปรินญาการจัการมหาบัณฑิต.
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2540. พฤติกรรมมนุษย์ในองค์กร ใน เอกสารสอน
หน่วยที่ 8-15. พิมพ์ครั้งที่ 15. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

แหล่งชุมนุมของคนชอบเที่ยว. 2556. สวนผึ้ง.[Online].Available :

http://www.paiduaykan.com/76_province/central/ratchaburi/suanpeung.html

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อภินันท์ จันตะนี. 2538. วิจัยวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี.เจ.พรินต์ติ้ง

อัญชลี คำนววิรุฬหามิช. 2539. “ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทาง
สังคมของคนหูหนวก : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนสอนคนหูหนวกในเขต
กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัญชลี รัชชกุล. 2541. “การรับรู้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ประชาชนต่อบทบาทของ
ตำรวจชุมชนประจำตำบล.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์
พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. 2552. ประวัติ.[Online].

Available : <http://suanpeung.blogspot.com/>

Aday , L. N., & Andersen, R. 1978. “Theoretical and Methodological Issues in Sociological
Studies of Consumer Satisfaction with Medical Care”. **Social Science and Medicine**.
12(28).

Akın Aksu, Ebru Tarcan İçigen and Rüya Ehtiyar. 2010. “A Comparison of Tourist Expectations
and Satisfaction: A Case Study from Antalya Region of Turkey”. **Turizam**. 14(2) : 66-
77

A. S. Hornby. 2000. **Oxford Advanced Learner's Dictionary**. UK : Oxford University Press

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Ching-Fu Chen, Fu-Shian Chen. 2010. "Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists". **Tourism Management**. 31 : 29-35
- Christopher, H.Lock, Sanda Vandermerwe, and Barbara Lewis. 1996. **A Study of Customer expectations and perceptions of The Service Quality Handbook**. New York : Amacorn.
- Holloway, JC. 1983. **The Business of Tourism**. Plymouth : Macdonald and Evans.
- Kotler, P. 2000. **Marketing Management (The millennium edition)**. New Jersey : Prentice Hall International.
- Kotler, P and Armstrong, G. 2002. **Principle of Management**. New Jersey : Prentice-Hall.
- Lovelock et al. 1996. **Service Marketing**. New Jersey : Prentice-Hall.
- Margaret W. Matlin. 2002. **Cognition**. USA : Harcourt College Publisher.
- Oliver, R.L. 1993. "Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response". **Journal of Consumer Research**. 20(3) : 418-430
- Robinson, H. 1976. **A Geography of Tourism**. London : Macdonald & Evans
- Tak Kee Hui, David Wan and Alvin Ho. 2006. "Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore". **Tourism Management**. 28(2007) : 965-975
- Vroom, H. V. 1970. **Work and motivation**. New York : John Wiley and Sons.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. and Gremler, D.D. 2006. **Services Marketing : Intergrating Customer Focus Across the Firm**. 4th ed. Singapore : McGraw-Hill.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามประกอบการวิจัย
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง
จังหวัดราชบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถาม เพื่อจัดเก็บข้อมูลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ท่านตอบ จะเก็บเป็นความลับ และจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านและหน่วยงานของท่านแต่อย่างใด เนื่องจากข้อมูลที่น่าเสนอในผลงานการวิจัยจะนำเสนอในภาพรวม มิได้เสนอเป็นรายบุคคล และจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
- ตอนที่ 2 ความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการศึกษาวิจัยนี้

นายพีรวัส สุวรรณประภา
 นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
 วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความและเติมข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี () มากกว่า 20 ปี-30 ปี
 () มากกว่า 30 ปี-40 ปี () มากกว่า 40 ปี-50 ปี
 () มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพสมรส

- () โสด () สมรส
 () หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หย้าย

4. ภูมิลำเนา

- () ภาคเหนือ จังหวัด..... () ภาคกลาง จังหวัด.....
 () ภาคตะวันออก จังหวัด..... () ภาคตะวันตก จังหวัด.....
 () ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัด..... () ภาคใต้ จังหวัด.....

5. อาชีพ

- () พนักงานบริษัท () แม่บ้าน/ พ่อบ้าน
 () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () ธุรกิจส่วนตัว/ ถ้าขาย
 () ลูกจ้าง () นักเรียน/ นักศึกษา
 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

- () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท () มากกว่า 15,000 บาท-25,000 บาท
 () มากกว่า 25,000 บาท-35,000 บาท () มากกว่า 35,000 บาท-45,000 บาท
 () มากกว่า 45,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

คำชี้แจง : โปรดติ๊กเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (5=มากที่สุด, 4=มาก, 3=ปานกลาง, 2=น้อย, 1=น้อยที่สุด)

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้					ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม															
2. โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม															
3. การมีสินค้าที่ระลึกให้เลือกซื้อหลากหลายชนิด															
4. ร้านอาหารและร้านค้ามีจำนวนเพียงพอและถูกสุขอนามัย															
5. จำนวนห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว															
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ															

ด้านราคา	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้					ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนอยู่ในระดับที่เหมาะสม															
2. ราคาที่พัฒนาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ															
3. ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เหมาะสม															
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ															
5. การได้รับส่วนลดจากการท่องเที่ยว เช่น การมีคูปองส่วนลดสำหรับการมาเป็นหมู่คณะ, การเป็นสมาชิกของหน่วยงานที่เป็นพันธมิตรกับสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น															
ด้านสถานที่															
1. การจัดสถานที่ เช่น ร้านอาหารและร้านค้าที่เหมาะสม															

เอกสารนี้

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านสถานที่	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้					ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. การรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักมีความเหมาะสม															
3. จำนวนพื้นที่สำหรับจอดรถเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว															
4. การมีป้ายบอกเส้นทางเข้า-ออกสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน															
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด และเป็นระเบียบ															
ด้านกรส่งเสริมการตลาด															
1. ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย															
2. ข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวมีความถูกต้อง และชัดเจน															
3. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย															

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้					ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. ช่วงเวลาเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม															
5. การให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน															
ด้านบุคลากร	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้					ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. พนักงานให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีความสนใจให้แก่อุปกรณ์															
2. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีความชำนาญในการให้บริการ															
3. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีทักษะในการสื่อสารดี															
4. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีมนุษยสัมพันธ์และมีกิริยาสุภาพ															

ด้านบุคลากร	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้					ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. พนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานที่ ห้องที่มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ															
ด้านกระบวนการ	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้					ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. การแสดงรูปลักษณ์ของสถานที่ ห้องที่ียวโรงแรม ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก ในสถานที่จัดจำหน่ายต่างๆ															
2. ขั้นตอนการจองที่พัก และโปรแกรมการ ท่องเที่ยวที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง															
3. การแสดงรายละเอียดของวิธีการเดินทาง มายังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน															
4. ขั้นตอนการซื้อตั๋วเพื่อเข้าเยี่ยมชมสถานที่ มีความสะดวก															
5. การชำระค่าบริการต่างๆ มีให้เลือกใช้ได้ หลายช่องทาง															

เอกสารนี้
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดัชนีกระบวนการ	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้					ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. การมีช่องทางในการติดต่อสอบถามรายละเอียดหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น															
ดัชนีสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ														
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศสงบ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. การมีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้อ่านบทความสะดวก															
3. การมีมุมหนังสือบริการตามจุดนั่งพัก															
4. การให้บริการระบบโทรทัศน์ที่มีสัญญาณของภายในประเทศและต่างประเทศ															
5. การเปิดเสียงเพลงเพื่อเพิ่มบรรยากาศในสถานที่															
6. การนำเสนอภาพร่าเริงแสดงที่มาท่องเที่ยว เพื่อแสดงถึงความนิยมในสถานที่															

เอกสารนี้
 ที่งานวิจัย
 ไม่ว่าการนี้ใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

“ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามอย่างยิ่งที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้”



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล นายพีรวัส สุวรรณประภา
วัน เดือน ปีเกิด 23 กรกฎาคม 2531
ที่อยู่ 34/1 หมู่ 9 ต.สูงกระถิน อ.เมืองราชบุรี
จ.ราชบุรี 70000
ประวัติการศึกษา พ.ศ.2553 สำเร็จการศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชา เคมีอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์ทำงาน พ.ศ.2554 - 2556 ตำแหน่ง นักเคมี ฝ่ายสีอุตสาหกรรมหนักและ
สีทาอาคาร
บริษัท ไทย ดีเอนที เพนท์ จำกัด
E-mail peet_zaa_boy@hotmail.com



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้