

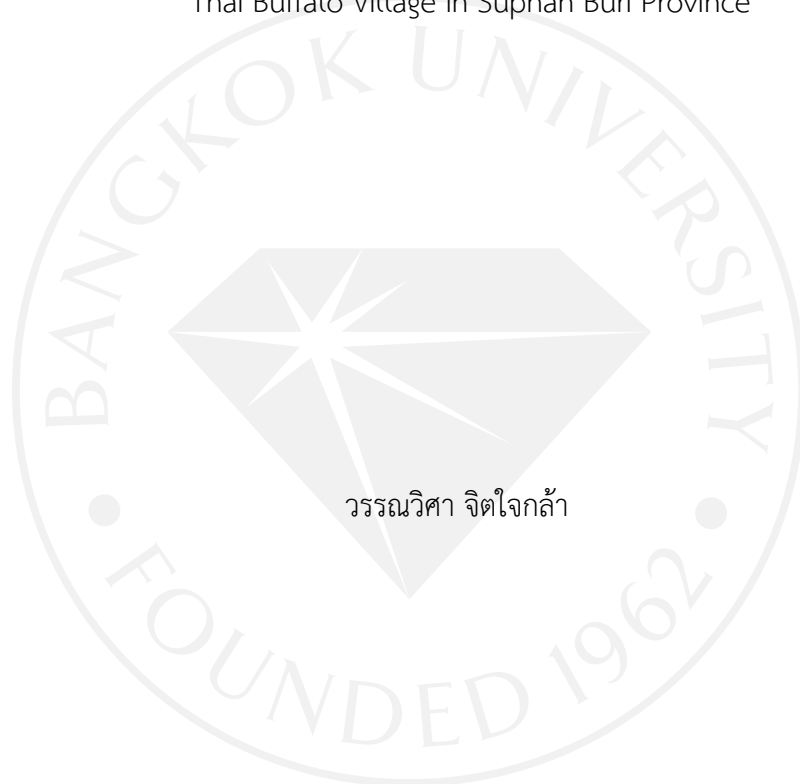
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว
หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

Influent Factors to Tourism for Thai People in Visiting on
Thai Buffalo Village in Suphan Buri Province



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว
หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

Influent Factors to Tourism for Thai People in Visiting on
Thai Buffalo Village in Suphan Buri Province



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



© 2559

วรรณวิศา จิตใจกล้า

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง บัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย
จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้วิจัย วรรณวิศา จิตใจกล้า

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ชลวิศ สุธัญญารักษ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.คุณานันท์ สุขพาสน์เจริญ)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

31 สิงหาคม 2559

วรรณวิศา จิตใจกล้า. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว, สิงหาคม 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี (124 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ชลวิช สุธัญญารักษ์

บทคัดย่อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคพร้อมแนวทางการแก้ไขของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2558 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จำนวน 4 ร้านค้า และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 4 หน่วยงาน พบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมากับเพื่อนด้วยรถยนต์ส่วนตัว ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง มาท่องเที่ยวมานาน ๆ ครั้ง มีค่าใช้จ่ายต่อ 1 คน ประมาณ 501-1,000 บาท ปัญหาและอุปสรรคที่พบบ่อยบอกทางไม่ชัดเจน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านที่มีปัญหาและอุปสรรคมากที่สุด คือ ขยะมูลฝอย เช่น ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก ลำดับที่สอง คือ ห้องน้ำ เช่น การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด ลำดับที่สาม คือ กิจกรรมภายในหมู่บ้านควายไทย เช่น กิจกรรมน้อย ไม่หลากหลาย ข้อเสนอแนะ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญต่อการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย เพื่อคาดการณ์ความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยการสำรวจความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของหมู่บ้านควายไทย เพื่อนำมาวางแผนด้านการพัฒนาและด้านการตลาดท่องเที่ยว รวมถึงสามารถกำหนดกระบวนการในการดำเนินงานในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

Jitjaikla, W. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), August 2016,
Graduate School, Bangkok University.

Influent Factors to Tourism for Thai People in Visiting on Thai Buffalo Village in
Suphan Buri Province (124 pp.)

Advisor: Chonlavit Sutunyarak, Ph.D.

ABSTRACT

This research is in the title of Influent factors to tourism for Thai people in visiting on Thai Buffalo Village in Suphan Buri province. Moreover, it has the objective to study behaviors and influent factors to tourism for Thai people in visiting on Thai Buffalo Village in Suphan Buri province including of studying the problems and the obstructs with finding out of solutions for Thai tourists who visit in Thai Buffalo Conservation Village in Suphan Buri province. Then, the researcher has collected data by using the questionnaires with 400 tourists between November and December of A.D. 2015. In addition, with interviewing from the entrepreneurs in Thai Buffalo Conservation Village for 4 shops and 4 relative government agencies, it was found that most tourists have come with friends by personal cars on weekend for 1-2 hours. Besides, they seldom come to this location and the expense per each one is approximately with 501 to 1,000 baht. Similarly, it was found that there is the problem and the obstruct with unclear information on the guide post. Finally, the relevant people should give the importance on the planning of the tourism management for Thai Buffalo Village. Thus, it can make the expectation on the future change affecting to the tourism for planning of the development and the tourism marketing excellently including of determining the suitable operational procedures in the future.

Keywords: Conservation Tourism, Influent Factors to Tourism

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระและวิเคราะห์ทางสังคมศาสตร์ นับว่าเป็นหัวใจของการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งผู้ศึกษาในระดับดังกล่าวนี้ในทุกหลักสูตรจะต้องใช้ความรู้ในสิ่งที่ได้ศึกษามา เพื่อประกอบในการตัดสินใจ ค้นคว้า และวิเคราะห์หาข้อมูลตามหลักวิชาการ เป็นการหาคำตอบในสิ่งที่ตนเองสงสัย อยากรู้ ถือเป็นภารกิจของผู้ศึกษาให้รู้จักคิด วิเคราะห์ ค้นหา รวบรวมข้อมูล โดยอาศัยหลักการและทฤษฎีต่าง ๆ โดยมีได้ใช้ความคิดเห็นส่วนตัวหรือการที่มีอคติส่วนตัวเป็นองค์ประกอบในการศึกษาหาความรู้ นั้น ๆ การศึกษาค้นคว้าในสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษามีความสนใจ ค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ตามหลักการและทฤษฎีทางด้านวิชาการ โดยได้ศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าและวิเคราะห์หาข้อมูลในเรื่องดังกล่าวข้างต้นภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นเวลาค่อนข้างจำกัดตามที่หลักสูตรได้กำหนดไว้ โดยผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าหาข้อมูลให้มากและเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ศึกษาและผู้ที่ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมในประเด็นข้อศึกษานี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษาท่านอื่น ๆ ที่ต้องการศึกษาในหัวข้อและประเด็นนี้เพิ่มเติมในคราวต่อไป

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ดร.ชลวิช สุทธิญาณรักษ์ และผู้เชี่ยวชาญ ดร.คุณานันท์ สุขพาสณ์เจริญ ที่เสียสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้คำปรึกษาชี้แนะ แนะนำให้แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ด้วยความเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอจนเกิดเป็นผลสำเร็จลุล่วง และทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี

ขอบคุณหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการร้านค้าในหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย รวมถึงนักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์และได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยฉบับนี้ และขอบคุณเจ้าหน้าที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยทุกท่านที่ได้ช่วยอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลของชุดแบบสอบถามเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดาที่ได้ให้การสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้าเสมอมา รวมถึงขอบคุณทุก ๆ ท่านที่ไม่ได้กล่าวถึง ซึ่งมีส่วนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ตามที่ได้ตั้งใจเอาไว้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	5
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
1.7 สมมติฐานการวิจัย	8
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีการท่องเที่ยว	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานต่อการท่องเที่ยว	10
2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว	13
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	14
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว	14
2.6 แนวคิดการบริการที่มีคุณภาพ	15
2.7 แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน	17
2.8 ข้อมูลทั่วไปหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย	18
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 วิธีการวิจัย	30
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	31
3.3 เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล	32
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	35
3.6 วิธีทดสอบสมมติฐาน	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	
4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว	41
4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว	46
4.4 ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว	52
4.5 ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน	56
4.6 ส่วนที่ 6 การสัมภาษณ์	101
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	105
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	107
5.3 ข้อเสนอแนะ	111
บรรณานุกรม	113
ภาคผนวก	115
ประวัติผู้เขียน	124
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในงานวิจัยที่ทบทวนข้างต้น	27
ตารางที่ 2.2: สรุปลักษณะในงานวิจัยที่ทบทวนข้างต้น	28
ตารางที่ 4.1: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	41
ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	41
ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละเดินทางมาท่องเที่ยวกับใคร	42
ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	42
ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	43
ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	43
ตารางที่ 4.12: จำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	44
ตารางที่ 4.13: จำนวนและร้อยละปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยว	45
ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านการให้บริการ	46
ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านสินค้าและบริการ	47
ตารางที่ 4.16: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	48
ตารางที่ 4.17: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านสถานที่	50
ตารางที่ 4.18: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวม	51
ตารางที่ 4.19: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวม	54
ตารางที่ 4.21: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรเพศ	56
ตารางที่ 4.22: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอายุ	57
ตารางที่ 4.23: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรระดับการศึกษา	60
ตารางที่ 4.24: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอาชีพ	63
ตารางที่ 4.25: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรรายได้	67
ตารางที่ 4.26: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรเพศ	71
ตารางที่ 4.27: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอายุ	72
ตารางที่ 4.28: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรการศึกษา	74
ตารางที่ 4.29: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอาชีพ	76
ตารางที่ 4.30: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรรายได้	79
ตารางที่ 4.31: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย	81
ตารางที่ 4.32: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย	83
ตารางที่ 4.33: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.34: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย	87
ตารางที่ 4.35: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรระยะเวลาในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย	89
ตารางที่ 4.36: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรความถี่ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย	91
ตารางที่ 4.37: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย	93
ตารางที่ 4.38: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย	95
ตารางที่ 4.39: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน	97
ตารางที่ 4.40: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน	98
ตารางที่ 4.41: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน	99
ตารางที่ 4.42: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน	100
ตารางที่ 4.43: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน	101

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: แผนที่ตั้งพื้นที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย	3
ภาพที่ 1.2: กรอบแนวความคิดตามทฤษฎี	7
ภาพที่ 2.1: สามเหลี่ยมแห่งการบริการ (The Service Triangle)	15
ภาพที่ 2.2: ลงพื้นที่จริงหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย	19
ภาพที่ 2.3: หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย	20



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนพื้นที่กว้างขวางอีกแห่งหนึ่งที่มีความน่าสนใจ ภายใต้บรรยากาศอันร่มรื่นของหมู่ต้นไม้ มีเรือนไทยของภูมิภาคต่าง ๆ สร้างอยู่ภายใน เรือนมีการจัดแสดงวิถีชีวิตชุมชนที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพภูมิประเทศ มีสวนนกพื้นบ้าน พิพิธภัณฑ์ประมง (จัดแสดงอุปกรณ์จับปลา ประเภทต่าง ๆ เช่น ลอบ ไซ ช้อง เป็นต้น) การแสดง ลำตัดของเด็กนักเรียนเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดี แต่จุดเด่นที่เรียกความสนใจของนักท่องเที่ยวอยู่ที่การแสดงความสามารถของควายไทย การแสดงความสามารถของควายสัตว์คู่บุญของคนไทยมาตั้งแต่ยุคแรก ๆ สามารถทำตามคำสั่ง เช่น นอน เจ้าควายก็จะล้มตัวลงนอนหลับตาพริ้ม เมื่อให้อุ้มก็จะแยกเขี้ยวโชว์ฟันขาวสะอาดจนครบทุกซี่ ซึ่งควายเป็นสัตว์ที่มีคุณสมบัติประโยชน์มากมายต่อชาวนาและคนไทย เนื่องจากมีส่วนช่วยในการทำนา ทำการเกษตรเป็นผลผลิตออกมาหล่อเลี้ยงประชาชนในประเทศ แม้ปัจจุบันนี้หน้าที่บางอย่างของควายได้ถูกทดแทนไปด้วยเครื่องจักรที่ช่วยอำนวยความสะดวกแต่วิถีชีวิตของชาวนาไทยกับควายไทยที่มีความผูกพันกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย ก็ยังคงอยู่ และที่จังหวัดสุพรรณบุรีแห่งนี้ก็เป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์วิถีชีวิตของชาวนาไทย และควายไทยให้ยังคงอยู่ ณ หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย เป็นสถานที่ส่วนหนึ่งของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้จัดขึ้นเพื่อสะท้อนให้เห็นภาพชีวิตชาวนาชนบทไทยดั้งเดิม พร้อมสัมผัสงานฝีมือและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยที่สะท้อนให้เห็นได้จากกลุ่มหมู่บ้านชาวนาไทยและแบบเรียบง่าย อาทิเช่น บ้านเรือนไม้แบบเรือนปลายนาเป็นที่อยู่อาศัยของคนที่มีฐานะค่อนข้างยากจน มีการก่อสร้างแบบเรียบง่าย เรือนศรีประจันต์เป็นบ้านที่สร้างจากไม้แท้หลังคามุงจากและกระเบื้องซึ่งเป็นหลังที่สี่และมีขนาดใหญ่โตกว่าซึ่งถือได้ว่าเป็นครอบครัวที่ขยายใหญ่สุดและมีฐานะค่อนข้างร่ำรวยหน่อย และมีอุปกรณ์ต่างที่เก็บไว้อย่างน่าศึกษามากยิ่งขึ้น “คนกับควาย ทุ่งนากับควาย” เป็นสิ่งที่จะขาดไม่ได้ในแถบนี้ หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยได้รวบรวมสิ่งเหล่านี้ไว้สำหรับการศึกษาด้านการเกษตรกรรมอย่างพร้อมเพรียง เพื่อนักเรียน นักศึกษาจะได้ศึกษาหาความรู้ต่าง ๆ ของการทำนา การทำเกษตรกรรมแบบชาวนาชนบทอย่างเรียบง่าย ๆ โดยร่วมการใช้ควายในการทำนา (อภิศักดิ์ จรดล, 2555, หน้า 3-5)

อย่างไรก็ตาม ช่วงที่ผ่านมากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ยังขาดการประสานงานและดำเนินการในการบูรณาการให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเดียวกันมาจัดกลุ่มรวมกัน เพื่อจัดลำดับความน่าสนใจในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลัก แหล่งท่องเที่ยวรอง และแหล่งท่องเที่ยวเสริมตามความนิยมของนักท่องเที่ยว เพื่อการพิจารณาเป็นแนวทางให้นักท่องเที่ยวได้เลือกรวมไปถึงปัจจุบันหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยยังคงขาดการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว

เท่าที่ควร จึงเป็นสาเหตุทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากนัก (ธัญญรัตน์ ไชยคราม, 2555, หน้า 2)

ดังนั้น ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้เกิดแนวทางในการนำไปใช้เพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย รวมถึงการพัฒนาและดูแลด้านสถานที่ท่องเที่ยวให้สวยงาม ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดนโยบายและบทบาทในการดำเนินงานของภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคพร้อมแนวทางการแก้ไขของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

ขอบเขตงานวิจัย ประกอบด้วยขอบเขตด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

ภาพที่ 1.1: แผนที่ตั้งพื้นที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย



ที่มา: การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี. (2558). แผนที่จังหวัดสุพรรณบุรี. สืบค้นจาก
<http://www.suphanburi.go.th/suphan/travel/TravelMap.p>.

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทฤษฎีการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว แนวคิดการบริการที่มีคุณภาพ แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานต่อการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลดังกล่าว ประกอบด้วย ข้อมูลจากเอกสาร หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดคณะมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และจากสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับรายได้การท่องเที่ยวของประเทศไทยรายได้การท่องเที่ยวของจังหวัด จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นข้อมูลที่ได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสถิติจังหวัดสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.3.3.1 ผู้ประกอบการธุรกิจหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ได้แก่ ร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ ร้านกาแฟหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ ร้านขายของที่ระลึกหมู่บ้านควายไทย/ OTOP หมู่บ้านควายไทย/ รวม 7 คน

1.3.3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี 400 คน ได้มาจากสูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Yamane (1973)

1.3.3.3 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสุพรรณบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี และองค์การบริหารส่วนตำบลนาหว้า

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ขอบเขตด้านระยะเวลาผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2558 และสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกที่พักของแหล่งท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การรับประทานอาหารที่อร่อย ถูกปาก และการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกเป็นของขวัญของฝาก เป็นต้น

1.4.2 ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี รวมทั้งกลยุทธ์ด้านการตลาดในการจูงใจหรือดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำอีกในครั้งต่อไป และจะเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดสุพรรณบุรีและของประเทศไทยได้

1.4.3 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดสุพรรณบุรี รวมทั้งการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย และวัฒนธรรมอันดีงามของไทยแก่บุคคลอื่น ๆ ทั่วโลก และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีงามอยู่กับคนไทยตลอดไปตราบนานเท่านาน

1.4.4 ทำให้สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชนโดยรวม และเป็นการกระจายรายได้สู่คนในชนบทให้มีรายได้ไปเลี้ยงครอบครัวมากขึ้น

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี อาจเป็นการเดินทางไปเช้ากลับเย็น หรือมีการพักแรมค้างคืน เป็นการเดินทางท่องเที่ยวมิใช่เพื่อหารายได้แต่อย่างใด

1.5.2 แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางหรือท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน เพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน และเพิ่มพูนความรู้ กับครอบครัว เพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวเปรียบเสมือน “สินค้า” และเป็นสินค้าที่สามารถดึงดูดหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวหรือ “ลูกค้า” เดินทางมาซื้อสินค้าหรือท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

1.5.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใดท่องเที่ยวหนึ่ง โดยมีกิจกรรมหรือการแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางท่องเที่ยว การเลือกที่พักของแหล่งท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การรับประทานอาหารที่อร่อยถูกปาก และการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกเป็นของขวัญของฝาก เป็นต้น ซึ่งสิ่งที่กล่าวข้างต้นเป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง เช่น การท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

1.5.4 การบริการที่มีคุณภาพ (The Service Triangle) หมายถึง การสร้างความประทับใจในการบริการให้กับประชาชนต้องมีการจัดการเพื่อให้งานทั้ง 3 ของสามเหลี่ยมแห่งการบริการมีความเหมาะสมสอดคล้องกันดังนี้คือ

1.5.4.1 กลยุทธ์การบริการ (Strategy) หรือวิธีการใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติต้องกำหนดไว้เพื่อทำให้การปฏิบัติเข้าสู่เป้าหมาย โดยให้ความยืดหยุ่นพอสมควร มีความแม่นยำตรงกับเป้าหมาย และมีหลักการพื้นฐานในการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างจริงจัง

1.5.4.2 ระบบงาน (System) หรือกระบวนการทำงาน ต้องเน้นให้ระบบการบริการประชาชนเป็นเรื่องง่าย ประชาชนเกิดความสบายใจเมื่อมาใช้บริการ ไม่มีความยุ่งยากซับซ้อนดูเหมือนเป็นเจ้าของมูลนาย ประชาชนต้องเข้าใจได้ง่าย ๆ สามารถเข้าพบเพื่อปรึกษาหรือเข้ารับบริการได้อย่างเป็นกันเอง มีความคล่องสูง กฎระเบียบเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อประชาชน ทำให้การบริการดีไม่เป็นตัวจำกัดการบริการ

1.5.4.3 บุคลากร (Staff) หรือผู้ให้บริการในทุกระดับต้องได้รับการสรรหา พัฒนา และปรับปรุงพฤติกรรมตลอดจนวิธีการทำงานให้มีลักษณะที่เน้นความสำคัญไปที่ประชาชน นั่นคือ การเป็นผู้มีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี

1.5.5 หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย คือ สถานที่ที่รวบรวมเรื่องราว และรูปแบบวิถีชีวิตชาวนาชนบทไทยดั้งเดิม ภาพการทำนาที่ไม่ใช้เครื่องจักรทันสมัย พร้อมสัมผัสงานฝีมือและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยที่สะท้อนให้เห็นได้จากกลุ่มหมู่บ้านชาวนาไทยและแบบเรียบง่าย

1.5.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี แบ่งได้ 4 ด้าน ได้แก่

1.5.6.1 ด้านสินค้าและบริการ ได้แก่ ความหลากหลายของอาหาร ความเหมาะสมของราคาอาหาร ความสะอาดของอาหารและภาชนะ รสชาติอาหาร ความหลากหลายของสินค้า ความเหมาะสมของราคาสินค้า คุณภาพของสินค้า ความสร้างสรรค์ของสินค้า ความหลากหลายของร้านค้า และความเหมาะสมของสินค้าและบริการที่จัดจำหน่าย

1.5.6.2 ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ ได้แก่ ความเหมาะสมอัตราค่าบริการ ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดให้บริการ จำนวนรอบหรือเวลาของกิจกรรมที่จัดมีการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ ความน่าสนใจของกิจกรรมที่จัดให้บริการ ความเหมาะสมของกิจกรรมที่จัดให้บริการ ประโยชน์ที่ได้จากกิจกรรมที่จัดให้บริการ คุณภาพของบริการต่าง ๆ ความสะดวกในการเข้าถึงกิจกรรมต่าง ๆ และความบันเทิงและใจจากการบริโภคกิจกรรมต่าง ๆ

1.5.6.3 ด้านสถานที่ ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติของสถานที่ ความสะอาดของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องสุขา ที่นั่ง ถังขยะ ป้ายบอกทางตามจุดต่าง ๆ ลานจอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องสุขา ทางเดิน ลานจอดรถ มีความสะอาด ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการห้องสุขาและลานจอดรถ ความสะดวกและปลอดภัยของห้องสุขาและลานจอดรถ ความปลอดภัยในการเข้าถึงสถานที่ ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ ความเหมาะสมในการจัดสรรพื้นที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย และการตกแต่ง ความร่มรื่น ความสวยงามของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย

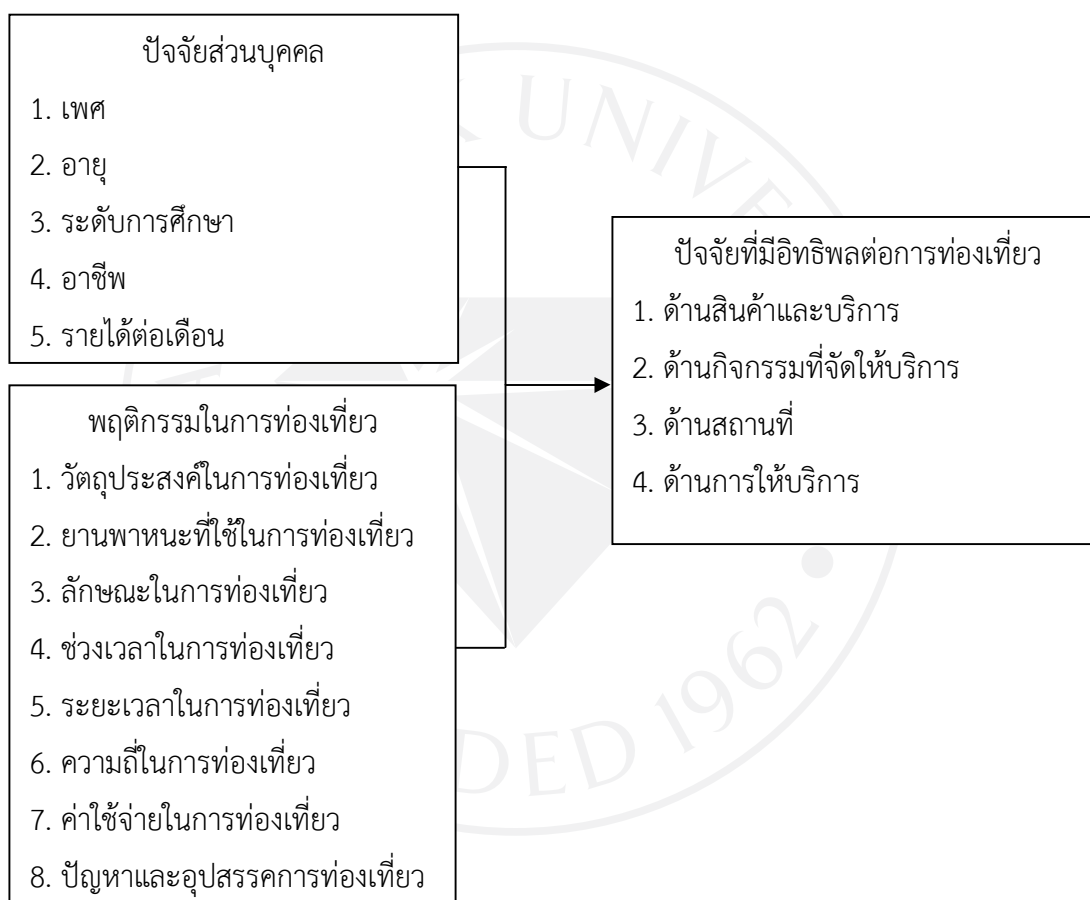
1.5.6.4 ด้านการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นกันเองของพ่อค้าและแม่ค้า พ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยดี พ่อค้าและแม่ค้ามีสีหน้าที่เต็มใจให้บริการ พ่อค้าและแม่ค้ามีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พ่อค้าและแม่ค้าพูดจาสุภาพ พ่อค้าและแม่ค้ามีการให้เกียรตินักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีความสุข และเจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีการให้เกียรตินักท่องเที่ยว

1.5.7 ปัญหาและอุปสรรค คือ ข้อจำกัดที่ส่งผลด้านลบต่อการดำเนินงาน การบริหาร และการจัดการที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หมู่บ้านควายไทย อาทิเช่น การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด ที่จอดรถไม่เพียงพอ ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก ความไม่ปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ กิจกรรมน้อย ไม่หลากหลาย การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี ความไม่เหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ความไม่หลากหลายของร้านค้า, ชนิดของสินค้า เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว พ่อค้าและแม่ค้าเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว คนในชุมชนไม่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ถนนหนทางชำรุดเสียหาย และป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ซึ่งจากข้อจำกัด, ปัญหา

และอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อข้างต้นนำมาปรับปรุง พัฒนาและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1.2: กรอบแนวความคิดตามทฤษฎี



1.7 สมมติฐานการวิจัย

1.7.1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.7.2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.7.3 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1.7.4 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน



บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้ดำเนินไปตามลำดับขั้นตอน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นองค์ความรู้ในการวิจัยดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานต่อการท่องเที่ยว
- 2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
- 2.6 แนวคิดการบริการที่มีคุณภาพ
- 2.7 แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน
- 2.8 ข้อมูลทั่วไปหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางท่องเที่ยวจากที่อยู่อาศัยเดิมไปยังสถานที่ท่องเที่ยวชั่วคราว ซึ่งการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ การเดินทางจากที่บ้าน คอนโด อพาร์ทเมนท์ ที่ทำงาน ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ เพื่อเดินทางท่องเที่ยวหรือหาประสบการณ์แปลกใหม่ กับครอบครัวหรือเพื่อนฝูง หรือเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ เป็นต้น (นิคม จารุณี, 2535, หน้า 1)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งหรือการเดินทางจากบ้าน คอนโด อพาร์ทเมนท์ ที่ทำงาน หรือสถานที่อาศัยประจำไปยังสถานที่ชั่วคราว ด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยว มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (เช่นการแข่งขันกีฬาซีเกมส์โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น (ประมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 116)

ปริชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 29) ได้อ้างอิงนิยามของการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีกิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานต่อการท่องเที่ยว

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว หมายถึง เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว เพื่อเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนฝูง หรือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมภายในสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ได้ และนักท่องเที่ยวยินดีที่จ่ายเงินซื้อสินค้า อาหาร มาบริโภคได้ ซึ่ง อุปสงค์การท่องเที่ยวจะสูงขึ้นหรือลดลงนั้นมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ เช่น อาจเกิดจากการซื้อ-ขายสินค้าและบริการ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยผลักดัน ซึ่งประกอบด้วยความเจริญก้าวหน้าทางด้านดิจิทัล นักท่องเที่ยวมีรายได้สูงขึ้น การเดินทางสะดวกสบาย และปัจจัยดึงดูด ซึ่งประกอบด้วย ระเบียบและวิธีปฏิบัติการท่องเที่ยว ราคาที่ผู้บริโภคได้รับ และส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมีปัจจัยที่สำคัญดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548, หน้า 11)

2.2.1.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factors) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับอุปสงค์แตกต่างกัน ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวเดินทางมากขึ้น

2.2.1.2 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factors) ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเทศที่พัฒนาแล้วครอบครัวมีขนาดเล็ก มีบุตรน้อย ต้องทำงานทั้งสามีและภรรยา มีปัญหาการหย่าร้าง มีรายได้พอจะเดินทางท่องเที่ยว และมีพันธะน้อยลง ประเทศที่กำลังพัฒนาเริ่มมีลักษณะครอบครัวแบบนี้ ผู้ประกอบธุรกิจควรปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะต่าง ๆ ของประชากร

2.2.1.3 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factors) ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้ซื้อที่มีผลกระทบต่อเส้นอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติแตกต่างกัน และเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ผู้ซื้อต้องการไป เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่แวดล้อมด้วยทะเลย่อมต้องการไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา นอกจากนี้ลักษณะทางภูมิประเทศและภูมิอากาศจะทำให้รูปแบบอุปสงค์แตกต่างกันแล้ว นักท่องเที่ยวในเมืองมักนิยมเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ (Day Visit) มากกว่าคนในชุมชนเล็ก ๆ

2.2.1.4 ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม (Socio-Cultural Factors) ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมจะหล่อหลอมความคิด รสนิยม และทัศนคติในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่น สังคมตะวันตกมีลักษณะเปิดเผยจะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงชาวตะวันตกเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยและไกลมากกว่าผู้หญิงชาวเอเชียและตะวันออกกลางซึ่งไม่นิยมเดินทางโดยลำพังหรือท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากเกินไป

2.2.1.5 ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Regulatory Factors) การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและระเบียบกฎหมายต่าง ๆ ของประเทศอาจทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงหรือทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกันเนื่อง จากมีความรู้สึกปลอดภัยหรือไม่ปลอดภัยในการจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ เช่น การเกิดภาวะสงคราม การเปลี่ยนแปลงการปกครอง ถ้านักท่องเที่ยวรู้สึกหวั่นเกรงเรื่องความปลอดภัยอุปสงค์การท่องเที่ยวจะลดลง มีผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรม เป็นต้น นอกจากนี้ประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวยอมสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวได้ว่าจะได้รับการบริการที่มีมาตรฐานไม่ถูกหลอก และได้รับสิทธิคุ้มครองการบริโภคด้วย

2.2.1.6 ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน (Mass Media Communication Factors) ข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนสามารถสร้างความเชื่อถือ มั่นใจหรือไม่มั่นใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ช่วยสร้างความรู้จัก คั่นเคย การต่อต้าน หรืออยากรู้ อยากเห็นมากขึ้น และช่วยในการตัดสินใจท่องเที่ยว ทั้งนี้ข่าวสารทางลบ เช่น ปัญหาการเมือง โรคระบาด ความไม่ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เป็นผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการเติบโตทางธุรกิจท่องเที่ยว

2.2.1.7 ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (Comparative Prices) การเปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบราคากับบริษัทหรือประเทศที่เป็นคู่แข่ง หรือราคาปีก่อนหน้านี้ ราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทำให้อุปสงค์แตกต่างไปจากเดิม ราคาการท่องเที่ยวของประเทศต้นทางและปลายทางที่จะไปก็มีผลกระทบต่ออุปสงค์ ถ้าแตกต่างกันมากนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการท่องเที่ยวยุคสูง และถ้าราคาการท่องเที่ยวไม่แพงมากนักก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาได้ในระยะแรก เมื่อมีความนิยมชมชอบก็จะมาเที่ยวอีก

2.2.1.8 ปัจจัยทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล (Personal Mobility Factors) การเดินทางส่วนตัวโดยเฉพาะทางรถยนต์ช่วยให้การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และเดินทางไปยังประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกันเติบโตได้มากขึ้น เช่น การเดินทางท่องเที่ยวของชาวยุโรป การเดินทางแบบส่วนตัว (Free Individual Traveler) มีเป็นจำนวนมากในช่วงวันหยุดพักผ่อน หรือสุดสัปดาห์เนื่องจากถนนเชื่อมติดต่อกันโดยตลอด การเดินทางส่วนตัวเป็นอุปสงค์ที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน มีราคาหลากหลายตามอุปสงค์ของลูกค้า นอกจากนี้การมีรถยนต์ส่วนตัวจะทำให้เกิดเสรีภาพในการเดินทางทั้งในเรื่องการเตรียมการ เวลา และสถานที่ มีการวางแผนการเดินทางให้เหมาะสมกับสภาวะส่วนตัวมากขึ้น และอาจทำให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวได้

2.2.1.9 ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง (Technology of Communication and Transportation) เทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมขนส่งสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการจองและการออกบัตรโดยสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ (CRS) ลูกค้าได้รับความชัดเจนและรวดเร็วในการซื้อ นอกจากนี้การใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจโรงแรม

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุปทานต่อการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะซื้อสินค้าที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายนำออกมาจำหน่ายในระดับราคาต่าง ๆ ซึ่งอุปทานก็เช่นเดียวกับอุปสงค์ที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) อุปทานแต่ละบุคคล คือ ปริมาณสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายนำออกมาขายในระดับราคาต่าง ๆ 2) อุปทานรวม คือ ปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายนำออกมาจำหน่ายในระดับราคาต่าง ๆ (ไพเรินท์ แยมจินดา และวรรณาทอง เจริญศิริกุล, 2546, หน้า 21) ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้ผลิตต้องการที่จะผลิตขาย นอกจากราคาสินค้าที่เป็นตัวกำหนดโดยตรงแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ถือเป็นตัวกำหนดโดยอ้อม ดังนี้

2.2.2.1 นโยบายหรือจุดมุ่งหมายของการผลิต โดยทั่วไปจุดมุ่งหมายของหน่วยผลิตคือ มุ่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและราคาต่ำหรือปานกลาง เพื่อขายให้ผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งมีจำนวนมาก หรือมุ่งผลิตสินค้าที่เน้นลักษณะจำเพาะอย่างใดอย่างหนึ่ง

2.2.2.2 สภาพเทคนิคที่ใช้ในการผลิต เมื่อวิทยาการทางด้านวิทยาศาสตร์เจริญขึ้น และสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการผลิตได้มากขึ้น ก็จะมีสินค้าแปลก ๆ ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

2.2.2.3 ราคาของสินค้าอื่น เมื่อสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้นย่อมจูงใจให้ผู้ผลิตทำการผลิตมากขึ้น ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตหวังกำไรเป็นสิ่งสำคัญ

2.2.2.4 ราคาของปัจจัยการผลิต หากราคาของปัจจัยการผลิตสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นย่อมได้กำไรลดลง

2.2.2.5 จำนวนของผู้ผลิตหรือผู้ขายในตลาด ในกรณีที่ตลาดมีผู้ผลิตจำนวนมาก ปริมาณขายทั้งหมดในตลาดย่อมจะมีมากกว่าในกรณีที่ตลาดมีผู้ขายรายเดียว เพราะตลาดแบบนี้อาจไม่น่าสนใจในการเพิ่มปริมาณขายเท่าที่ควร แต่หันไปมุ่งในแง่ตั้งราคาขายให้สูงสุดเท่าที่จะทำได้ทั้งนี้ เนื่องจากมีอำนาจผูกขาดแต่ไม่ต้องกังวลกับคู่แข่ง

2.2.2.6 ตัวกำหนดอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่ออุปทานมีมากมาย แบ่งเป็นตัวกำหนดที่เกิดจากมนุษย์ อาทิ การนัดหยุดงาน สงคราม การออกกฎหมายใหม่ หรือแก้ไขกฎหมายเก่า และตัวกำหนดที่มีสาเหตุจากมนุษย์ เช่น ฝนแล้ง น้ำท่วม เป็นต้น

2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยภายใน หมายถึง แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี แบ่งได้ 4 ด้าน ได้แก่ (จิตรา นุช รักสังจา, 2558)

2.3.1 ด้านสินค้าและบริการ ได้แก่ ความหลากหลายของอาหาร ความเหมาะสมของราคาอาหาร ความสะอาดของอาหารและภาชนะ รสชาติอาหาร ความหลากหลายของสินค้า ความเหมาะสมของราคาสินค้า คุณภาพของสินค้า ความสร้างสรรค์ของสินค้า ความหลากหลายของร้านค้า และความเหมาะสมของสินค้าและบริการที่จัดจำหน่าย

2.3.2 ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ ได้แก่ ความเหมาะสมอัตราค่าบริการ ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดให้บริการ จำนวนรอบหรือเวลาของกิจกรรมที่จัดมีการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ ความน่าสนใจของกิจกรรมที่จัดให้บริการ ความเหมาะสมของกิจกรรมที่จัดให้บริการ ประโยชน์ที่ได้จากกิจกรรมที่จัดให้บริการ คุณภาพของบริการต่าง ๆ ความสะดวกในการเข้าถึงกิจกรรมต่าง ๆ และความบันเทิงและใจจากการบริโภคกิจกรรมต่าง ๆ

2.3.3 ด้านสถานที่ ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติของสถานที่ ความสะอาดของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องสุขา ที่นั่ง ถึงชยะ ป้ายบอกทางตามจุดต่าง ๆ ลานจอดรถ เพียงพอต่อความต้องการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องสุขา ทางเดิน ลานจอดรถ มีความสะอาด ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการห้องสุขาและลานจอดรถ ความสะดวกและปลอดภัยของห้องสุขาและลานจอดรถ ความปลอดภัยในการเข้าถึงสถานที่ ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ ความเหมาะสมในการจัดสรรพื้นที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย และการตกแต่ง ความร่มรื่น ความสวยงามของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย

2.3.4 ด้านการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นกันเองของพ่อค้าและแม่ค้า พ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยดี พ่อค้าและแม่ค้ามีสีหน้าที่เต็มใจให้บริการ พ่อค้าและแม่ค้ามีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พ่อค้าและแม่ค้าพูดจาสุภาพ พ่อค้าและแม่ค้ามีการให้เกียรตินักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีความสุขภาพ และเจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีการให้เกียรตินักท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว นั้น มักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยสามารถตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจและร่างกาย หรือเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางและขนาดของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไป ตามข้อจำกัดของแต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ไกลกว่าเพราะมีเวลาจำกัดและรายได้น้อยกว่า แต่ในขณะที่คนที่มีรายได้สูงกว่า มีเวลามากกว่า และมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่ทันสมัย และมีคุณภาพเหนือกว่าผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า เป็นต้น (เนาวรัตน์ พลายน้อย, 2538, หน้า 4)

พิบูล ทีปะपाल (2543, หน้า 109) ได้กล่าวไว้ว่า “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของบุคคลย่อมแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ครอบครัว เพื่อนฝูง เป็นต้น โดยการแสดงความรู้สึกออกมาจากความพอใจส่วนตัวเพื่อให้สังคม เพื่อนฝูง ญาติพี่น้องยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากความเครียดจากทำงาน จากครอบครัว การจราจร ความแออัดในสังคมเมือง นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการที่แปลกแตกต่างไปจากความเป็นอยู่แบบเดิม ๆ

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจของแต่ละบุคคล ซึ่งพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยวมีเป้าหมายและมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงเป็นการส่งเสริม เร่งเร้า ให้บุคคลเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และยังมีอิทธิพลทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยว และพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ให้บริการต้อนรับสนใจศึกษา และมุ่งหวังที่จะตอบ

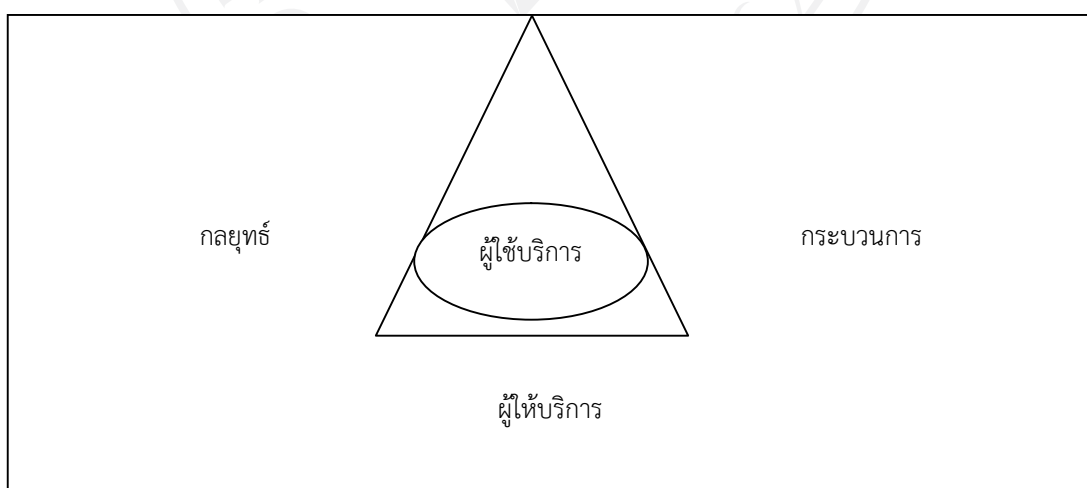
สนองความต้องการและความจำเป็นเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยว จนมีความพร้อมและมีแรงจูงใจ, ฝักใจที่จะกลับมาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2544, หน้า 12)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2549, หน้า 124) กล่าวว่า “แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ซึ่งแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจากแรงจูงใจส่งผลต่อเวลา สถานที่ ประเภทการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย รวมถึงความประทับใจในสถานที่นั้น ๆ ที่ผู้บริโภคจะปฏิบัติตาม การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนมากชี้ไปที่สิ่งที่มีอยู่จริงทั้งปัจจัยด้านแรงจูงใจภายนอกและภายใน”

2.6 แนวคิดการบริการที่มีคุณภาพ

ศิริลัดดา ลิขิตจันทร์วงศ์ (2546, หน้า 28) ได้เสนอแนวคิดการบริการที่มีคุณภาพซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพ เช่น งานด้านบริการเปรียบเสมือนรูปสามเหลี่ยมด้านเท่า ซึ่งภายในจะบรรจุผู้ให้บริการไว้ในสามเหลี่ยม ซึ่งเรียกว่า สามเหลี่ยมแห่งการบริการ (The Service Triangle) หากขาดปัจจัยด้านหนึ่งไปในสามเหลี่ยมนี้จะไม่เป็นแนวคิดการบริการที่มีคุณภาพได้ หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่ง คือองค์กรจะไม่สามารถให้บริการที่ดีต่อไปได้ ดังแผนภูมิข้างล่างนี้

ภาพที่ 2.1: สามเหลี่ยมแห่งการบริการ (The Service Triangle)



ที่มา: ศิริลัดดา ลิขิตจันทร์วงศ์. (2546). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

จากภาพที่ 2.1 สามเหลี่ยมแห่งการบริการ จะเห็นว่าการสร้างความประทับใจในการบริการให้กับผู้ใช้บริการต้องมีการจัดการเพื่อให้ปัจจัยทั้ง 3 ของสามเหลี่ยมแห่งการบริการมีความเหมาะสมสอดคล้องกันดังนี้คือ

กลยุทธ์การบริการ (Strategy) หรือวิธีการ ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานหรือการให้บริการที่มีคุณภาพ โดยต้องกำหนดเป้าหมายให้การให้บริการบรรลุเป้าหมาย แต่ต้องมีความยืดหยุ่นบ้างตามสมควร มีความถูกต้องแม่นยำตรงกับเป้าหมายของการให้บริการ และมีหลักการพื้นฐานในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างจริงจังและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดกลยุทธ์การบริการเอาไว้ล่วงหน้า

ระบบงาน (System) หรือกระบวนการทำงาน ต้องเน้นให้ระบบการให้บริการเป็นเรื่องที่ง่าย และผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกที่สุด ผู้ใช้บริการเกิดความสบายใจเมื่อมาใช้บริการ ไม่มีความยุ่งยากซับซ้อนมากนักหรือเบ็ดเสร็จในขั้นตอนเดียว โดยผู้ใช้บริการต้องเข้าใจได้ง่าย ๆ สามารถเข้าพบเพื่อปรึกษาหรือเข้ารับบริการได้อย่างเป็นกันเอง สามารถซักถามปัญหาได้ตลอดเมื่อไม่เข้าใจ มีความคล่องตัวสูงจากการเข้ารับบริการ กฎระเบียบเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดการบริการที่ดีมีคุณภาพ และไม่เป็นตัวจำกัดการบริการ

บุคลากร (Staff) หรือผู้ให้บริการในทุกระดับต้องได้รับการสรรหา คัดเลือก บรรลุ พัฒนา และปรับปรุงพฤติกรรมในการให้บริการที่มีคุณภาพมากที่สุด โดยเน้นให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการเป็นหลัก นั่นคือ การเป็นผู้มีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดี

จึงกล่าวได้ว่าการทำให้สามเหลี่ยมแห่งการบริการเกิดสัมฤทธิ์ผลจะต้องได้รับความร่วมมือร่วมใจจากบุคลากรทุกฝ่าย โดยจัดทำเป็นแผนพัฒนาการบริการขององค์กรขึ้นให้ชัดเจน เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพ เอื้อประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การบริการที่มีคุณภาพ เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และหวนกลับมาใช้บริการซ้ำ, เป็นลูกค้าซ้ำอีก ทั้งนี้ต้องเป็นการบริการที่เป็นความต้องการของลูกค้า การบริการนั้นเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเอาใจใส่ และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน

วัฒนธรรมชุมชนเป็นการที่มนุษย์ต้องอยู่ร่วมกันในสังคมหมู่่มาก โดยช่วยเหลือเกื้อกูลกันทำให้ต้องมีการจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างกันขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้การอยู่ร่วมกันในชุมชนเป็นไปอย่างสันติ ความสัมพันธ์และการจัดการดังกล่าวก่อให้เกิดวัฒนธรรม จารีตประเพณี ระบบคุณค่า กฎเกณฑ์ ความเชื่อ และพิธีกรรมต่าง ๆ ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ทั้งสิ้น

แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนจะให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาชาวบ้าน อันหมายถึง ระบบความคิดของชาวบ้านที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนานหรือผลิตซ้ำมาจากบรรพบุรุษ กล่าวได้ว่า เป็นองค์ความรู้จากภูมิปัญญาชาวบ้านหรือสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนั้น วัฒนธรรมชุมชนยังก่อตัวขึ้นจากการต่อสู้เพื่อให้ทุกคนมีอยู่ มีกิน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน โดยการมีความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกันของชุมชนในลักษณะของการต่อสู้เพื่อการมีอยู่มีกิน (กำไร แก้วเฮียง, 2542, หน้า 28) การศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนจึงเป็นกระบวนการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าการดำรงอยู่ของชุมชน โดยถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน โดยมุ่งเน้นการค้นหาวิถีชีวิตและความต้องการของชุมชนจากประวัติศาสตร์และมีการดำเนินการที่พัฒนาสอดคล้องกับชุมชน ภายใต้ความร่วมมือของชาวบ้าน มีการให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมในชุมชนหรือนุรักษ์วัฒนธรรมภายในชุมชนสืบทอดรุ่นสู่รุ่นในฐานะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญภายในชุมชน สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชน โดยอยู่บนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเองได้ภายในชุมชน การศึกษาเพื่อการพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน เน้นถึงการนำเอาความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ในชุมชนโดยเกิดการสืบทอดต่อ ๆ กันมาภายในชุมชนเป็นวิถีการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ ในวัฒนธรรมของชุมชน ปรากฏชัด

สุรเชษฐ์ เวชชพิทักษ์ (2546, หน้า 21) กล่าวว่า “วัฒนธรรมชุมชนเป็นการที่มนุษย์ต้องอยู่ร่วมกันในสังคมหมู่่มาก โดยช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยได้เสนอระบบหรือโครงสร้างทางวัฒนธรรมของชุมชนไว้ 3 ประการ คือ 1) ระบบการผลิต หรือระบบการทำมาหากินสามารถเลี้ยงปากเลี้ยงท้องภายในครอบครัวได้ 2) ระบบการอยู่ร่วมสัมพันธ์กัน ประกอบด้วย ครอบครัวเครือญาติ และความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนสามารถช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันได้ 3) ระบบทางความเชื่อ ประกอบด้วย ศาสนา คุณค่า พิธีกรรม สามารถอนุรักษ์และสืบทอดรุ่นสู่รุ่นตราบนานเท่านาน”

จากการศึกษาข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนได้ว่า วัฒนธรรมชุมชนคือ วัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีอยู่ในชุมชนจากรุ่นปู่ ย่า ตา ทวด อนุรักษ์วัฒนธรรมเก่าแก่ที่แข็งแกร่ง การต่อสู้ดิ้นรนเพื่อการมีอยู่มีกินที่ดีขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดวัฒนธรรมทางการผลิต มีการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันภายในชุมชน โดยชุมชนแต่ละชุมชนล้วนมีพลังหรือมีวัฒนธรรมชุมชนแตกต่างกันออกไป ถ้าชาวบ้านสามารถรักษาวัฒนธรรมชุมชนไว้ให้เข้มแข็งแล้วก็จะนำชุมชนให้เข้มแข็งตามไปด้วย และคนในชุมชนจะสามัคคีช่วยเหลือเกื้อกูล รักใคร่ปรองดองกันตลอดไป

2.8 ข้อมูลทั่วไปหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย

หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย มีพื้นที่ 100 กว่าไร่ แบ่งออกเป็นสวนต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวนา แสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างเรียบง่าย มีลานนวดข้าว คอกควาย โครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ บ้านเรือนไทยภาคกลาง เรือนแต่ละหลังมีกิจกรรมสำหรับผู้สนใจ เช่น เรือนแพทย์แผนไทย การนวดแผนไทย และการใช้สมุนไพร เรือนโหราศาสตร์ เป็นสถานที่ส่วนหนึ่งของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้จัดขึ้นเพื่อสะท้อนให้เห็นภาพชีวิตชาวนาชนบทไทยดั้งเดิม ภาพการทำงานที่ไม่ใช้เครื่องจักรทันสมัย พร้อมสัมผัสงานฝีมือและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยที่สะท้อนให้เห็นได้จากกลุ่มหมู่บ้านชาวนาไทย และแบบเรียบง่าย อาทิเช่น บ้านเรือนไม้แบบเรือนปลายนาเป็นที่อยู่อาศัยของคนที่มีฐานะค่อนข้างยากจน มีการก่อสร้างแบบเรียบง่าย เรือนศรีประจันต์เป็นบ้านที่สร้างจากไม้แต่หลังคามุงจากและกระเบื้องซึ่งเป็นหลังที่สีและมีขนาดใหญ่โตกว่าซึ่งถือได้ว่าเป็นครอบครัวที่ขยายใหญ่สุดและมีฐานะค่อนข้างร่ำรวยหน่อย และมีอุปกรณ์ต่างที่เก็บไว้ยิ่งนำศึกษามากยิ่งขึ้น “คนกับควาย ทุ่งนา กับควาย” เป็นสิ่งที่จะขาดไม่ได้ในแถบนี้ หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยได้รวบรวมสิ่งเหล่านี้ไว้สำหรับการศึกษาด้านการเกษตรกรรมอย่างพร้อมเพรียง เพื่อนักเรียน นักศึกษาจะได้ศึกษาหาความรู้ต่าง ๆ ของการทำงาน การทำเกษตรกรรมแบบชาวนาชนบทอย่างเรียบง่าย ๆ โดยร่วมการใช้ควายในการทำงาน

ภาพที่ 2.2: ลงพื้นที่จริงหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย



ภาพที่ 2.3: หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย



ที่มา: หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย. (2558). หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย. สืบค้นจาก <http://www.suphan.biz/Villagebuffalo.htm>.

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมของงานวิจัย ดุษฎี เทียมเทศ, บุญมา สูงทรง, สุพรรณิ พรภักดี และปฐิม หนูนันต์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลการมาท่องเที่ยว 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียวจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสถิติที่ทดสอบสมมติฐานทดสอบหาค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม (t -test) ทดสอบหาค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่มด้วยสถิติทดสอบหาค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรมากกว่าสองกลุ่มด้วยสถิติทดสอบ F-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way

Analysis of Variance: One-way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้อยู่ในระดับ 15,000-30,000 บาท มีสถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำแบ่งออกเป็น 7 ด้าน 1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยการเปลี่ยนแปลงราคาเชื้อเพลิง รองลงมา คือ รายได้พอเพียงและฐานะทางการเงินมั่นคง 2) ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีวันหยุดติดต่อกันหลาย ๆ วัน รองลงมาคือ เพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยและการอำนวยความสะดวกและการให้บริการของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานต่าง ๆ 3) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม พบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยความน่าสนใจของวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น รองลงมาคือชาวบ้านมีความเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใสและชาวบ้านให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี 4) ปัจจัยด้านการคมนาคม พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยความสะดวกสบายในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังสถานที่พักและจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ พาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้ 5) ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม รองลงมา คือ ความประทับใจและสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย 6) ปัจจัยด้านราคา พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและความเหมาะสมของราคาที่พัก 7) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รองลงมาคือ มีการจัดการในการส่งเสริมการขายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเช่นงานดอกเบญจมาศและมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เช่นการให้ส่วนลดการให้ส่วนลด ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำ พบว่า อายุ รายได้ และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ข้อเสนอแนะควรทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต้องหาข้อมูลจากเว็บไซต์ นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยวที่อำเภอวังน้ำเขียวประมาณ 2 วัน ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการที่พักควรจัดให้มีการเพิ่มมาตรฐานการบริการความสะดวกสบายความปลอดภัยและความสะอาด นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเดิมเพราะแหล่งท่องเที่ยวเดิมมีธรรมชาติที่สวยงามและอัยาศัยที่เป็นมิตรของชาวบ้านในอำเภอวังน้ำเขียว

งานวิจัยของ พชร ภิญโญ (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวถนคนเดินเท้า จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยของนักท่องเที่ยวจากการมาเที่ยวถนคนเดิน และศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคที่มาท่องเที่ยวถน

คนเดินเท้าแพ จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีแจกแบบสอบถามโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 150 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 ปัจจัยที่มีอิทธิพลของการมาถนนคนเดินมาเที่ยวถนนคนเดิน 1 – 2 ครั้งต่อเดือน โดยมีลักษณะการมาเกี่ยวกับเพื่อนมีจุดประสงค์เพื่อมาซื้อสินค้าและบริการที่เป็นสินค้าพื้นเมืองซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการเดินแต่ละครั้งประมาณ 0 – 100 บาทระยะเวลาที่ใช้ในการเดินถนนคนเดินประมาณ 3 – 4 ชั่วโมง โดยช่วงเวลาที่เริ่มมาเดินจะอยู่ในช่วงเวลา 18.01 – 20.00 โดยแหล่งข้อมูลของถนนคนเดินส่วนมากได้มาจากเพื่อนแนะนำ และปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบมากที่สุดคือขยะมาก ห้องน้ำไม่สะอาด และที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว ปัจจัยหลักในการมาท่องเที่ยว คือการซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้นเทศบาลนครเชียงใหม่และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรส่งเสริมสินค้าที่นำมาขายในถนนคนเดินและมีการสนับสนุนการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย มีความทันสมัยบนความเป็นเอกลักษณ์ของชาวล้านนา โดยข้อมูลที่ได้มานั้นสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจหรือเลือกซื้อเป็นสินค้าพื้นเมือง จึงควรที่จะคงความเป็นเอกลักษณ์ไว้ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในตัวสินค้า และยังส่งผลถึงความสามารถในการเพิ่มมูลค่าของตัวสินค้าและบริการด้วย นอกจากนี้ปัจจัยในการตัดสินใจการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวส่วนมากพิจารณาจากราคาและปริมาณดังนั้นสินค้าและบริการที่นำมาขายในถนนคนเดินควรเป็นราคาที่สมเหตุสมผลซึ่งจะเป็นเรื่องดีกับถนนคนเดินเพราะนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้ซื้อสินค้าในราคาที่เป็นธรรม ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับเกี่ยวกับถนนคนเดินส่วนใหญ่ได้จากเพื่อนแนะนำ คือ เป็นข้อมูลที่ได้รับจากปากต่อปากเป็นวิธีการที่ทรงพลังมากในการทำตลาดสินค้าหรือบริการต่าง ๆ นอกจากนี้การโฆษณาแบบปากต่อปากนี้ยังขยายวงออกไปอย่างรวดเร็วนับเป็นคุณสมบัติที่ไม่มีกลยุทธ์การตลาดแบบอื่น ๆ จะเทียบเท่าได้ทำให้เห็นว่าถนนคนเดินท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ดังนั้นเทศบาลนครเชียงใหม่ หรือผู้มีส่วนร่วมควรพัฒนาให้ถนนคนเดินมีความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การรักษาความสะอาดการจัดระเบียบการขายสินค้าสุดท้ายซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญนั้น คือ การรักษากาลอายถนนคนเดินของเชียงใหม่ให้เป็นเอกลักษณ์คงความเป็นล้านนานั้นจะเป็นเสน่ห์ในการดึงดูดผู้คนของถนนคนเดินท่าแพเชียงใหม่

สัญญา ยอดจันทร์ (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตรจำนวน 300 ในช่วงปลายเดือนกรกฎาคมถึงต้นเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2554 การวิเคราะห์พฤติกรรมใช้สถิติเชิงพรรณนา ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มี

ผลต่อการมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวโดยการให้น้ำหนักความสำคัญแบบลิเคิตสเกล สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 21-40 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ย 5,000-15,000 บาทต่อเดือน ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวบึงสีไฟเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจซึ่งเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อนโดยยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการเที่ยวชมนั้นไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวเฉลี่ยแล้วอยู่คนละ 580.95 บาท และส่วนใหญ่ทราบข้อมูลของการท่องเที่ยวมาจากบุคคลในครอบครัว ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวบึงสีไฟจังหวัดพิจิตรมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบึงสีไฟซึ่งประกอบไปด้วยด้านชื่อเสียงของบึงสีไฟ บรรยากาศของบึงสีไฟมีความสวยงาม และมีสถานที่เพื่อการพักผ่อนที่หลากหลาย กิจกรรมของบึงสีไฟมีความน่าสนใจเป็นสำคัญ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ 5% ปัจจัยด้านอายุ และภูมิภานานั้นส่งผลทำให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านเพศ และรายได้ไม่ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุดโดยมีความพึงพอใจต่อขนาดของสถานที่กว้างขวาง และมีการแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาคือ พึงพอใจต่อความสะอาดของสถานที่และภายในบริเวณบึงสีไฟมีเส้นทางเดินที่ได้สะดวก ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการขาย เช่น บึงสีไฟมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึงและการโฆษณาการท่องเที่ยวบึงสีไฟ จากนิตยสาร สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ จากอินเทอร์เน็ตอย่างน้อยเกินไปส่งผลให้มีคนรับรู้ถึงกิจกรรมและความน่าสนใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวไม่มากนัก ฉะนั้นสถานที่ท่องเที่ยวควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เข้าถึงและทั่วถึงกับประชาชนและนักท่องเที่ยวเพื่อจะได้เป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

ญาณิศา ตันศิรินาถกุล (2551) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี และเพื่อศึกษาความพึงพอใจและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำนวน 300 ราย ซึ่งเลือกมาโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญและใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย

สถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจนิยมมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวและญาติการมาเที่ยวครั้งนี้เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวนิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ และส่วนใหญ่รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีผ่านคำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี ในส่วนของปัจจัยที่ควบคุมได้จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวซึ่งใช้การเรียงอันดับความสำคัญของปัจจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความสำคัญในสถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่สวยงามมีแสงสีที่ตื่นตาตื่นใจผลการทดสอบความสัมพันธ์ในส่วนของปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้โดยใช้ไคสแควร์ พบว่า อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี ผลการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่ควบคุมได้อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีน่าจะปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวพัฒนาด้านบุคลากรหรือด้านอื่น ๆ ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น และนักท่องเที่ยวส่วนมากมีความเห็นว่าราคาค่าเข้าชมที่เก็บในปัจจุบันแพงเกินไปดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีน่าจะปรับปรุงราคาค่าเข้าชมให้มีความเหมาะสมมากขึ้น โดยการปรับราคาค่าเข้าชมให้เกิดความพอใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยวและไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้านรายได้แก่ทางสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี ซึ่งอาจเป็นการให้ส่วนลดแก่นักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ เป็นต้น

เอกลักษณ์ อริยวัจน์ (2549) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและทัศนคติที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี และศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนนักท่องเที่ยวมีอายุเฉลี่ยคือ 31.27 ปี และรายได้เฉลี่ยคือ 19,620 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่น้อยกว่า 4 วัน และประมาณร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวที่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่ราคาเข้าชมที่เก็บในปัจจุบันสูงเกินไปโดยเสนอว่าควรเก็บค่าเข้าชมของเด็กต่ำกว่า 51 บาท และของผู้ใหญ่ควรเก็บในช่วง 51-100 บาท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 18.75 ที่เคยไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทซาฟารี และมีนักท่องเที่ยวร้อยละ 7.5 ที่เดินทางไปท่องเที่ยว

สวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีในการเดินทางมาครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองโลจิสติกส์ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีมากขึ้นถ้า นักท่องเที่ยวมีรายได้สูงขึ้น มีการศึกษาสูงขึ้น มีระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ยาวนานขึ้น มีความพอใจในการท่องเที่ยวธรรมชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในลักษณะเป็นกลุ่มหรือมากับครอบครัว ดังนั้นทางสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี จึงควรที่จะเน้นการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการศึกษาระรรมชาติ และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ หรือการท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว และควรที่จะทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย และจัดเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีไว้ในโปรแกรมดังกล่าว ส่วนอีกแนวทางอาจทำได้โดยการร่วมมือกับบริษัทท่องเที่ยว โดยเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวสวนสัตว์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว และราคาค่าเข้าชมสวนสัตว์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีนั้นแพงเกินไป ทางสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีควรที่จะปรับปรุงราคาค่าเข้าชม ให้มีความเหมาะสมมากขึ้น เนื่องจากความเห็นเรื่องราคาค่าเข้าชมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีของนักท่องเที่ยว โดยการปรับราคาค่าเข้าชมก็ควร ที่จะมีการศึกษาวิจัยอย่างละเอียดต่อไปเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยว และไม่ก่อให้เกิด ปัญหาด้านรายได้แก่ทางสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ในการปรับราคาค่าเข้าชมอาจทำได้โดยการให้ ส่วนลดราคาค่าเข้าชมเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นหมู่คณะ หรือมากับครอบครัว เป็นต้น

เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์ (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน การศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้บริโภคที่มาเที่ยวชมงานการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัด เชียงใหม่ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 200 ตัวอย่าง สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ใช้วิธีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลโดยออกแบบสอบถาม (Questionnaire) และข้อมูลจากหน่วยงาน และเอกสารที่เกี่ยวข้องที่มีผู้รวบรวมไว้ และในการ วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ได้เลือกใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์ การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และเทคนิค วิเคราะห์โดยวิธี Marginal Effects ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มา เที่ยวชมงานการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพ โสด มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา เป็นนักเรียนและนักศึกษา ดังนั้น หากบริษัท องค์กร หรือหน่วยงานใดที่ต้องการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารงาน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสิทธิสตรี หรือกิจกรรมสำหรับเยาวชน การจัดงานบริเวณถนนคนเดินจะทำให้เข้า

ถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ความถี่ในการมาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ มากกว่า 2 ครั้ง โดยมาเที่ยวชมงานครั้งแรก รับทราบข่าวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมถนนคนเดิน จากคำบอกเล่าจากเพื่อน หรือคนรู้จัก ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจดำเนินการเผยแพร่ และเพิ่มช่องทางในการรับทราบข่าวประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดยใช้สื่อชนิดอื่น ๆ เช่น วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจในสถานที่จัดงาน ความพึงพอใจในระดับราคาสินค้าภายในงาน และความพึงพอใจในวันที่ใช้ในการจัดงาน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจในสถานที่จัดกิจกรรมมาก ก็จะมีโอกาสที่จะมีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้น ดังนั้น หน่วยงานของรัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจใส่ใจเข้มงวดในเรื่องเกี่ยวกับสถานที่ในการจัดกิจกรรม ควรมีการดูแล และควบคุมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความสะอาดของสถานที่ สถานที่จอดรถ จุดบริการห้องน้ำ และสุขาสาธารณะ และปริมาณฝุ่นละอองภายในบริเวณงาน รวมไปถึงการรักษาความปลอดภัยในบริเวณสถานที่จัดกิจกรรม และควรเน้นการทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่อย่างยั่งยืน และรักษาไม่ให้เกิดเสื่อมโทรมซึ่งจะเอื้อประโยชน์ให้ถนนคนเดินที่ทำแพเป็นแหล่งจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสามารถรักษาการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีจุดขายสำหรับนักท่องเที่ยวต่อไปอย่างยั่งยืนได้ เช่นเดียวกับปัจจัยทางด้านความพึงพอใจในระดับราคาสินค้าภายในงาน หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับราคาสินค้าภายในงานมาก ก็จะมีโอกาสที่จะมีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น ฉะนั้น หน่วยงานของรัฐตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายในด้านระดับราคาของสินค้า มีการเข้าไปตรวจสอบระดับราคาสินค้าที่นำมาจำหน่ายภายในบริเวณกิจกรรมถนนคนเดิน จัดระเบียบพ่อค้า แม่ค้า เพื่อป้องกันมิให้มีการฉวยโอกาสของผู้ขายขึ้นราคาสินค้า และความพึงพอใจในวันที่ใช้ในการจัดงาน ก็พบว่า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจในการมาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดินมากขึ้น ฉะนั้นหน่วยงานภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องอาจใช้วันอาทิตย์ ในการจัดงานกิจกรรมถนนคนเดิน โครงการอื่น ๆ เพื่อเป็นการขยายผลของโครงการถนนคนเดินได้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนตัวแปรหรือปัจจัยทางด้านความพึงพอใจช่วงเวลาในการจัดงาน ความพึงพอใจในอรรถยาศัยไมตรีของพ่อค้า แม่ค้า เพศ จำนวนปีในการศึกษา จำนวนปีในการศึกษาของผู้บริโภค และรายได้ของผู้บริโภคนั้น ตัวแปรหรือปัจจัยเหล่านี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้น จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในงานวิจัยที่ทบทวนข้างต้น

ชื่อผู้วิจัย	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
ดุซฎีกิ เทียมเทศ และคณะ (2557)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาประกอบด้วย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และสังคม ปัจจัยด้านการคมนาคม ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยด้านราคาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
เพชร ภิญโญ (2554)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลและพฤติกรรมของบุคคลทั่วไปต่อการมาท่องเที่ยวถนนคนเดิน ท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด
สัญญาชัย ยอดจันทร์ (2554)	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย
ญาณิศา ต้นศิรินาถกุล (2551)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
เอกลักษณ์ อริยวัจน์ (2549)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย
เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์ (2546)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ความพึงพอใจสถานที่จัดงาน ความพึงพอใจราคาสินค้าภายในงาน และความพึงพอใจในวันที่ใช้ในการจัดงาน

ดังตารางที่สรุปประเด็นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับงานบริการนั้น ได้ทำการศึกษาใน 8 ประเด็น ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (2) ปัจจัยด้านราคา (3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ (6) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม (7) ปัจจัยด้านการคมนาคม (8) ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวได้ทำการศึกษาในประเด็น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านสินค้าและบริการ (2) ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ (3) ด้านสถานที่ และ (4) ด้านการให้บริการ เนื่องจากมีความเหมาะสมในการวิจัยในครั้งนี้

นอกจากนี้ จากการทบทวนตัวแปรต้นของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า มีตัวแปรต้น 7 ตัว ที่ใช้ในการวิจัยนั้น ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ ดังตารางที่สรุปนี้

ตารางที่ 2.2: สรุปตัวแปรในงานวิจัยที่ทบทวนข้างต้น

ชื่อผู้วิจัย	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	ภูมิลำเนา	อาชีพ	รายได้	สมาชิกในครอบครัว
ดุขฎิ เทียมเทศ และคณะ (2557)	/	/	/	/	/	/	/	/
พชร ภิญญ (2554)	/	/	/	/			/	
สัญชัย ยอดจันท์ (2554)	/	/	/	/		/	/	
ญานิศา ตันศิรินาถกุล (2551)		/	/		/		/	
เอกลักษณ์ อริยวัจน (2549)	/	/		/		/	/	
เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์ (2549)	/	/	/	/	/			

และจากตารางข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรต้น 6 ตัว มาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ลักษณะในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว เนื่องจากมีความเหมาะสมในการวิจัยในครั้งนี้



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคร่วมแนวทางการแก้ไขของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 วิธีทดสอบสมมติฐาน

3.1 วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี และด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการธุรกิจหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ได้แก่ ร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ ร้านกาแฟหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ ร้านขายของที่ระลึกหมู่บ้านควายไทย/ OTOP หมู่บ้านควายไทย/ รวม 7 คน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสุพรรณบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี และองค์การบริหารส่วนตำบลนาหว้า

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี เพื่อประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทฤษฎีการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว แนวคิดการบริการที่มีคุณภาพ แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานต่อการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปหมู่บ้าน

อนุรักษ์ควายไทย งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลดังกล่าว ประกอบด้วย ข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดคณะมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และจากสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับรายได้ การท่องเที่ยวของประเทศไทยรายได้การท่องเที่ยวของจังหวัด จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นข้อมูลที่ได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสถิติจังหวัดสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

คำนวณจากประชากร ได้มาจากสูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 คน ในการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้โดยการใช้สูตร Yamane (1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ	N	หมายถึง	ขนาดของประชากร
	n	หมายถึง	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	e	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยเลือกจากผู้ประกอบการธุรกิจหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ได้แก่ ร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ร้านกาแฟหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ร้านขายของที่ระลึกหมู่บ้านควายไทย/ OTOP หมู่บ้านควายไทย/ รวม 7 คน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสุพรรณบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี และองค์การบริหารส่วนตำบลนาท้าว ซึ่งถือว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ในประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 2

3.3 เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้เครื่องมือ 2 ชนิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ดังนี้

3.3.1 แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เป็นการกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ได้แก่ ร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ ร้านกาแฟหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ ร้านขายของที่ระลึกหมู่บ้านควายไทย/ OTOP หมู่บ้านควายไทย และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสุพรรณบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี และองค์การบริหารส่วนตำบลนาหว้า โดยแบ่งตามขอบเขตด้านเนื้อหาเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย พฤติกรรมในการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว และปัญหาและอุปสรรคร่วมแนวทางการแก้ไขที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย รวม 4 คำถาม

3.3.2 แบบสอบถาม

แบบสอบถามพัฒนาขึ้นโดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีและแบบสอบถามที่มีผู้พัฒนาไว้แล้ว นำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวและอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (IOC: Index of Consistency) เพื่อความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรแต่ไม่ใช่ตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพแบบสอบถาม (Reliability) แล้วคัดเลือกเฉพาะข้อที่มีอำนาจจำแนกใช้ได้ (ค่าในช่อง Sig. ต่ำกว่า .05) โดยแบบสอบถามทั้งหมด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .966

โครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ลักษณะในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการ และปัญหาอุปสรรค

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทยจังหวัดสุพรรณบุรี

โดยส่วนที่ 3 ใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่ารวม (Summate Rating Scale) ของ ลิเกิร์ต (Likert Scale)

ลักษณะคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว เป็นแบบการประเมินความคิดเห็น โดยมีค่าความคิดเห็น 5 ระดับ คือ มากสุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยสุด ดังนี้

- | | | |
|---|---|--------------------------------------|
| 1 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความน้อยสุด |
| 2 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความน้อย |
| 3 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความระดับปานกลาง |
| 4 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความมาก |
| 5 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความมากที่สุด |

เกณฑ์การตัดสินและเกณฑ์การพิจารณา

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ใช้วิธีอิงเกณฑ์ในการแปลความข้อมูลที่เหมาะสมที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับและใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า มี 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21-5.00 หมายถึง มีความเห็นด้วยต่อข้อความในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41-4.20 หมายถึง มีความเห็นด้วยต่อข้อความในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61-3.40 หมายถึง มีความเห็นด้วยต่อข้อความในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81-2.60 หมายถึง มีความเห็นด้วยต่อข้อความในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.80 หมายถึง มีความเห็นด้วยต่อข้อความในระดับน้อยสุด

โดยส่วนที่ 4 ใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่ารวม (Summate Rating Scale) ของ ลิเกิร์ต (Likert Scale)

ลักษณะคำถามที่เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว เป็นแบบการประเมินระดับความคิดเห็น โดยมีค่าความคิดเห็น 5 ระดับ คือ มากสุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยสุด ดังนี้

- | | | |
|---|---|--------------------------------------|
| 1 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความน้อยสุด |
| 2 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความน้อย |
| 3 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความระดับปานกลาง |
| 4 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความมาก |
| 5 | = | มีความเห็นด้วยต่อข้อความมากที่สุด |

เกณฑ์การตัดสินและเกณฑ์การพิจารณา

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นของปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว ใช้วิธีอิงเกณฑ์ในการแปลความข้อมูลที่เหมาะสมที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ และใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า มี 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยต่อข้อคำถามในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยต่อข้อคำถามในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยต่อข้อคำถามในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยต่อข้อคำถามในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยต่อข้อคำถามในระดับน้อยสุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง มีขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 ติดต่อไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อขออนุญาตเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัยกับกลุ่ม Try Out จำนวน 30 ชุด และเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลจริง ในวันที่ 31 สิงหาคม 2558 ณ หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย

3.4.2 มีหนังสือจากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้ประกอบการธุรกิจหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ผู้วิจัยเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในส่วนของ การหาคุณภาพของเครื่องมือ และการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงในการให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐตอบแบบสัมภาษณ์

3.4.3 เก็บรวบรวมข้อมูลจริงโดยผู้วิจัยเป็นคนชี้แจงให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยตนเองแล้วแจกแบบสอบถาม จากนั้นดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐใช้เวลาประมาณคนละ 20 นาที เมื่อสัมภาษณ์เสร็จจะเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนในวันถัดไป

3.4.4 สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ นั้น ผู้วิจัยใช้เครื่องบันทึกเสียงเพื่อบันทึกการสัมภาษณ์ตั้งแต่ต้นจนจบเพียงวิธีเดียว โดยแจ้งให้ผู้เข้ารับการสัมภาษณ์ทราบก่อนทุกครั้ง จากนั้นนำไฟล์ที่ได้บันทึกมาถอดเสียงสัมภาษณ์อย่างละเอียด โดยการพิมพ์ลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำลายข้อมูลต่าง ๆ หลังจากการวิจัยได้สิ้นสุดลงทันที

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี นำผลข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1-4 มาประมวลผลด้วยโปรแกรมการวิเคราะห์ทางสถิติและแสดงผลในรูปตารางจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) ของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวและปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว และการทดสอบสมมติฐาน

3.5.2 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคร่วมแนวทางการแก้ไขของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อทราบปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะสามารถนำมาแปลความหมายและอภิปรายผลที่ทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ กับพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

3.6 วิธีทดสอบสมมติฐาน

3.6.1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ใช้ t-test, F-test

3.6.2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ใช้ t-test, F-test

3.6.3 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ใช้ F-test

3.6.4 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ใช้ t-test, F-test

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคร่วมแนวทางการแก้ไขของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

ในส่วนแบบสอบถามผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่ได้คำตอบครบถ้วนสมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 5 ส่วนประกอบ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทยจังหวัดสุพรรณบุรี
- ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน
- ส่วนที่ 6 การสัมภาษณ์

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)
- \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
- S.D. แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- T แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (t-test)
- F แทน ค่าสถิติเอฟ ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (F-test)
- Sig แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติ
- * แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ ซึ่งปรากฏดังตารางที่ 4.1 - 4.5

ตารางที่ 4.1: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
ชาย	153	38.20
หญิง	247	61.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จำนวนและร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 และเพศชาย มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20

ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	17	4.20
21-30 ปี	171	42.80
31-40 ปี	136	34.00
41-50 ปี	53	13.20
51 – 59 ปี	14	3.50
60 ปีขึ้นไป	9	2.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า จำนวนและร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 รองลงมาคือ 31-40 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 อายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 20 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 และมีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30

ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
ประถมศึกษา	15	3.80
มัธยมศึกษาตอนต้น	40	10.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย, เทียบเท่า	81	20.20
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	84	21.00
ปริญญาตรี	168	42.00
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	10	2.50
อื่น ๆ ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคืออนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย, เทียบเท่า จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 มัธยมศึกษาตอนต้น 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ประถมศึกษา 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และอื่น ๆ ไม่ได้เรียนหนังสือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
รับจ้างทั่วไป	105	26.20
ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว, พ่อค้า, แม่ค้า	77	19.20
พนักงานบริษัทเอกชน	63	15.80
นักเรียน, นักศึกษา	62	15.50
เกษตรกร	44	11.00
ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36	9.00
แม่บ้าน, ว่างาน	12	3.00
อาชีพอิสระ ได้แก่ จิตรกร	1	0.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า จำนวนและร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมาคือผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว, พ่อค้า, แม่ค้า จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 นักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 เกษตรกร จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 แม่บ้าน, ว่างาน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และอื่น ๆ ได้แก่ จิตรกรจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
15,000 บาท	75	18.80
15,001-30,000 บาท	193	48.20
30,001-45,000 บาท	65	16.20
45,001-60,000 บาท	56	14.0
60,001-75,000 บาท	10	2.50
75,001 บาทขึ้นไป	1	0.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า จำนวนและร้อยละรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมาคือ รายได้ 15,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 รายได้ 30,001-45,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 รายได้ 45,001-60,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 รายได้ 60,001-75,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และรายได้ 75,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว

ผลการศึกษเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ ซึ่งปรากฏดังตารางที่ 4.6 – 4.13

ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	179	44.80
สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว, กลุ่มเพื่อน	114	28.50
ศึกษาดูงาน, เรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรม	80	20.00
ประชุม, สัมมนา	27	6.70
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมาคือ สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว, กลุ่มเพื่อน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 ศึกษาดูงาน, เรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรม จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และประชุม, สัมมนา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70

ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
รถยนต์ส่วนตัว	176	44.00
รถเช่าเหมา เช่น รถตู้/ รถบัส	115	28.80
รถประจำทาง/ รถรับจ้าง	75	18.80
รถจักรยานยนต์	33	8.20
รถจักรยาน	1	0.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ รถเช่าเหมา เช่น รถตู้, รถบัส จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รถประจำทาง, รถรับจ้าง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 รถจักรยานยนต์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 และอื่น ๆ ได้แก่ รถจักรยาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20

ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร

เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
มากับเพื่อน	169	42.20
มากับครอบครัว,ญาติ	130	32.50
มากับเพื่อนร่วมงาน	81	20.20
มาคนเดียว	19	4.80
มากับแฟน	1	0.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า เดินทางมาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40 รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว, ญาติ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 มากับเพื่อนร่วมงาน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 มาคนเดียว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 และอื่น ๆ ได้แก่ มากับแฟน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
วันหยุดสุดสัปดาห์	165	41.20
วันหยุดนักขัตฤกษ์	138	34.50
วันจันทร์-ศุกร์	90	22.50
วันว่าง	7	1.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่วันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมาคือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 วันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 90 คิดเป็นร้อยละ 22.50 และอื่น ๆ ได้แก่ วันว่าง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	15	3.80
1-2 ชั่วโมง	206	51.50
3-4 ชั่วโมง	157	39.20
มากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาคือ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 3-4 ชั่วโมง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
1-2 ครั้ง/ เดือน	65	16.20
3 ครั้ง/ เดือน	46	11.50
4 ครั้ง/ เดือน	24	6.00
มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	30	7.50
นาน ๆ ครั้ง	235	58.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวนาน ๆ ครั้ง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 รองลงมา คือ ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง/ เดือน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว 3 ครั้ง/ เดือน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.12: จำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
ต่ำกว่า 500 บาท	30	7.50
501-1,000 บาท	191	47.80
1,001-2,000 บาท	144	36.00
2,001 บาท ขึ้นไป	35	8.70
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว 501-1,000 บาท จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 รองลงมาคือ 1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว 1,001-2,000 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็น ร้อยละ 36.00 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.13: จำนวนและร้อยละปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยว

ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน) Frequency	ร้อยละ Percent
ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	149	37.20
การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี	60	15.00
สินค้า-บริการ ไม่มีคุณภาพ	58	14.50
การจราจรติดขัด	56	14.00
ที่จอดรถไม่เพียงพอ	41	10.20
การขาดแคลนห้องน้ำ/ ห้องน้ำไม่สะอาด	33	8.20
ขยะมาก/ ที่ทิ้งขยะไม่พอ	3	0.90
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20 รองลงมาคือ การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 สินค้า-บริการไม่มีคุณภาพ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 การจราจรติดขัด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ที่จอดรถไม่เพียงพอ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 การขาดแคลนห้องน้ำ/ ห้องน้ำไม่สะอาด 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 และขยะมาก/ ที่ทิ้งขยะไม่พอ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.90

4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งประกอบด้วย ด้านการให้บริการ ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ และด้านสถานที่ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4.14 – 4.18

ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยดี พุดจาสุภาพ	112 (28.00)	233 (58.20)	53 (13.20)	2 (0.50)	-	4.14	0.644	มากที่สุด
2. พ่อค้าและแม่ค้ามีความเป็นกันเอง	106 (26.50)	237 (59.20)	55 (13.80)	3 (0.50)	-	4.12	0.640	มากที่สุด
3. พ่อค้าและแม่ค้ามีสีหน้าที่เต็มใจให้บริการให้เกียรตินักท่องเที่ยว	120 (30.00)	169 (42.20)	109 (27.20)	2 (0.50)	-	4.02	0.771	มากที่สุด
4. พ่อค้าและแม่ค้ามีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	99 (24.80)	160 (40.00)	138 (34.50)	3 (0.80)	-	3.89	0.782	มากที่สุด
5. เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ สุภาพ ให้เกียรตินักท่องเที่ยว	54 (13.50)	179 (44.80)	151 (37.80)	11 (2.80)	5 (1.20)	3.67	0.790	มากที่สุด
6. เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว	22 (5.50)	98 (24.50)	68 (17.00)	112 (2.80)	100 (2.50)	2.57	1.252	น้อย
7. พ่อค้าและแม่ค้าเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยว	19 (4.80)	63 (15.80)	68 (17.00)	119 (29.80)	131 (32.80)	2.30	1.212	น้อย
รวม						3.53	0.409	มากที่สุด

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือพ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยดี พุดจาสุภาพ ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือพ่อค้าและแม่ค้ามีความเป็นกันเอง ($\bar{X} = 4.12$) พ่อค้าและแม่ค้ามีสีหน้าที่เต็มใจให้บริการให้เกียรตินักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.02$) พ่อค้าและแม่ค้ามีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.89$) เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ สุภาพ ให้เกียรตินักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.67$) เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.57$) และพ่อค้าและแม่ค้าเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.30$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านสินค้าและบริการ

ด้านสินค้าและบริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเหมาะสมของราคาอาหาร และสินค้า	23 (5.80)	185 (46.20)	186 (46.50)	6 (1.50)	-	3.56	0.626	มากที่สุด
2. ความสะอาดของอาหารและภาชนะ	27 (6.80)	175 (43.80)	187 (46.80)	11 (2.80)	-	3.55	0.663	มากที่สุด
3. รสชาติอาหารอร่อย	26 (6.50)	179 (44.80)	183 (45.80)	12 (3.00)	-	3.55	0.662	มากที่สุด
4. คุณภาพของอาหาร และสินค้า	22 (5.50)	178 (44.50)	190 (47.50)	10 (2.50)	-	3.53	0.640	มากที่สุด
5. ความหลากหลายของอาหาร และสินค้า	21 (5.20)	170 (42.50)	196 (49.00)	12 (3.00)	1 (0.20)	3.49	0.657	มากที่สุด
6. ความหลากหลายของร้านค้า/ ชนิดของสินค้า	17 (4.20)	168 (42.00)	189 (47.20)	26 (6.50)	-	3.44	0.680	มากที่สุด
7. ความสร้างสรรค์ของสินค้า	20 (5.00)	157 (39.20)	180 (45.00)	43 (10.80)	-	3.38	0.744	ปานกลาง
8. ความเหมาะสมของสินค้าและบริการที่จัดจำหน่าย	18 (4.50)	147 (36.80)	193 (48.20)	39 (9.80)	3 (0.80)	3.34	0.747	ปานกลาง
9. การเอาใจเอาเปรียบของราคาอาหารและสินค้า	23 (5.80)	106 (26.50)	153 (38.20)	42 (10.50)	76 (19.00)	2.90	1.163	ปานกลาง
รวม						3.42	0.355	มากที่สุด

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านสินค้าและบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.42$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือความเหมาะสมของราคาอาหาร และสินค้า ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมาคือ ความสะอาดของอาหารและภาชนะรสชาติอาหารอร่อย ($\bar{X} = 3.55$) คุณภาพของอาหาร และสินค้า ($\bar{X} = 3.53$) ความหลากหลายของอาหาร และสินค้า ($\bar{X} = 3.49$) ความหลากหลายของร้านค้า/ ชนิดของสินค้า ($\bar{X} = 3.44$) ความสร้างสรรค์ของสินค้า ($\bar{X} = 3.38$) ความเหมาะสมของสินค้าและบริการที่จัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.34$) และการเอาใจเปรียบของราคาอาหารและสินค้า ($\bar{X} = 2.90$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ

ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความน่าสนใจของกิจกรรมที่จัดให้บริการ	30 (7.50)	226 (56.50)	139 (34.80)	5 (1.20)	-	3.70	.620	มากที่สุด
2. ความเหมาะสมของกิจกรรมที่จัดให้บริการ	28 (7.00)	223 (55.80)	147 (36.80)	2 (0.50)	-	3.69	.603	มากที่สุด
3. ประโยชน์ที่ได้จากกิจกรรมที่จัดให้บริการ	54 (13.50)	168 (42.00)	175 (43.80)	2 (0.80)	-	3.68	.709	มากที่สุด
4. คุณภาพของบริการต่าง ๆ	43 (10.80)	161 (40.20)	181 (45.20)	15 (3.80)	-	3.58	.731	มากที่สุด
5. ความบันเทิงใจจากกิจกรรมต่าง ๆ	37 (9.20)	163 (40.80)	166 (41.50)	30 (7.50)	4 (1.00)	3.50	.804	มากที่สุด
6. จำนวนรอบหรือเวลาของกิจกรรมที่จัดให้มีการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ	30 (7.50)	152 (38.00)	200 (50.00)	18 (4.50)	-	3.49	.701	มากที่สุด
7. ความสะดวกในการเข้าถึงกิจกรรมต่าง ๆ	22 (5.50)	176 (44.00)	177 (44.20)	24 (6.00)	1 (0.20)	3.49	.704	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ

ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
8. ความเหมาะสมอัตราค่าบริการ	33 (8.20)	142 (35.50)	207 (51.80)	17 (4.20)	1 (0.20)	3.47	.718	มากที่สุด
9. ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดให้บริการ	27 (6.80)	136 (34.00)	218 (54.50)	19 (4.80)	-	3.43	.690	มากที่สุด
10. การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี	16 (4.00)	92 (23.00)	148 (37.00)	79 (19.80)	65 (16.20)	2.79	1.093	ปานกลาง
รวม						3.48	0.357	สูงมาก

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.48$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือ ความน่าสนใจของกิจกรรมที่จัดให้บริการ ($\bar{x} = 3.70$) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของกิจกรรมที่จัดให้บริการ ($\bar{x} = 3.69$) ประโยชน์ที่ได้จากกิจกรรมที่จัดให้บริการ ($\bar{x} = 3.68$) คุณภาพของบริการต่าง ๆ ($\bar{x} = 3.58$) ความบันเทิงเร้าใจจากกิจกรรมต่าง ๆ ($\bar{x} = 3.50$) ความสะดวกในการเข้าถึงกิจกรรมต่าง ๆ จำนวนรอบหรือเวลาของกิจกรรมที่จัดให้มีการให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{x} = 3.49$) ความเหมาะสมอัตราค่าบริการ ($\bar{x} = 3.47$) ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดให้บริการ ($\bar{x} = 3.43$) และการจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี ($\bar{x} = 2.79$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านสถานที่

ด้านสถานที่	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การตกแต่ง ความร่มรื่น ความสวยงามของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย	172 (43.00)	102 (25.50)	102 (25.50)	22 (5.50)	2 (.50)	4.05	.975	มากที่สุด
2. ความเป็นธรรมชาติของสถานที่	127 (31.80)	119 (29.80)	139 (34.80)	14 (3.50)	1 (0.20)	3.89	.904	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมในการจัดสรรพื้นที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย	105 (26.20)	155 (38.80)	118 (29.50)	21 (5.20)	1 (0.20)	3.86	.878	มากที่สุด
4. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องสุขา ที่นั่ง ถังขยะ ป้ายบอกทางตามจุดต่าง ๆ ลานจอดรถ ทางเดิน	59 (14.80)	165 (41.20)	160 (40.00)	16 (4.00)	-	3.67	.774	มากที่สุด
5. ความปลอดภัยและความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่	62 (15.50)	148 (37.00)	175 (43.80)	15 (3.80)	-	3.64	.785	มากที่สุด
6. ความปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ	52 (13.00)	155 (38.80)	180 (45.00)	13 (3.20)	-	3.62	.750	มากที่สุด
7. ความสะอาดของสถานที่ เช่น ขยะมาก การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาดที่จอดรถไม่เพียงพอ และที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ	65 (16.20)	166 (41.50)	119 (29.80)	29 (7.20)	21 (5.20)	3.56	1.017	มากที่สุด
รวม						3.75	.540	มากที่สุด

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวด้านสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.75$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือ การตกแต่ง ความร่มรื่น ความสวยงามของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย มีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาคือความเป็นธรรมชาติของสถานที่ ($\bar{x} = 3.89$) ความเหมาะสมในการจัดสรรพื้นที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ($\bar{x} = 3.86$)

สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องสุขา ที่นั่ง ถังขยะ ป้ายบอกทางตามจุดต่าง ๆ ลานจอดรถ ทางเดิน ($\bar{X} = 3.67$) ความปลอดภัยและความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ ($\bar{X} = 3.64$) ความปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ ($\bar{X} = 3.62$) และความสะอาดของสถานที่ เช่น ขยะมาก การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด ที่จอดรถไม่เพียงพอ และที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่	3.75	.540	มากที่สุด
ด้านให้บริการ	3.53	.409	มากที่สุด
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	3.48	.357	มากที่สุด
ด้านสินค้าและบริการ	3.42	.355	มากที่สุด
รวม	3.55	.261	มากที่สุด

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือ ด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ ด้านให้บริการ ($\bar{X} = 3.53$) ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ ($\bar{X} = 3.48$) และด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.42$) ตามลำดับ

4.4 ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4.19 – 4.20

ตารางที่ 4.19: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว

ปัญหาและอุปสรรค	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ขยะมูลฝอย เช่น ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก	8 (2.00)	149 (37.20)	174 (43.50)	56 (14.00)	13 (3.20)	3.21	.825	ปานกลาง
2. ห้องน้ำ เช่น การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด	13 (3.20)	106 (26.50)	229 (57.20)	42 (10.50)	10 (2.50)	3.18	.756	ปานกลาง
3. กิจกรรมภายในหมู่บ้านควายไทย เช่น กิจกรรมน้อย ไม่หลากหลาย	24 (6.00)	120 (30.00)	176 (44.00)	53 (13.20)	27 (6.80)	3.15	.960	ปานกลาง
4. การบริการ เช่น การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี	14 (3.50)	136 (34.00)	172 (43.00)	52 (13.00)	26 (6.50)	3.15	.922	ปานกลาง
5. ความปลอดภัย เช่น ความไม่ปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ	5 (1.20)	134 (33.50)	185 (46.20)	62 (15.50)	14 (3.50)	3.14	.815	ปานกลาง
6. ของที่ระลึก เช่น ความไม่หลากหลายของร้านค้า/ชนิดของสินค้า	6 (1.50)	124 (31.00)	187 (46.80)	61 (15.20)	22 (5.50)	3.08	.859	ปานกลาง
7. อาหาร/ เครื่องดื่ม เช่น ความไม่เหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม	5 (1.20)	122 (30.50)	186 (46.50)	68 (17.00)	19 (4.80)	3.06	.844	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.19 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว

ปัญหาและอุปสรรค	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
8. เจ้าหน้าที่ เช่น เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว	11 (2.80)	119 (29.80)	164 (41.00)	69 (17.20)	37 (9.20)	3.00	.976	ปานกลาง
9. ป้ายบอก เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	64 (16.00)	90 (22.50)	86 (21.50)	100 (25.00)	60 (15.00)	2.99	1.311	ปานกลาง
10. ความสะอาด เช่น ความสะอาดโดยรอบของพื้นที่	13 (3.20)	63 (15.80)	260 (65.00)	33 (8.20)	31 (7.80)	2.99	.826	ปานกลาง
11. พ่อค้าและแม่ค้า เช่น พ่อค้าและแม่ค้าเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว	11 (2.80)	82 (20.50)	148 (37.00)	95 (23.80)	64 (16.00)	2.70	1.052	ปานกลาง
12. ชุมชนโดยรอบ เช่น คนในชุมชนไม่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	11 (2.80)	64 (16.00)	113 (28.20)	128 (32.00)	84 (21.00)	2.48	1.076	น้อย
13. ถนนหนทาง เช่น ถนนหนทางชำรุดเสียหาย	7 (1.80)	44 (11.00)	110 (27.50)	137 (34.20)	102 (25.50)	2.29	1.022	น้อย
รวม						2.96	.608	ปานกลาง

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.19 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.96$) เมื่อพิจารณาทางด้านลำดับแรกคือ ขยะมูลฝอย เช่น ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก ($\bar{x} = 3.21$) รองลงมาคือ ห้องน้ำ เช่น การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด ($\bar{x} = 3.18$) กิจกรรมภายในหมู่บ้านควายไทย เช่น กิจกรรมน้อย ไม่หลากหลาย การบริการ เช่น การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี ($\bar{x} = 3.15$) ความปลอดภัย เช่น ความไม่ปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ ($\bar{x} = 3.14$) ที่จอดรถ เช่น ที่จอดรถไม่เพียงพอและของที่ระลึก เช่น ความไม่หลากหลายของร้านค้า/ ชนิดของสินค้า ($\bar{x} = 3.08$) อาหาร/ เครื่องดื่ม เช่น ความไม่เหมาะสมของราคาอาหาร

และเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.06$) เจ้าหน้าที่ เช่น เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.00$) ความสะอาด เช่น ความสะอาดโดยรอบของพื้นที่และป้ายบอก เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ($\bar{X} = 2.99$) ($\bar{X} = 2.70$) ชุมชนโดยรอบ เช่น คนในชุมชนไม่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.48 และถนนหนทาง เช่น ถนนหนทางชำรุดเสียหาย ($\bar{X} = 2.29$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวม

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ขยะมูลฝอย เช่น ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก	3.21	.825	ปานกลาง
2. ห้องน้ำ เช่น การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด	3.18	.756	ปานกลาง
3. กิจกรรมภายในหมู่บ้านควายไทย เช่น กิจกรรมน้อยไม่หลากหลาย	3.15	.960	ปานกลาง
4. การบริการ เช่น การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี	3.15	.922	ปานกลาง
5. ความปลอดภัย เช่น ความไม่ปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ	3.14	.815	ปานกลาง
6. ที่จอดรถ เช่น ที่จอดรถไม่เพียงพอ	3.08	.828	ปานกลาง
7. ของที่ระลึก เช่น ความไม่หลากหลายของร้านค้า/ชนิดของสินค้า	3.08	.859	ปานกลาง
8. อาหาร/ เครื่องดื่ม เช่น ความไม่เหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.06	.844	ปานกลาง
9. เจ้าหน้าที่ เช่น เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว	3.00	.976	ปานกลาง
10. ป้ายบอก เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	2.99	.826	ปานกลาง
11. ความสะอาด เช่น ความสะอาดโดยรอบของพื้นที่	2.99	.826	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.20 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวม

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
12. พ่อค้าและแม่ค้า เช่น พ่อค้าและแม่ค้าเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว	2.70	.811	ปานกลาง
13. ชุมชนโดยรอบ เช่น คนในชุมชนไม่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	2.48	.776	น้อย
14. ถนนหนทาง เช่น ถนนหนทางชำรุดเสียหาย	2.29	.689	น้อย
ภาพรวม	2.96	.608	ปานกลาง

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.20 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$) เมื่อพิจารณาทางด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขยะมูลฝอย เช่น ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก ($\bar{X} = 3.21$) รองลงมาคือ ห้องน้ำ เช่น การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด ($\bar{X} = 3.18$) กิจกรรมภายในหมู่บ้านควายไทย เช่น กิจกรรมน้อย ไม่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.15$) การบริการ เช่น การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี ($\bar{X} = 3.15$) ความปลอดภัย เช่น ความไม่ปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ ($\bar{X} = 3.14$) ที่จอดรถ เช่น ที่จอดรถไม่เพียงพอ ($\bar{X} = 3.08$) ของที่ระลึก เช่น ความไม่หลากหลายของร้านค้า/ ชนิดของสินค้า ($\bar{X} = 3.08$) อาหาร/ เครื่องดื่ม เช่น ความไม่เหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.06$) เจ้าหน้าที่ เช่น เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้อัฒนาการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.00$) ป้ายบอก เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ($\bar{X} = 2.99$) ความสะอาด เช่น ความสะอาดโดยรอบของพื้นที่ ($\bar{X} = 2.99$) พ่อค้าและแม่ค้า เช่น พ่อค้าและแม่ค้าเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.70$) ชุมชนโดยรอบ เช่น คนในชุมชนไม่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.48$) และถนนหนทาง เช่น ถนนหนทางชำรุดเสียหาย ($\bar{X} = 2.29$) ตามลำดับ

4.5 ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test, F-test ซึ่งปรากฏผลดังต่อไปนี้
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่
แตกต่างกัน ใช้ t-test, F-test

ตารางที่ 4.21: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัด
สุพรรณบุรีตามตัวแปรเพศ

ด้าน	เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	สรุปความ แตกต่างและ ไม่แตกต่าง
วัตถุประสงค์ในการ ท่องเที่ยว	ชาย	153	1.99	1.133	.149	.699	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	2.04	1.159			
ยานพาหนะที่ใช้ใน การท่องเที่ยว	ชาย	153	2.29	1.265	3.107	.079	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	2.36	1.326			
เดินทางมาท่องเที่ยว กับใคร	ชาย	153	2.82	0.831	.184	.668	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	2.77	0.826			
ช่วงเวลาในการ เดินทางท่องเที่ยว	ชาย	153	2.27	0.737	.614	.434	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	2.08	0.807			
ระยะเวลาในการ เดินทางท่องเที่ยว	ชาย	153	2.50	0.699	2.558	.111	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	2.45	0.634			
ความถี่ในการเดินทาง ท่องเที่ยว	ชาย	153	1.95	1.332	1.328	.250	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	1.83	1.226			
ค่าใช้จ่ายในการ เดินทางท่องเที่ยว	ชาย	153	2.41	0.773	.015	.902	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	2.50	.759			
ปัญหาและอุปสรรคที่ พบในการท่องเที่ยว	ชาย	153	5.19	1.697	1.693	.194	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	5.32	1.749			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ของนักท่องเที่ยวมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอายุ

ด้าน	อายุ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
วัตถุประสงค์ ในการ ท่องเที่ยว	≥ 20 ปี	17	3.12	1.409	4.870	.000*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	2.10	1.201			
	31-40 ปี	136	1.77	0.981			
	41-50 ปี	53	1.98	0.990			
	51 – 59 ปี	14	2.21	1.251			
	60 ปีขึ้นไป	9	2.11	1.453			
	รวม	400	2.02	1.148			
ยานพาหนะ ที่ใช้ในการ ท่องเที่ยว	≥ 20 ปี	17	3.47	0.943	5.563	.000*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	2.52	1.317			
	31-40 ปี	136	1.99	1.226			
	41-50 ปี	53	2.21	1.291			
	51 – 59 ปี	14	2.36	1.277			
	60 ปีขึ้นไป	9	2.33	1.225			
	รวม	400	2.33	1.302			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรอายุ

ด้าน	อายุ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ผู้ที่เดินทางมา ท่องเที่ยว ด้วยกัน	≥ 20 ปี	17	2.88	0.332	3.964	.002*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	2.89	0.848			
	31-40 ปี	136	2.67	0.780			
	41-50 ปี	53	2.77	0.800			
	51 – 59 ปี	14	3.14	0.949			
	60 ปีขึ้นไป	9	1.89	1.054			
	รวม	400	2.79	0.827			
ช่วงเวลาใน การเดินทาง ท่องเที่ยว	≥ 20 ปี	17	2.29	0.686	7.319	.000*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	1.91	0.753			
	31-40 ปี	136	2.39	0.732			
	41-50 ปี	53	2.28	0.794			
	51 – 59 ปี	14	2.43	0.756			
	60 ปีขึ้นไป	9	1.89	1.054			
	รวม	400	2.16	0.786			
ระยะเวลาใน การท่องเที่ยว	≥ 20 ปี	17	2.82	0.728	11.189	.000*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	2.23	0.574			
	31-40 ปี	136	2.65	0.661			
	41-50 ปี	53	2.51	0.639			
	51 – 59 ปี	14	2.50	0.519			
	60 ปีขึ้นไป	9	3.22	0.667			
	รวม	400	2.47	0.659			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรอายุ

ด้าน	อายุ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและไม่ได้แตกต่าง
ความถี่ในการท่องเที่ยว	≥ 20 ปี	17	1.88	1.364	1.283	.270	ไม่แตกต่าง
	21-30 ปี	171	1.85	1.268			
	31-40 ปี	136	1.77	1.154			
	41-50 ปี	53	1.96	1.427			
	51 – 59 ปี	14	2.14	1.351			
	60 ปีขึ้นไป	9	2.78	1.481			
	รวม	400	1.87	1.267			
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	> 20 ปี	17	2.12	0.600	9.245	.000*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	2.22	0.609			
	31-40 ปี	136	2.74	0.861			
	41-50 ปี	53	2.62	0.765			
	51 – 59 ปี	14	2.50	0.650			
	60 ปีขึ้นไป	9	2.56	0.726			
	รวม	400	2.46	0.765			
ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยว	≥ 20 ปี	17	4.47	1.625	4.263	.001*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	5.66	1.557			
	31-40 ปี	136	4.90	1.835			
	41-50 ปี	53	5.38	1.678			
	51 – 59 ปี	14	5.21	1.528			
	60 ปีขึ้นไป	9	4.56	2.351			
	รวม	400	5.27	1.728			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.22 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ของนักท่องเที่ยว มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นความถี่ในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรระดับการศึกษา

ด้าน	ระดับการศึกษา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
วัตถุประสงค์ ในการ ท่องเที่ยว	ประถมศึกษา	15	3.00	1.464	2.874	.009*	แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	2.08	1.141			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	1.95	1.128			
	อนุปริญญา	84	1.83	1.062			
	ปริญญาตรี	168	2.01	1.103			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.50	1.581			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	3.00	1.414			
	รวม	400	2.02	1.148			
ยานพาหนะ ที่ใช้ในการ ท่องเที่ยว	ประถมศึกษา	15	2.73	1.335	1.927	.075	ไม่แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	2.45	1.085			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	2.63	1.239			
	อนุปริญญา	84	2.11	1.308			
	ปริญญาตรี	168	2.23	1.336			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.10	1.449			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	3.50	2.121			
	รวม	400	2.33	1.302			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรระดับการศึกษา

ด้าน	ระดับการศึกษา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและไม่แตกต่าง
ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน	ประถมศึกษา	15	2.60	1.056	.487	.818	ไม่แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	2.73	0.877			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	2.72	0.778			
	อนุปริญญา	84	2.86	0.823			
	ปริญญาตรี	168	2.83	0.826			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.70	0.823			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	2.50	0.707			
	รวม	400	2.79	0.827			
ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	ประถมศึกษา	15	1.67	0.816	3.920	.001*	แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	1.83	0.844			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	2.16	0.749			
	อนุปริญญา	84	2.30	0.773			
	ปริญญาตรี	168	2.17	0.750			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.40	0.843			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	3.50	0.707			
	รวม	400	2.16	0.786			
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	ประถมศึกษา	15	3.07	0.799	3.028	.007*	แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	2.45	0.639			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	2.46	0.613			
	อนุปริญญา	84	2.54	0.735			
	ปริญญาตรี	168	2.38	0.617			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.40	0.516			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	3.00	0.000			
	รวม	400	2.47	0.659			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรระดับการศึกษา

ด้าน	ระดับการศึกษา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ความถี่ ในการ ท่องเที่ยว	ประถมศึกษา	15	2.67	1.676	2.875	.009*	แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	2.30	1.454			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	1.95	1.303			
	อนุปริญญา	84	1.85	1.177			
	ปริญญาตรี	168	1.68	1.160			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	1.60	1.265			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	3.00	1.414			
	รวม	400	1.87	1.267			
ค่าใช้จ่าย ในการ ท่องเที่ยว	ประถมศึกษา	15	2.20	0.676	6.065	.000*	แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	2.10	0.591			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	2.32	0.864			
	อนุปริญญา	84	2.75	0.709			
	ปริญญาตรี	168	2.47	0.717			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.60	0.843			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	4.00	0.000			
	รวม	400	2.46	0.765			
ปัญหาและ อุปสรรคที่ พบในการ ท่องเที่ยว	ประถมศึกษา	15	4.27	1.831	1.689	.122	ไม่แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	5.05	1.867			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	5.32	1.556			
	อนุปริญญา	84	5.38	1.823			
	ปริญญาตรี	168	5.27	1.718			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	6.30	1.252			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	6.00	1.414			
	รวม	400	5.27	1.728			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.23 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ของนักท่องเที่ยว มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน และปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอาชีพ

ด้าน	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
วัตถุประสงค์ ในการ ท่องเที่ยว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	1.78	1.017	4.699	.000*	แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	1.78	0.924			
	ธุรกิจส่วนตัว	77	2.06	1.218			
	เกษตรกร	44	2.30	1.231			
	รับจ้างทั่วไป	105	1.80	1.004			
	แม่บ้าน/ว่างงาน	12	1.58	0.669			
	นักเรียน/นักศึกษา	62	2.63	1.333			
	อื่น ๆ	1	1.00	0.000			
	รวม	400	2.02	1.148			
ยานพาหนะ ที่ใช้ในการ ท่องเที่ยว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	1.72	1.323	4.562	.000*	แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	1.95	1.325			
	ธุรกิจส่วนตัว	77	2.27	1.221			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.24 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอาชีพ

ด้าน	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
	เกษตรกร	44	2.68	1.235			
	รับจ้างทั่วไป	105	2.36	1.234			
	แม่บ้าน/ว่างงาน	12	2.08	0.793			
	นักเรียน/นักศึกษา	62	2.90	1.351			
	อื่น ๆ	1	1.00	0.000			
	รวม	400	2.33	1.302			
ผู้ที่เดินทางมา ท่องเที่ยว ด้วยกัน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	36	2.69	0.951	1.340	.230	ไม่แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	2.83	0.959			
	ธุรกิจส่วนตัว	77	2.73	0.805			
	เกษตรกร	44	2.98	0.952			
	รับจ้างทั่วไป	105	2.68	0.753			
	แม่บ้าน/ว่างงาน	12	2.67	0.888			
	นักเรียน/นักศึกษา	62	2.97	0.600			
	อื่น ๆ	1	2.00	0.000			
	รวม	400	2.79	0.827			
ช่วงเวลาใน การเดินทาง ท่องเที่ยว	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	36	2.33	0.632	3.383	.002*	แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	2.40	0.583			
	ธุรกิจส่วนตัว	77	2.00	0.858			
	เกษตรกร	44	1.91	0.936			
	รับจ้างทั่วไป	105	2.27	0.750			
	แม่บ้าน/ว่างงาน	12	1.75	0.965			
	นักเรียน/นักศึกษา	62	2.05	0.756			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.24 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอาชีพ

ด้าน	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
	อื่น ๆ	1	3.00	0.000			
	รวม	400	2.16	0.786			
ระยะเวลา ในการ ท่องเที่ยว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	2.44	0.558	.579	.773	ไม่แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	2.46	0.692			
	ธุรกิจส่วนตัว	77	2.43	0.696			
	เกษตรกร	44	2.45	0.697			
	รับจ้างทั่วไป	105	2.55	0.707			
	แม่บ้าน/ ว่างงาน	12	2.50	0.674			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	2.37	0.520			
	อื่น ๆ	1	3.00	0.000			
	รวม	400	2.47	0.659			
ความถี่ ในการ ท่องเที่ยว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	1.47	1.055	6.092	.000*	แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	1.38	0.888			
	ธุรกิจส่วนตัว	77	2.10	1.410			
	เกษตรกร	44	2.75	1.383			
	รับจ้างทั่วไป	105	1.85	1.199			
	แม่บ้าน/ ว่างงาน	12	2.17	1.337			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	1.69	1.195			
	อื่น ๆ	1	1.00	0.000			
	รวม	400	1.87	1.267			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.24 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอาชีพ

ด้าน	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ค่าใช้จ่าย ในการ ท่องเที่ยว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	2.64	0.798	2.078	.045*	แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	2.67	0.898			
	ธุรกิจส่วนตัว	77	2.48	0.718			
	เกษตรกร	44	2.34	0.680			
	รับจ้างทั่วไป	105	2.47	0.809			
	แม่บ้าน/ วางงาน	12	2.17	0.835			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	2.26	0.541			
	อื่น ๆ	1	3.00	0.000			
	รวม	400	2.46	0.765			
ปัญหาและ อุปสรรคที่ พบในการ ท่องเที่ยว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	5.25	1.680	.963	.458	ไม่แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	5.35	1.734			
	ธุรกิจส่วนตัว	77	5.56	1.751			
	เกษตรกร	44	5.30	1.692			
	รับจ้างทั่วไป	105	4.96	1.759			
	แม่บ้าน/ วางงาน	12	5.42	1.730			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	5.31	1.695			
	อื่น ๆ	1	4.00	0.000			
	รวม	400	5.52	1.505			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.24 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ของนักท่องเที่ยว มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้

ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25: ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรรายได้

ด้าน	รายได้	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและไม่แตกต่าง
วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	15,000 บาท	75	1.96	1.309	2.348	.041*	แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	1.90	1.070			
	30,001-45,000 บาท	65	2.43	1.104			
	45,001-60,000 บาท	56	2.02	1.120			
	60,001-75,000 บาท	10	2.10	1.370			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	3.00	0.000			
	รวม	400	2.02	1.148			
ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	15,000 บาท	75	2.60	1.366	2.354	.040*	
	15,001-30,000 บาท	193	2.18	1.307			
	30,001-45,000 บาท	65	2.54	1.213			
	45,001-60,000 บาท	56	2.34	1.225			
	60,001-75,000 บาท	10	1.70	1.252			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	3.00	0.000			
	รวม	400	2.02	1.148			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรรายได้

ด้าน	รายได้	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	15,000 บาท	75	2.60	1.366	2.354	.040*	แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	2.18	1.307			
	30,001-45,000 บาท	65	2.54	1.213			
	45,001-60,000 บาท	56	2.34	1.225			
	60,001-75,000 บาท	10	1.70	1.252			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	4.00	0.000			
	รวม	400	2.33	1.302			
ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน	15,000 บาท	75	2.77	0.649	.568	.724	ไม่แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	2.80	0.891			
	30,001-45,000 บาท	65	2.75	0.811			
	45,001-60,000 บาท	56	2.86	0.819			
	60,001-75,000 บาท	10	2.40	0.966			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	3.00	0.000			
	รวม	400	2.79	0.827			
ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	15,000 บาท	75	1.97	0.636	4.957	.000*	แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	2.11	0.746			
	30,001-45,000 บาท	65	2.49	0.812			
	45,001-60,000 บาท	56	2.25	0.899			
	60,001-75,000 บาท	10	1.60	0.966			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	3.00	0.000			
	รวม	400	2.16	0.786			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรรายได้

ด้าน	รายได้	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ระยะเวลา ในการ ท่องเที่ยว	15,000 บาท	75	2.53	0.622	2.867	.015	ไม่แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	2.37	0.608			
	30,001-45,000 บาท	65	2.51	0.710			
	45,001-60,000 บาท	56	2.63	0.752			
	60,001-75,000 บาท	10	2.50	0.707			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	4.00	0.000			
	รวม	400	2.47	0.659			
ความถี่ ในการ ท่องเที่ยว	15,000 บาท	75	1.44	0.933	13.32 0	.000*	แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	1.58	1.018			
	30,001-45,000 บาท	65	2.42	1.488			
	45,001-60,000 บาท	56	2.68	1.441			
	60,001-75,000 บาท	10	2.60	1.776			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	3.00	0.000			
	รวม	400	1.87	1.267			
ค่าใช้จ่าย ในการ ท่องเที่ยว	15,000 บาท	75	2.17	0.742	4.451	.001*	แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	2.47	0.729			
	30,001-45,000 บาท	65	2.57	0.749			
	45,001-60,000 บาท	56	2.70	0.851			
	60,001-75,000 บาท	10	2.40	0.516			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	4.00	0.000			
	รวม	400	2.46	0.765			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรรายได้

ด้าน	รายได้	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ปัญหาและ อุปสรรคที่ พบในการ ท่องเที่ยว	15,000 บาท	75	5.00	1.619	.719	.610	ไม่แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	5.27	1.795			
	30,001-45,000 บาท	65	5.54	1.631			
	45,001-60,000 บาท	56	5.29	1.765			
	60,001-75,000 บาท	10	5.50	1.716			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	5.00	0.000			
	รวม	400	5.27	1.728			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.25 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ของนักท่องเที่ยว มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ใช้ t-test, F-test

ตารางที่ 4.26: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรเพศ

ด้าน	เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	ชาย	153	3.57	0.417	.149	.699	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	3.51	0.403			
ด้านสินค้าและบริการ	ชาย	153	3.44	0.333	3.107	.079	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	3.40	0.368			
ด้านกิจกรรมที่จัด ให้บริการ	ชาย	153	3.52	0.350	.184	.668	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	3.46	0.360			
ด้านสถานที่	ชาย	153	3.77	0.537	.614	.434	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	3.74	0.543			
รวม	ชาย	153	3.56	0.243	2.558	.111	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	3.51	0.267			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.26 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ทุกด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอายุ

ด้าน	อายุ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	≥ 20 ปี	17	3.72	0.409	1.260	.280	ไม่แตกต่าง
	21-30 ปี	171	3.54	0.420			
	31-40 ปี	136	3.48	0.433			
	41-50 ปี	53	3.53	0.303			
	51 – 59 ปี	14	3.60	0.312			
	60 ปีขึ้นไป	9	3.57	0.469			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	≥ 20 ปี	17	3.43	0.256	5.105	.000*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	3.34	0.354			
	31-40 ปี	136	3.53	0.360			
	41-50 ปี	53	3.40	0.330			
	51 – 59 ปี	14	3.40	0.175			
	60 ปีขึ้นไป	9	3.27	0.393			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัด ให้บริการ	≥ 20 ปี	17	3.38	0.233	.704	.621	ไม่แตกต่าง
	21-30 ปี	171	3.47	0.369			
	31-40 ปี	136	3.52	0.355			
	41-50 ปี	53	3.48	0.396			
	51 – 59 ปี	14	3.42	0.239			
	60 ปีขึ้นไป	9	3.41	0.220			
	รวม	400	3.48	0.357			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.27 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย
จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอายุ

ด้าน	อายุ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านสถานที่	≥ 20 ปี	17	3.61	0.577	5.376	.000*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	3.88	0.567			
	31-40 ปี	136	3.73	0.495			
	41-50 ปี	53	3.57	0.460			
	51 – 59 ปี	14	3.63	0.387			
	60 ปีขึ้นไป	9	3.27	0.590			
	รวม	400	3.75	0.540			
รวม	≥ 20 ปี	17	3.52	0.115	1.303	.262	ไม่แตกต่าง
	21-30 ปี	171	3.54	0.255			
	31-40 ปี	136	3.56	0.291			
	41-50 ปี	53	3.49	0.225			
	51 – 59 ปี	14	3.50	0.137			
	60 ปีขึ้นไป	9	3.38	0.285			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.27 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ และด้านสถานที่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการให้บริการและด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรการศึกษา

ด้าน	ระดับการศึกษา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	ประถมศึกษา	15	3.81	0.327	2.878	.009*	แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	3.61	0.328			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	3.58	0.402			
	อนุปริญญา	84	3.45	0.426			
	ปริญญาตรี	168	3.49	0.418			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.72	0.323			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	3.29	0.403			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	ประถมศึกษา	15	3.44	0.385	2.793	.011*	แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	3.30	0.284			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	3.40	0.374			
	อนุปริญญา	84	3.51	0.329			
	ปริญญาตรี	168	3.42	0.350			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.19	0.461			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	3.12	0.629			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	ประถมศึกษา	15	3.46	0.261	1.953	.071	ไม่แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	3.39	0.299			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	3.55	0.403			
	อนุปริญญา	84	3.43	0.366			
	ปริญญาตรี	168	3.51	0.342			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.28 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย
จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรการศึกษา

ด้าน	ระดับการศึกษา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.31	0.375			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	3.20	0.141			
	รวม	400	3.48	0.357			
ด้านสถานที่	ประถมศึกษา	15	3.47	0.475	4.061	.001*	แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	3.88	0.621			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	3.88	0.495			
	อนุปริญญา	84	3.67	0.561			
	ปริญญาตรี	168	3.73	0.505			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	4.01	0.577			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	2.65	0.304			
	รวม	400	3.75	0.540			
รวม	ประถมศึกษา	15	3.53	0.235	1.777	.103	ไม่แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	3.51	0.206			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	3.58	0.272			
	อนุปริญญา	84	3.51	0.268			
	ปริญญาตรี	168	3.53	0.257			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.51	0.224			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	3.08	0.361			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.28 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการ ด้านสินค้าและบริการ และด้านสถานที่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการ ด้านสินค้าและบริการ และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรอาชีพ

ด้าน	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	3.46	0.344	2.788	.008*	แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	3.36	0.351			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	77	3.60	0.415			
	เกษตรกร	44	3.56	0.418			
	รับจ้างทั่วไป	105	3.54	0.408			
	แม่บ้าน/ ว่างงาน	12	3.49	0.377			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	3.60	0.452			
	จิตรกร	1	4.14	0.000			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและ บริการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	3.45	0.307	2.778	.008*	แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	3.53	0.340			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	77	3.39	0.391			
	เกษตรกร	44	3.24	0.323			
	รับจ้างทั่วไป	105	3.42	0.363			
	แม่บ้าน/ ว่างงาน	12	3.43	0.385			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	3.41	0.311			
	อื่น ๆ	1	3.78	0.000			
	รวม	400	3.42	0.355			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.29 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย
จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรอาชีพ

ด้าน	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านกิจกรรมที่จัด ให้บริการ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	3.56	0.331	3.057	.004*	แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	3.56	0.276			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	77	3.44	0.366			
	เกษตรกร	44	3.30	0.325			
	รับจ้างทั่วไป	105	3.53	0.405			
	แม่บ้าน/ ว่างงาน	12	3.38	0.241			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	3.46	0.343			
	จิตรกร	1	3.70	0.000			
	รวม	400	3.48	0.357			
ด้านสถานที่	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	3.65	0.467	.978	.447	ไม่แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	3.75	0.370			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	77	3.81	0.596			
	เกษตรกร	44	3.81	0.648			
	รับจ้างทั่วไป	105	3.78	0.521			
	แม่บ้าน/ ว่างงาน	12	3.62	0.493			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	3.71	0.604			
	จิตรกร	1	2.86	0.000			
	รวม	400	3.75	0.540			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.29 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย
จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรอาชีพ

ด้าน	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
รวม	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	3.53	0.233	1.021	.416	ไม่แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	3.55	0.228			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	77	3.54	0.261			
	เกษตรกร	44	3.45	0.236			
	รับจ้างทั่วไป	105	3.56	0.296			
	แม่บ้าน/ ว่างงาน	12	3.47	0.205			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	3.53	0.254			
	จิตรกร	1	3.64	0.000			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.29 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการ ด้านสินค้าและบริการ และด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการ ด้านสินค้าและบริการและด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรรายได้

ด้าน	รายได้	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	15,000 บาท	75	3.65	0.455	2.214	.052	ไม่แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	3.48	0.395			
	30,001-45,000 บาท	65	3.55	0.388			
	45,001-60,000 บาท	56	3.52	0.391			
	60,001-75,000 บาท	10	3.57	0.430			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	3.29	0.000			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	15,000 บาท	75	3.45	0.350	.592	.706	ไม่แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	3.42	0.350			
	30,001-45,000 บาท	65	3.40	0.301			
	45,001-60,000 บาท	56	3.37	0.410			
	60,001-75,000 บาท	10	3.31	0.493			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	3.56	0.000			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	15,000 บาท	75	3.58	0.352	3.204	.008*	แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	3.49	0.345			
	30,001-45,000 บาท	65	3.42	0.296			
	45,001-60,000 บาท	56	3.39	0.402			
	60,001-75,000 บาท	10	3.46	0.510			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	2.80	0.000			
	รวม	400	3.48	0.357			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.30 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย
จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรรายได้

ด้าน	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านสถานที่	15,000 บาท	75	3.85	0.564	5.001	.000*	แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	3.81	0.522			
	30,001-45,000 บาท	65	3.62	0.466			
	45,001-60,000 บาท	56	3.68	0.568			
	60,001-75,000 บาท	10	3.44	0.468			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	2.00	0.000			
	รวม		400	3.75	0.540		
รวม	15,000 บาท	75	3.62	0.270	4.294	.001*	แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	3.54	0.246			
	30,001-45,000 บาท	65	3.48	0.228			
	45,001-60,000 บาท	56	3.47	0.270			
	60,001-75,000 บาท	10	3.44	0.325			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	2.94	0.000			
	รวม		400	3.53	0.258		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.30 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการและด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการให้บริการ และด้านสินค้าและบริการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ใช้ F-test

ตารางที่ 4.31: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	วัตถุประสงค์	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	179	3.53	0.409	4.422	.004*	แตกต่าง
	สร้างความสัมพันธ์	114	3.51	0.407			
	ประชุม/ สัมมนา	27	3.31	0.271			
	ศึกษาดูงาน	80	3.63	0.427			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	179	3.49	0.361	7.496	.000*	แตกต่าง
	สร้างความสัมพันธ์	114	3.40	0.347			
	ประชุม/ สัมมนา	27	3.43	0.358			
	ศึกษาดูงาน	80	3.27	0.305			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	179	3.56	0.361	5.663	.001*	แตกต่าง
	สร้างความสัมพันธ์	114	3.46	0.359			
	ประชุม/ สัมมนา	27	3.37	0.402			
	ศึกษาดูงาน	80	3.39	0.292			
	รวม	400	3.48	0.357			
ด้านสถานที่	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	179	3.76	0.468	4.757	.003*	แตกต่าง
	สร้างความสัมพันธ์	114	3.74	0.540			
	ประชุม/ สัมมนา	27	3.42	0.551			
	ศึกษาดูงาน	80	3.87	0.641			
	รวม	400	3.75	0.540			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.31 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	วัตถุประสงค์	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
รวม	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	179	3.58	0.258	5.367	.001*	แตกต่าง
	สร้างความสัมพันธ์	114	3.51	0.257			
	ประชุม/ สัมมนา	27	3.38	0.253			
	ศึกษาดูงาน	80	3.51	0.241			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.31 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการ ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ และด้านสถานที่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการ ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ และด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.32: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ยานพาหนะ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	รถยนต์ส่วนตัว	176	3.52	0.402	1.072	.370	ไม่แตกต่าง
	รถจักรยานยนต์	33	3.50	0.285			
	รถประจำทาง	75	3.49	0.448			
	รถเช่าเหมา	115	3.58	0.424			
	รถจักรยาน	1	3.00	0.000			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	รถยนต์ส่วนตัว	176	3.49	0.371	4.564	.001*	แตกต่าง
	รถจักรยานยนต์	33	3.40	0.237			
	รถประจำทาง	75	3.35	0.345			
	รถเช่าเหมา	115	3.36	0.342			
	รถจักรยาน	1	2.67	0.000			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	รถยนต์ส่วนตัว	176	3.53	0.349	2.060	.085	ไม่แตกต่าง
	รถจักรยานยนต์	33	3.47	0.400			
	รถประจำทาง	75	3.43	0.352			
	รถเช่าเหมา	115	3.44	0.353			
	รถจักรยาน	1	3.10	0.000			
	รวม	400	3.48	0.357			
ด้านสถานที่	รถยนต์ส่วนตัว	176	3.72	0.466	2.060	.085	ไม่แตกต่าง
	รถจักรยานยนต์	33	3.74	0.501			
	รถประจำทาง	75	3.80	0.593			
	รถเช่าเหมา	115	3.80	0.606			
	รถจักรยาน	1	2.43	0.000			
	รวม	400	3.75	0.540			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.32 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ยานพาหนะ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
รวม	รถยนต์ส่วนตัว	176	3.56	0.256	2.715	.030*	แตกต่าง
	รถจักรยานยนต์	33	3.51	0.221			
	รถประจำทาง	75	3.50	0.250			
	รถเช่าเหมา	115	3.52	0.269			
	รถจักรยาน	1	2.82	0.000			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.32 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการให้บริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ และด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ผู้ร่วมทาง	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	คนเดียว	19	3.60	0.512	.179	.949	ไม่แตกต่าง
	กับครอบครัว	130	3.53	0.409			
	กับเพื่อน	169	3.52	0.402			
	กับเพื่อนร่วมงาน	81	3.53	0.408			
	แฟน	1	3.43	0.000			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	คนเดียว	19	3.39	0.403	2.352	.054	ไม่แตกต่าง
	กับครอบครัว	130	3.47	0.373			
	กับเพื่อน	169	3.42	0.335			
	กับเพื่อนร่วมงาน	81	3.32	0.342			
	แฟน	1	3.33	0.000			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	คนเดียว	19	3.62	0.350	1.637	.164	ไม่แตกต่าง
	กับครอบครัว	130	3.51	0.363			
	กับเพื่อน	169	3.47	0.383			
	กับเพื่อนร่วมงาน	81	3.41	0.277			
	แฟน	1	3.50	0.000			
	รวม	400	3.48	0.357			
ด้านสถานที่	คนเดียว	19	3.80	0.601	1.774	.133	ไม่แตกต่าง
	กับครอบครัว	130	3.67	0.478			
	กับเพื่อน	169	3.78	0.555			
	กับเพื่อนร่วมงาน	81	3.83	0.577			
	แฟน	1	3.14	0.000			
	รวม	400	3.75	0.540			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.33 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย
จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ยานพาหนะ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
รวม	คนเดียว	19	3.59	0.336	.652	.626	ไม่แตกต่าง
	กับครอบครัว	130	3.54	0.258			
	กับเพื่อน	169	3.54	0.263			
	กับเพื่อนร่วมงาน	81	3.50	0.230			
	แฟน	1	3.36	0.000			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.33 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ช่วงเวลา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	วันจันทร์-ศุกร์	90	3.60	0.444	2.333	.074	ไม่แตกต่าง
	วันหยุดสุดสัปดาห์	165	3.55	0.417			
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	138	3.46	0.375			
	วันว่าง	7	3.49	0.272			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	วันจันทร์-ศุกร์	90	3.26	0.362	9.408	.000*	แตกต่าง
	วันหยุดสุดสัปดาห์	165	3.46	0.330			
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	138	3.47	0.344			
	วันว่าง	7	3.24	0.430			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	วันจันทร์-ศุกร์	90	3.38	0.383	6.855	.000*	ไม่แตกต่าง
	วันหยุดสุดสัปดาห์	165	3.57	0.325			
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	138	3.44	0.326			
	วันว่าง	7	3.54	0.739			
	รวม	400	3.48	0.357			
ด้านสถานที่	วันจันทร์-ศุกร์	90	3.98	0.642	12.836	.000*	แตกต่าง
	วันหยุดสุดสัปดาห์	165	3.80	0.499			
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	138	3.58	0.444			
	วันว่าง	7	3.33	0.519			
	รวม	400	3.75	0.540			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ช่วงเวลา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและไม่แตกต่าง
รวม	วันจันทร์-ศุกร์	90	3.52	0.280	4.743	.003*	แตกต่าง
	วันหยุดสุดสัปดาห์	165	3.58	0.247			
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	138	3.48	0.237			
	วันว่าง	7	3.40	0.413			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.34 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทยต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการและด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรระยะเวลาในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ระยะเวลา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	15	3.39	0.282	2.526	.057	ไม่แตกต่าง
	1-2 ชั่วโมง	206	3.49	0.405			
	3-4 ชั่วโมง	157	3.59	0.396			
	มากกว่า 4 ชั่วโมง	22	3.49	0.552			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	15	3.47	0.281	7.223	.000*	แตกต่าง
	1-2 ชั่วโมง	206	3.34	0.322			
	3-4 ชั่วโมง	157	3.50	0.380			
	มากกว่า 4 ชั่วโมง	22	3.50	0.360			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	15	3.71	0.283	5.898	.001*	แตกต่าง
	1-2 ชั่วโมง	206	3.44	0.346			
	3-4 ชั่วโมง	157	3.54	0.332			
	มากกว่า 4 ชั่วโมง	22	3.34	0.527			
	รวม	400	3.48	0.357			
ด้านสถานที่	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	15	3.63	0.240	2.467	.062	ไม่แตกต่าง
	1-2 ชั่วโมง	206	3.82	0.557			
	3-4 ชั่วโมง	157	3.69	0.506			
	มากกว่า 4 ชั่วโมง	22	3.65	0.687			
	รวม	400	3.75	0.540			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรระยะเวลาในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ระยะเวลา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
รวม	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	15	3.56	0.178	2.469	.062	ไม่แตกต่าง
	1-2 ชั่วโมง	206	3.50	0.232			
	3-4 ชั่วโมง	157	3.57	0.275			
	มากกว่า 4 ชั่วโมง	22	3.48	0.366			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.35 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ และด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่าระยะเวลาในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ และด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการให้บริการ และด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรความถี่ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ความถี่	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	นาน ๆ ครั้ง	235	3.52	0.396	.487	.746	ไม่แตกต่าง
	1-2 ครั้ง/ เดือน	65	3.53	0.448			
	3 ครั้ง/ เดือน	46	3.51	0.466			
	4 ครั้ง/ เดือน	24	3.52	0.408			
	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	30	3.63	0.347			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	นาน ๆ ครั้ง	235	3.47	0.347	4.265	.002*	แตกต่าง
	1-2 ครั้ง/ เดือน	65	3.27	0.311			
	3 ครั้ง/ เดือน	46	3.42	0.399			
	4 ครั้ง/ เดือน	24	3.40	0.379			
	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	30	3.34	0.337			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	นาน ๆ ครั้ง	235	3.55	0.320	5.922	.000*	แตกต่าง
	1-2 ครั้ง/ เดือน	65	3.40	0.374			
	3 ครั้ง/ เดือน	46	3.38	0.381			
	4 ครั้ง/ เดือน	24	3.41	0.464			
	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	30	3.32	0.345			
	รวม	400	3.48	0.357			
ด้านสถานที่	นาน ๆ ครั้ง	235	3.75	0.447	3.132	.015*	แตกต่าง
	1-2 ครั้ง/ เดือน	65	3.93	0.687			
	3 ครั้ง/ เดือน	46	3.61	0.561			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.36 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรความถี่ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ความถี่	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
	4 ครั้ง/ เดือน	24	3.60	0.694			
	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	30	3.79	0.603			
	รวม	400	3.75	0.540			
รวม	นาน ๆ ครั้ง	235	3.56	0.244	2.345	.054	ไม่แตกต่าง
	1-2 ครั้ง/ เดือน	65	3.51	0.261			
	3 ครั้ง/ เดือน	46	3.47	0.302			
	4 ครั้ง/ เดือน	24	3.47	0.275			
	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	30	3.49	0.257			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.36 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ความถี่ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการและด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ค่าใช้จ่าย	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	ต่ำกว่า 500 บาท	30	3.38	0.325	3.676	.006*	แตกต่าง
	501-1,000 บาท	191	3.60	0.437			
	1,001-2,000 บาท	144	3.49	0.383			
	2,001 บาท ขึ้นไป	34	3.41	0.359			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	ต่ำกว่า 500 บาท	30	3.30	0.315	10.217	.000*	แตกต่าง
	501-1,000 บาท	191	3.32	0.344			
	1,001-2,000 บาท	144	3.52	0.330			
	2,001 บาท ขึ้นไป	34	3.60	0.371			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	ต่ำกว่า 500 บาท	30	3.69	0.314	4.049	.003*	แตกต่าง
	501-1,000 บาท	191	3.43	0.351			
	1,001-2,000 บาท	144	3.51	0.344			
	2,001 บาท ขึ้นไป	34	3.49	0.410			
	รวม	400	3.48	0.357			
ด้านสถานที่	ต่ำกว่า 500 บาท	30	4.00	0.358	7.406	.000*	แตกต่าง
	501-1,000 บาท	191	3.85	0.589			
	1,001-2,000 บาท	144	3.62	0.445			
	2,001 บาท ขึ้นไป	34	3.56	0.555			
	รวม	400	3.75	0.540			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.37 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ค่าใช้จ่าย	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
รวม	ต่ำกว่า 500 บาท	30	3.58	0.223	.798	.527	ไม่แตกต่าง
	501-1,000 บาท	191	3.52	0.246			
	1,001-2,000 บาท	144	3.53	0.268			
	2,001 บาท ขึ้นไป	34	3.52	0.309			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.37 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทยต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการ ด้านสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการและด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.38: ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีตามตัวแปรปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ปัญหาและอุปสรรค	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการ	ขยะมากที่ทิ้งไม่พอ	3	3.90	0.167	2.997	.007*	แตกต่าง
	ขาดแคลนห้องน้ำ	33	3.42	0.404			
	ที่จอดรถไม่เพียงพอ	41	3.65	0.460			
	การจราจรติดขัด	56	3.45	0.275			
	บริการไม่มีคุณภาพ	58	3.50	0.374			
	การจัดระเบียบไม่ดี	60	3.66	0.472			
	ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	149	3.50	0.411			
	รวม	400	3.53	0.409			
ด้านสินค้าและบริการ	ขยะมากที่ทิ้งไม่พอ	3	3.44	0.115	1.358	.230	ไม่แตกต่าง
	ขาดแคลนห้องน้ำ	33	3.37	0.460			
	ที่จอดรถไม่เพียงพอ	41	3.47	0.396			
	การจราจรติดขัด	56	3.46	0.330			
	บริการไม่มีคุณภาพ	58	3.50	0.246			
	การจัดระเบียบไม่ดี	60	3.37	0.420			
	ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	149	3.38	0.331			
	รวม	400	3.42	0.355			
ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ	ขยะมากที่ทิ้งไม่พอ	3	3.67	0.115	1.708	.118	ไม่แตกต่าง
	ขาดแคลนห้องน้ำ	33	3.44	0.308			
	ที่จอดรถไม่เพียงพอ	41	3.47	0.354			
	การจราจรติดขัด	56	3.57	0.287			
	บริการไม่มีคุณภาพ	58	3.46	0.446			
	การจัดระเบียบไม่ดี	60	3.55	0.384			
	ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	149	3.43	0.337			
	รวม	400	3.48	0.357			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.38 (ต่อ): ตารางแสดงผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ตามตัวแปรปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

ด้าน	ปัญหาและอุปสรรค	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ด้านสถานที่	ขยะมากที่ทิ้งไม่พอ	3	3.76	0.820	2.635	.016*	แตกต่าง
	ขาดแคลนห้องน้ำ	33	3.66	0.436			
	ที่จอดรถไม่เพียงพอ	41	3.60	0.559			
	การจราจรติดขัด	56	3.84	0.446			
	บริการไม่มีคุณภาพ	58	3.62	0.558			
	การจัดระเบียบไม่ดี	60	3.93	0.536			
	ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	149	3.77	0.559			
	รวม	400	3.75	0.540			
รวม	ขยะมากที่ทิ้งไม่พอ	3	3.68	0.176	1.968	.069	ไม่แตกต่าง
	ขาดแคลนห้องน้ำ	33	3.46	0.262			
	ที่จอดรถไม่เพียงพอ	41	3.54	0.272			
	การจราจรติดขัด	56	3.57	0.187			
	บริการไม่มีคุณภาพ	58	3.51	0.272			
	การจัดระเบียบไม่ดี	60	3.61	0.317			
	ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	149	3.50	0.241			
	รวม	400	3.53	0.258			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.38 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการและด้านสถานที่ มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการให้บริการและด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านสินค้าและบริการ และด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ใช้ t-test, F-test

ตารางที่ 4.39: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน

ด้าน	เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	สรุปความแตกต่างและไม่แตกต่าง
ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว	ชาย	153	2.99	0.633	.229	.632	ไม่แตกต่าง
	หญิง	247	2.95	0.594			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.39 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน

ด้าน	อายุ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและไม่แตกต่าง
ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	17	3.03	0.512	2.743	.019*	แตกต่าง
	21-30 ปี	171	2.87	0.604			
	31-40 ปี	136	2.98	0.631			
	41-50 ปี	53	3.06	0.592			
	51 – 59 ปี	14	3.20	0.435			
	60 ปีขึ้นไป	9	3.43	0.501			
	รวม	400	2.96	0.608			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.40 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.41: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน

ด้าน	ระดับการศึกษา	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว	ประถมศึกษา	15	3.25	0.429	1.691	.122	ไม่แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนต้น	40	3.05	0.482			
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	81	2.81	0.825			
	อนุปริญญา	84	2.98	0.422			
	ปริญญาตรี	168	2.99	0.605			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.82	0.466			
	ไม่ได้เรียนหนังสือ	2	2.93	0.099			
	รวม	400	2.96	0.608			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.41 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน

ด้าน	อาชีพ	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ปัญหาและ อุปสรรคต่อ การท่องเที่ยว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	36	2.80	0.657	1.853	.076	ไม่แตกต่าง
	บริษัทเอกชน	63	2.86	0.535			
	ธุรกิจส่วนตัว	77	3.03	0.523			
	เกษตรกร	44	2.94	0.544			
	รับจ้างทั่วไป	105	2.92	0.756			
	แม่บ้าน/ ว่างาน	12	3.27	0.322			
	นักเรียน/ นักศึกษา	62	3.11	0.511			
	จิตรกร	1	3.29	0.000			
	รวม	400	2.96	0.608			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.42 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43: ตารางแสดงผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน

ด้าน	รายได้	N	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	สรุปความแตกต่างและ ไม่แตกต่าง
ปัญหาและ อุปสรรคต่อการ ท่องเที่ยว	15,000 บาท	75	2.82	0.764	5.006	.000*	แตกต่าง
	15,001-30,000 บาท	193	2.88	0.585			
	30,001-45,000 บาท	65	3.19	0.470			
	45,001-60,000 บาท	56	3.13	0.516			
	60,001-75,000 บาท	10	3.24	0.361			
	75,001 บาทขึ้นไป	1	3.50	0.000			
	รวม	400	2.96	0.608			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการศึกษาตามตารางที่ 4.43 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6 ส่วนที่ 6 การสัมภาษณ์

ผู้ประกอบการได้ให้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ได้แก่ ร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ ร้านกาแฟหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ ร้านขายของที่ระลึกหมู่บ้านควายไทย/ OTOP หมู่บ้านควายไทย และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี สรุป โดยประเภทผู้ประกอบการ ดังนี้

6.1) ร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย (ร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มีนาคม 2559) ให้สัมภาษณ์สรุปโดยรวมว่า พฤติกรรมในการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุดสุดสัปดาห์ ปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ ด้านสถานที่ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีความเป็นธรรมชาติ สวยงาม ปัญหาและอุปสรรคที่พบ คือ ที่ตั้งขยะไม่

เพียงพอ ห้องน้ำไม่สะอาด กิจกรรมไม่หลากหลาย และป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

(1) ควรเพิ่มถังขยะให้เพียงพอเป็นจุด ๆ เพื่อรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

(2) ควรเพิ่มห้องน้ำให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว และทำความสะอาดเข้า-ป้าย และภายในห้องน้ำควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยว

(3) ควรเพิ่มกิจกรรมให้หลากหลาย อาจมีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงหรือเพิ่มเติมให้มีความแปลกใหม่มากขึ้นบ้าง เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาท่องเที่ยวซ้ำไม่รู้สึกว่าซ้ำซากจำเจ นอกจากนี้หากเป็นช่วงเทศกาล อาจมีการเพิ่มจำนวนรอบของกิจกรรมให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาจมีการจัดเทศกาลประจำปีที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านควายไทยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสบรรยากาศ เป็นต้น หากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมีการปรับแก้ไขจุดบกพร่อง และเสริมจุดที่โดดเด่นต่าง ๆ นอกจากจะส่งผลดีกับหมู่บ้านควายไทยแล้ว ยังส่งผลดีต่อเนื่องไปยังชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านและผู้ประกอบการในด้านรายได้และคุณภาพชีวิตอีกด้วย

(4) ควรมีการบอกเส้นทางในการไปหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยอย่างชัดเจน เช่น การบอกเส้นทางการเดินทางในเว็บไซต์ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยอย่างชัดเจน และมีการอัปเดตข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง เช่น ชื่อถนนที่สามารถใช้เดินทางไปยังหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย

6.2) ร้านกาแฟหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย (ร้านกาแฟหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มีนาคม 2559) ให้สัมภาษณ์สรุปโดยรวมว่า พฤติกรรมในการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด หลีกหนีความวุ่นวายจากสังคมเมือง และใช้เวลาร่วมกับครอบครัว ปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะการรักษาความสมบูรณ์ของธรรมชาติและระบบนิเวศภายในหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย และด้านการให้บริการ ซึ่งเจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ สุภาพ ให้เกียรตินักท่องเที่ยว ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบ กิจกรรมไม่หลากหลาย ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ข้อเสนอแนะเพิ่มการปรับปรุง

(1) ควรเพิ่มกิจกรรมให้หลากหลาย ให้นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว ได้ร่วมสนุกและได้รับความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวนาไทย

(2) นักท่องเที่ยวขาดความรู้ และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น ส่งผลให้กิจกรรมพื้นเมืองยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ดังนั้นควรให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมพื้นเมืองต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนใจและแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมพื้นเมืองมากขึ้น

6.3) ร้านขายของที่ระลึกหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย (ร้านขายของที่ระลึกหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มีนาคม 2559) ให้สัมภาษณ์สรุปโดยรวมว่า พฤติกรรมในการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุดกับครอบครัว ปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ ด้าน

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีความเป็นธรรมชาติ ด้านการให้บริการ พ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยดี พุดจา
สุขภาพ ปัญหาและอุปสรรคที่พบ คือไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และความไม่
หลากหลายของร้านค้า/ ชนิดของสินค้า ข้อเสนอแนะเพิ่มการปรับปรุง

(1) หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรฟื้นฟูประเพณีที่เกี่ยวกับควาย เช่น สนับสนุน
การสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับควาย ถ่ายทอดภูมิปัญญาเรื่อง
ควายไทยสู่สาธารณชน

(2) ควรเพิ่มความหลากหลายของร้านค้า/ ชนิดของสินค้า ทั้งอาหาร และเครื่องดื่ม
รวมทั้งของที่ระลึกเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวหมู่บ้านควายไทยในอนาคต

6.4) OTOP หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย (เจ้าหน้าที่ OTOP หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย,
การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มีนาคม 2559) ให้สัมภาษณ์สรุปโดยรวมว่า พฤติกรรมในการท่องเที่ยวมี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาดูงาน/ เรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ ของควายไทย ปัจจัย
ที่มีอิทธิพล คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับวิถีชีวิตแบบพื้นบ้านของภาคกลาง
เช่นหมู่บ้านชานา ก็จะมีลานนวดข้าว คอกควาย โครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ บ้านเรือนไทยภาคกลาง
และมีลานแสดงควาย ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวที่พบ คือ ที่ตั้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก
ขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด ข้อเสนอแนะเพิ่มการปรับปรุง

(1) ควรเพิ่มถังขยะให้เพียงพอเป็นจุด ๆ เพื่อรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

(2) ควรเพิ่มห้องน้ำให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว และแบ่งทำความสะอาด 2 ช่วงเวลา

6.5) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสุพรรณบุรี (เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทยสำนักงานสุพรรณบุรี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 มีนาคม 2559) ให้สัมภาษณ์สรุป
โดยรวมว่า พฤติกรรมในการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจกับครอบครัว ปัจจัยที่มี
อิทธิพล คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับวิถีชีวิตแบบพื้นบ้านของหมู่บ้านอนุรักษ์
ควายไทย โดยที่ทาง (ททท.) ได้ให้การสนับสนุนพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในหมู่บ้าน
อนุรักษ์ควายไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจได้อีกช่องทางหนึ่ง ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพ
มาตรฐานสินค้าและก่อให้เกิดแข่งขันด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยวในหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ทำให้เกิด
รายได้กระจายสู่ภาคส่วนต่าง ๆ อย่างสมดุลเพิ่มมากขึ้น เกิดเม็ดเงินหมุนเวียน ยังช่วยสนับสนุน
ส่งเสริมเป็นกำลังใจต่อผู้ประกอบการทำธุรกิจท่องเที่ยวด้วย ทั้งทางตรงและทางอ้อมไม่ว่าจะเป็น
ร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม ที่พัก ธุรกิจรถเช่า เรือเช่า ร้านขายของฝาก-ของที่ระลึกต่าง ๆ เป็นต้น
ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวที่พบ คือไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ
ข้อเสนอแนะเพิ่มการปรับปรุง หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรฟื้นฟูประเพณีที่เกี่ยวกับควาย เช่น
สนับสนุนการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับควาย ถ่ายทอดภูมิ
ปัญญาเรื่องควายไทยสู่สาธารณชน

6.6) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี (เจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 มีนาคม 2559) ให้สัมภาษณ์สรุปโดยรวมว่า พฤติกรรมในการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด ปัจจัยที่มีอิทธิพลคือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติและความอุดมสมบูรณ์ และความเหมาะสมในการจัดสรรพื้นที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบ ประกอบด้วย ขาดการสืบทอดวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรมเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากควาย และเครือข่ายอนุรักษ์และพัฒนาควายไทยยังไม่เข้มแข็ง ข้อเสนอแนะเพิ่มการปรับปรุง

- (1) จัดทำยุทธศาสตร์ ส่งเสริมและสนับสนุนผู้เลี้ยงควาย ให้ร่วมอนุรักษ์และพัฒนาการเลี้ยง ควายอย่างยั่งยืน
- (2) สร้างความเข้มแข็งจัดตั้ง องค์กรประสานงานระดับชาติ ในด้านการอนุรักษ์และพัฒนาควายครบวงจร
- (3) สืบสานวัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย สืบต่อไป

6.7) องค์กรบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี และองค์กรบริหารส่วนตำบลนาหว้า (เจ้าหน้าที่องค์กรบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรีและองค์กรบริหารส่วนตำบลนาหว้า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 มีนาคม 2559) ให้สัมภาษณ์สรุปโดยรวมว่า พฤติกรรมในการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด ปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยและความสะดวกในเข้าถึงหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย อีกทั้งหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีความเป็นธรรมชาติ ตกแต่ง ร่มรื่น สวยงาม ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบ ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ข้อเสนอแนะเพิ่มการปรับปรุง ควรมีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความรู้ และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น ส่งผลให้กิจกรรมพื้นเมืองยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ดังนั้นควรให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมพื้นเมืองต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนใจและแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมพื้นเมืองมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคร่วมแนวทางการแก้ไขของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษาไว้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 และมีรายได้ 15,001-30,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20

5.1.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40 ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยววันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยววัน ๆ ครั้ง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว 501-1,000 บาท จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 ปัญหาและอุปสรรคที่พบป้ายบอกทางไม่ชัดเจน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20

5.1.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว พบว่า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 3.55$) เมื่อพิจารณาทางด้านลำดับแรกคือ ด้านสถานที่ ($\bar{x} = 3.75$) รองลงมาคือ ด้านให้บริการ ($\bar{x} = 3.53$) ลำดับที่ 3 ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ ($\bar{x} = 3.48$) และลำดับที่ 4 ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{x} = 3.42$) ตามลำดับ

5.1.4 ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว พบว่า

ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$)

เมื่อพิจารณารายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขยะมูลฝอย เช่น ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก ($\bar{X} = 3.21$) รองลงมาคือ ห้องน้ำ เช่น การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด ($\bar{X} = 3.18$) ลำดับที่ 3 กิจกรรมภายในหมู่บ้านควายไทย เช่น กิจกรรมน้อย ไม่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.15$) ลำดับที่ 4 การบริการ เช่น การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี ($\bar{X} = 3.15$) ลำดับที่ 5 ความปลอดภัย เช่น ความไม่ปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ ($\bar{X} = 3.14$) ลำดับที่ 6 ที่จอดรถ เช่น ที่จอดรถไม่เพียงพอ ($\bar{X} = 3.08$) ลำดับที่ 7 ของที่ระลึก เช่น ความไม่หลากหลายของร้านค้า/ ชนิดของสินค้า ($\bar{X} = 3.08$) ลำดับที่ 8 อาหาร/ เครื่องดื่ม เช่น ความไม่เหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.06$) ลำดับที่ 9 เจ้าหน้าที่ เช่น เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้อุปกรณ์ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.00$) ลำดับที่ 10 ป้ายบอก เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ($\bar{X} = 2.99$) ความสะอาด เช่น ความสะอาดโดยรวมของพื้นที่ ($\bar{X} = 2.99$) ลำดับที่ 11 พ่อค้าและแม่ค้า เช่น พ่อค้าและแม่ค้าเอาใจเปรียบนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.70$) ลำดับที่ 12 ชุมชนโดยรอบ เช่น คนในชุมชนไม่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.48$) และลำดับที่ 13 ถนนหนทาง เช่น ถนนหนทางชำรุดเสียหาย ($\bar{X} = 2.29$) ตามลำดับ

5.1.5 ผลการศึกษากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านเพศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านเพศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกันจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และรายได้ต่างกัน มีปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านเพศ และการศึกษา และอาชีพไม่แตกต่างกัน

5.1.6 ผลการสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

จากการให้สัมภาษณ์สรุปได้ว่า พฤติกรรมในการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด หลีกหนีความวุ่นวายจากสังคมเมือง และใช้เวลาร่วมกับครอบครัว ปัจจัยที่มีอิทธิพลคือด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะการรักษาความสมบูรณ์ของธรรมชาติและระบบนิเวศภายในหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย และด้านการให้บริการ ซึ่งเจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ สุภาพ ให้เกียรตินักท่องเที่ยว ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบ กิจกรรมไม่หลากหลาย ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ข้อเสนอแนะเพิ่มการปรับปรุง

5.1.6.1 ควรเพิ่มกิจกรรมให้หลากหลาย ให้นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุกและได้รับความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวนาไทย

5.1.6.2 นักท่องเที่ยวขาดความรู้ และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น ส่งผลให้กิจกรรมพื้นเมืองยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ดังนั้นควรให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมพื้นเมืองต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนใจและแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมพื้นเมืองมากขึ้น

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เป็นการเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในอนาคต โดยได้ทำการนำผลสรุปการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.2.1 การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้ 15,001-30,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุษฎี เทียมเทศ และคณะ (2557) การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้อยู่ในระดับ 15,000-30,000 บาท มีสถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน

5.2.2 การศึกษาพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รถยนต์ส่วนตัว เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง นาน ๆ ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว 501-1,000 บาท ปัญหาและอุปสรรคที่พบป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุษฎี เทียมเทศ และคณะ (2557) การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำแบ่งออกเป็น 7 ด้าน

- 1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยการเปลี่ยนแปลงราคาเชื้อเพลิง รองลงมา คือ รายได้พอเพียงและฐานะทางการเงินมั่นคง
- 2) ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีวันหยุดติดต่อกันหลาย ๆ วัน รองลงมา คือ เพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยและการอำนวยความสะดวกและการให้บริการของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานต่าง ๆ
- 3) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม พบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยความน่าสนใจของวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น รองลงมาคือชาวบ้านมีความเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใส และชาวบ้านให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี
- 4) ปัจจัยด้านการคมนาคม พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยความสะดวกสบายในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังสถานที่พักและจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ พาหนะหลายประเภทเข้าถึงได้
- 5) ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม รองลงมา คือ ความประทับใจและสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย
- 6) ปัจจัยด้านราคา พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาอาหารและความเหมาะสมของราคาที่พัก
- 7) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รองลงมาคือ มีการจัดการในการส่งเสริมการขายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเช่นงานดอกเบญจมาศและมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เช่นการให้ส่วนลดการให้ส่วนลด และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ผู้ประกอบการร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มีนาคม 2559) พบว่า ควรมีการพิจารณาให้มีการเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย โดยพิจารณาถึงความเป็นไปได้ การรักษาความสมบูรณ์ของธรรมชาติและระบบนิเวศภายในหมู่บ้านควายไทยให้คงอยู่ไว้ได้นานที่สุดหรืออีกนัยหนึ่งคือ การให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรคำนึงถึงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยสามารถนำความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมมาพิจารณาประกอบได้ด้วย และควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลให้

คำแนะนำในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย เพื่อทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว และการทำเรื่องของบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนส่งเสริมให้หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตของชาวนาไทย และควายไทยให้ยังคงอยู่ ณ หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย โดยสะท้อนให้เห็นภาพชีวิตชาวนาชนบทไทยดั้งเดิมสืบไป อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกลักษณ์ อริยวัจน์ (2549) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มเพื่อนมากที่สุด เหตุผลเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ สัมผัสบรรยากาศ ที่สงบของธรรมชาติ ความสวยงามของธรรมชาติ และนักท่องเที่ยวต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวอีก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญชัย ยอดจันทร์ (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวบึงสีไฟเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจซึ่งเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อนโดยยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการเที่ยวชมนั้นไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวเฉลี่ยแล้วอยู่คนละ 580.95 บาท และส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข้อการท่องเที่ยวมาจากบุคคลในครอบครัว

5.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ด้านสถานที่ถือได้ว่ามีการตกแต่ง ความร่มรื่น ความสวยงามของหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากภายในหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีบรรยากาศสงบ อากาศที่เย็นสบาย มีต้นไม้รอบล้อม มีทิวทัศน์ที่สวยงาม ความเหมาะสมในการจัดสรรพื้นที่ ความสะอาดของสถานที่ สามารถสัมผัสได้ถึงธรรมชาติ ทำให้เพลิดเพลิน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวน้อยคือความหลากหลายของร้านค้า/ ชนิดของสินค้า เนื่องจากหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยอาจไม่ได้เน้นในเรื่องความหลากหลายของร้านค้า/ชนิดของสินค้า จึงทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสนใจน้อย เนื่องจากหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย เน้นเรื่องสนับสนุนการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับควาย ถ่ายทอดภูมิปัญญาเรื่องควายไทยสู่สาธารณชนเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณิศา ตันศิรินาถกุล (2551) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ผลการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศดี สวยงาม มีแสงสีที่ตื่นตาตื่นใจ อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์ (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจในสถานที่จัดงาน มีการตกแต่งสวยงาม ความร่มรื่น ตื่นตาตื่นใจภายในงาน และความพึงพอใจในวันที่ใช้ในการจัดงาน

5.2.4 ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวพบว่า ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทางด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขยะมูลฝอย เช่น ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก รองลงมาคือห้องน้ำ เช่น การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด และกิจกรรมภายในหมู่บ้านควายไทย เช่น กิจกรรมน้อย ไม่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชร ภิญโญ (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวของคนเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 ปัจจัยที่มีอิทธิพลของการมาถนนคนเดินมาเที่ยวถนนคนเดิน 1 – 2 ครั้งต่อเดือน โดยมีลักษณะการมาเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนมีจุดประสงค์เพื่อมาซื้อสินค้าและบริการที่เป็นสินค้าพื้นเมืองซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการเดินแต่ละครั้งประมาณ 0 – 100 บาท ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินถนนคนเดินประมาณ 3 – 4 ชั่วโมง โดยช่วงเวลาที่เริ่มมาเดินจะอยู่ในช่วงเวลา 18.01 – 20.00 โดยแหล่งข้อมูลของถนนคนเดินส่วนมากได้มาจากเพื่อนแนะนำ และปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบมากที่สุดคือขยะมาก ห้องน้ำไม่สะอาด และที่จอดรถมีไม่เพียงพอ และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ผู้ประกอบการร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มีนาคม 2559) พบว่า ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ห้องน้ำไม่สะอาด กิจกรรมไม่หลากหลาย ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงควรเพิ่มถังขยะให้เพียงพอเป็นจุด ๆ เพื่อรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ควรเพิ่มห้องน้ำให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ทำความสะอาดเข้า-บาย ภายในห้องน้ำควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยว อีกทั้งควรเพิ่มกิจกรรมให้หลากหลาย อาจมีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงหรือเพิ่มเติม ให้มีความแปลกใหม่มากขึ้นบ้าง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาท่องเที่ยวซ้ำไม่รู้สึกรู้ว่าซ้ำซากจำเจ นอกจากนี้หากเป็นช่วงเทศกาล อาจมีการเพิ่มจำนวนรอบของกิจกรรมให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาจมีการจัดเทศกาลประจำปีที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านควายไทยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสบรรยากาศเป็นต้น หากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมีการปรับแก้ไขจุดบกพร่อง และเสริมจุดที่โดดเด่นต่าง ๆ นอกจากจะส่งผลดีกับหมู่บ้านควายไทยแล้ว ยังส่งผลดีต่อเนื่องไปยังชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านและผู้ประกอบการในด้านรายได้และคุณภาพชีวิตอีกด้วย (ผู้ประกอบการร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มีนาคม 2559)

5.2.5 จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านเพศไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณิศา ตันศิรินาถกุล (2551) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและความ

พึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี และเพื่อศึกษาความพึงพอใจและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ผลการศึกษาพบว่า อายุ สถานภาพ ภูมิฐานะ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ยกเว้นด้านเพศไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.3.1.1 จากผลการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญต่อการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย เพื่อคาดการณ์ความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยการสำรวจความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของหมู่บ้านควายไทย เพื่อนำมาวางแผนด้านการพัฒนาและด้านการตลาดท่องเที่ยว รวมถึงสามารถกำหนดกระบวนการในการดำเนินงานในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

5.3.1.2 จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการรักษาความสมบูรณ์ของธรรมชาติ และระบบนิเวศภายในหมู่บ้านควายไทยให้คงอยู่ไว้ได้นานที่สุดหรืออีกนัยหนึ่งคือ การให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรคำนึงถึงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะด้านสินค้าและบริการด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ ด้านสถานที่ และด้านการให้บริการ ทั้งนี้เป็นการเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในอนาคต ในขณะที่เดียวกันต้องคำนึงถึงความต่อเนื่องยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และความต่อเนื่องของทรัพยากรวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน นอกจากนี้ควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่างความต้องการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับความต้องการของชุมชนท้องถิ่น และขีดความสามารถรองรับของทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม และความสมดุลระหว่างประโยชน์ส่วนรวมได้รับในปัจจุบันกับประโยชน์ที่พึงจะได้รับในอนาคต

5.3.1.3 ใจความสำคัญของงานวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากสถานที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกลิ้มเลียนไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพราะคนส่วนใหญ่พัฒนาไปใช้ควายเหล็กจนลืมควายไทย จึงจำเป็นต้องการอนุรักษ์ และผลักดันให้เป็นที่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ และให้ความสำคัญในการทำวิจัยในครั้งนี้เพื่อให้คนสนใจและอนุรักษ์ทรัพยากรไทยสืบต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

5.3.2.1 จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการศึกษาเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

5.3.2.2 จากงานวิจัยครั้งนี้ควรศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยจังหวัดสุพรรณบุรี

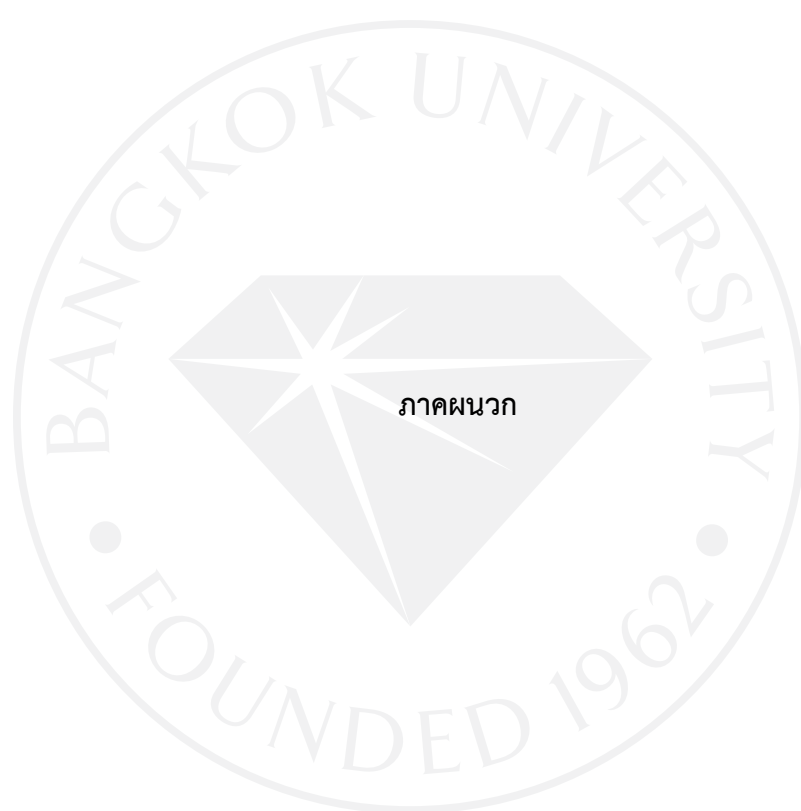
5.3.2.3 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการร้านค้าในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงภาคส่วนต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการ การท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยจังหวัดสุพรรณบุรี



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี. (2558). *แผนที่จังหวัดสุพรรณบุรี*. สืบค้นจาก <http://www.suphanburi.go.th/suphan/travel/TravelMap.php>.
- กำไร แก้วเสียง. (2542). *การสืบทอดแนวคิดของชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตราณูช รักสัจจา. (2558). *การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก http://www.archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2555/econ30655ns_ch2.pdf.
- ฉล่องศรี พิมลสมพงศ์. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ญาณิศา ตันศิรินาถกุล. (2551). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุขฉวี เทียมเทศ, บุญมา สูงทรง, สุพรรณณี พรภักดี และปฐิม หนูนันต์. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *เกาะช้าง.....การท่องเที่ยวทางทะเลบนฐานความรู้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ธัญญรัตน์ ไชยคราม. (2555). *การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์โครงข่ายในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี*. ใน *การประชุมเครือข่ายวิชาการบัณฑิตศึกษาแห่งชาติครั้งที่ 1*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิคม จารุมณี. (2535). *การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การศาสนา.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย. (2538). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดลศาลายา.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ไพว์แอนด์โพรฟรินติ้ง.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินถนนท่าแพจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พชร ภิญญ. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวถนนคนเดินท่าแพจังหวัดเชียงใหม่* [แบบฝึกหัดการวิจัยวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์]. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- พิบูล ทีปะपाल. (2543). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ไพบูลย์ คุ่มคำ. (2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มีคุณค่าที่จัดให้ในจังหวัดกาญจนบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไพรินทร์ แยมจินดา และวรรณาทอง เจริญศิริกุล. (2546). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: เอ็มพันธ์.
- ศิริรัตดา ลิขิตจันทร์วงศ์. (2546). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สัณชัย ยอดจันทร์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวบึงสีไฟ จังหวัดพิจิตร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี 2556-2557*. สืบค้นจาก <http://www.service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>.
- สุรเชษฐ์ เวชชพิทักษ์. (2546). *ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมและการพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย. (2558). *หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย*. สืบค้นจาก <http://www.suphan.biz/Villagebuffalo.htm>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2549). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิศักดิ์ จรดล. (2555). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมในจังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เอกลักษณ์ อริยวัจน์. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาพารีของนักท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.



แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว
หมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง

เอกสารชุดนี้เป็นแบบสอบถามประกอบรายงานการค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2557 ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถูกนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงวิชาการเท่านั้น จึงขอความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามจากทุก ๆ ท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้กรุณาให้ข้อมูลมา ณ โอกาสนี้

วรรณวิศา จิตใจกล้า
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 2) 21-30 ปี
 3) 31-40 ปี 4) 41-50 ปี
 5) 51-59 ปี 6) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุดที่จบ

- 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษาตอนต้น
 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ เทียบเท่า 4) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 5) ปริญญาตรี 6) สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป
 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน

- 1) ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 2) พนักงานบริษัทเอกชน
- 3) ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ พ่อค้า/ แม่ค้า
- 4) เกษตรกร
- 5) รับจ้างทั่วไป
- 6) แม่บ้าน/ ว่างงาน
- 7) นักเรียน/ นักศึกษา
- 8) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน

- 1) 15,000 บาท
- 2) 15,001-30,000 บาท
- 3) 30,001-45,000 บาท
- 4) 45,001-60,000 บาท
- 5) 60,001-75,000 บาท
- 6) 75,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องเพื่อแสดงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวแต่ละข้อให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

- 1) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ
- 2) สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว
- 3) ประชุม/ สัมมนา
- 4) ศึกษาดูงาน/ เรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรม
- 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

- 1) รถยนต์ส่วนตัว
- 2) รถจักรยานยนต์
- 3) รถประจำทาง/ รถรับจ้าง
- 4) รถเช่าเหมา เช่น รถตู้/ รถบัส
- 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทยกับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) มาคนเดียว | <input type="checkbox"/> 2) มากับครอบครัว/ญาติ |
| <input type="checkbox"/> 3) มากับเพื่อน | <input type="checkbox"/> 4) มากับเพื่อนร่วมงาน |
| <input type="checkbox"/> 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) วันจันทร์-ศุกร์ | <input type="checkbox"/> 2) วันหยุดสุดสัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3) วันหยุดนักขัตฤกษ์ | <input type="checkbox"/> 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

5. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 2) 1-2 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 3) 3-4 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป |

6. ความถี่ในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ปีละกี่ครั้ง

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) นาน ๆ ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2) 1-2 ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> 3) 3 ครั้ง/เดือน | <input type="checkbox"/> 4) 4 ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> 5) มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน | |

7. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 500 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 501-1,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 1,001-2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 2,001 บาท ขึ้นไป |

8. ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ขยะมาก/ ที่ทิ้งขยะไม่พอ | <input type="checkbox"/> 2) การขาดแคลนห้องน้ำ/ ห้องน้ำไม่สะอาด |
| <input type="checkbox"/> 3) ที่จอดรถไม่เพียงพอ | <input type="checkbox"/> 4) การจราจรติดขัด |
| <input type="checkbox"/> 5) สินค้า-บริการ ไม่มีคุณภาพ | <input type="checkbox"/> 6) การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี |
| <input type="checkbox"/> 7) ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน | <input type="checkbox"/> 8) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องเพื่อแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวแต่ละข้อให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว	ระดับการมีอิทธิพล/ ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการให้บริการ					
1. พ่อค้าและแม่ค้ามีความเป็นกันเอง					
2. พ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยดี พุดจาสุภาพ					
3. พ่อค้าและแม่ค้ามีสีหน้าที่เต็มใจให้บริการให้เกียรตินักท่องเที่ยว					
4. พ่อค้าและแม่ค้ามีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5.เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติหน้าที่ สุภาพ ให้เกียรตินักท่องเที่ยว					
6. เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว					
7. พ่อค้าและแม่ค้าเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยว					
ด้านสินค้าและบริการ					
8. ความหลากหลายของอาหาร และสินค้า					
9. ความเหมาะสมของราคาอาหาร และสินค้า					
10. ความสะอาดของอาหารและภาชนะ					
11. รสชาติอาหารอร่อย					
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว	ระดับการมีอิทธิพล/ ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. คุณภาพของอาหาร และสินค้า					
13. ความหลากหลายของร้านค้า/ ชนิดของสินค้า					
14. ความสร้างสรรค์ของสินค้า					
15. ความเหมาะสมของสินค้าและบริการที่จัดจำหน่าย					
16. การเอาใจเอาเปรียบของราคาอาหารและสินค้า					

ด้านกิจกรรมที่จัดให้บริการ					
17. ความเหมาะสมอัตราค่าบริการ					
18. ความหลากหลายของกิจกรรมที่จัดให้บริการ					
19. จำนวนรอบหรือเวลาของกิจกรรมที่จัดให้มีการให้บริการ เพียงพอต่อความต้องการ					
20. ความน่าสนใจของกิจกรรมที่จัดให้บริการ					
21. ความเหมาะสมของกิจกรรมที่จัดให้บริการ					
22. ประโยชน์ที่ได้จากกิจกรรมที่จัดให้บริการ					
23. คุณภาพของบริการต่าง ๆ					
24. ความสะดวกในการเข้าถึงกิจกรรมต่าง ๆ					
25. ความบันเทิงใจจากกิจกรรมต่าง ๆ					
26. การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี					
ด้านสถานที่					
27. ความเป็นธรรมชาติของสถานที่					
28. ความสะอาดของสถานที่ เช่น ขยะมาก การขาดแคลน ห้องน้ำ และไม่สะอาด ที่จอดรถไม่เพียงพอ และที่ทิ้งขยะ ไม่เพียงพอ					
29. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ห้องสุขา ที่นั่ง ถังขยะ ป้ายบอกทางตามจุดต่าง ๆ ลานจอดรถ ทางเดิน					
30. ความปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ					
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว	ระดับการมีอิทธิพล/ระดับความสำคัญ				
	มาก สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย สุด
31. ความปลอดภัยและความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่					
32. ความเหมาะสมในการจัดสรรพื้นที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควาย ไทย					
33. การตกแต่ง ความร่มรื่น ความสวยงามของหมู่บ้านอนุรักษ์ ควายไทย					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องเพื่อแสดงความคิดเห็นว่าข้อใดเป็นปัญหาและอุปสรรคที่

ส่งผลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทยจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัญหาและอุปสรรค	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ห้องน้ำ เช่น การขาดแคลนห้องน้ำ และไม่สะอาด					
2. ที่จอดรถ เช่น ที่จอดรถไม่เพียงพอ					
3. ความสะอาด เช่น ความสะอาดโดยรอบของพื้นที่					
4. ชยะมูลฝอย เช่น ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ ขยะมาก					
5. ความปลอดภัย เช่น ความไม่ปลอดภัยของห้องสุขา และลานจอดรถ					
6. กิจกรรมภายในหมู่บ้านควายไทย เช่น กิจกรรมน้อย ไม่หลากหลาย					
7. การบริการ เช่น การจัดระเบียบที่ขายสินค้าไม่ดี					
8. อาหาร/เครื่องดื่ม เช่น ความไม่เหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม					
ปัญหาและอุปสรรค	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9. ของที่ระลึก เช่น ความไม่หลากหลายของร้านค้า/ชนิดของสินค้า					
10. เจ้าหน้าที่ เช่น เจ้าหน้าที่ของหมู่บ้านควายไทยไม่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว					
11. พ่อค้าและแม่ค้า เช่น พ่อค้าและแม่ค้าเอารัศเอาเปรียบนักท่องเที่ยว					
12. ชุมชนโดยรอบ เช่น คนในชุมชนไม่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว					
13. ถนนหนทาง เช่น ถนนหนทางชำรุดเสียหาย					
14. ป้ายบอก เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน					

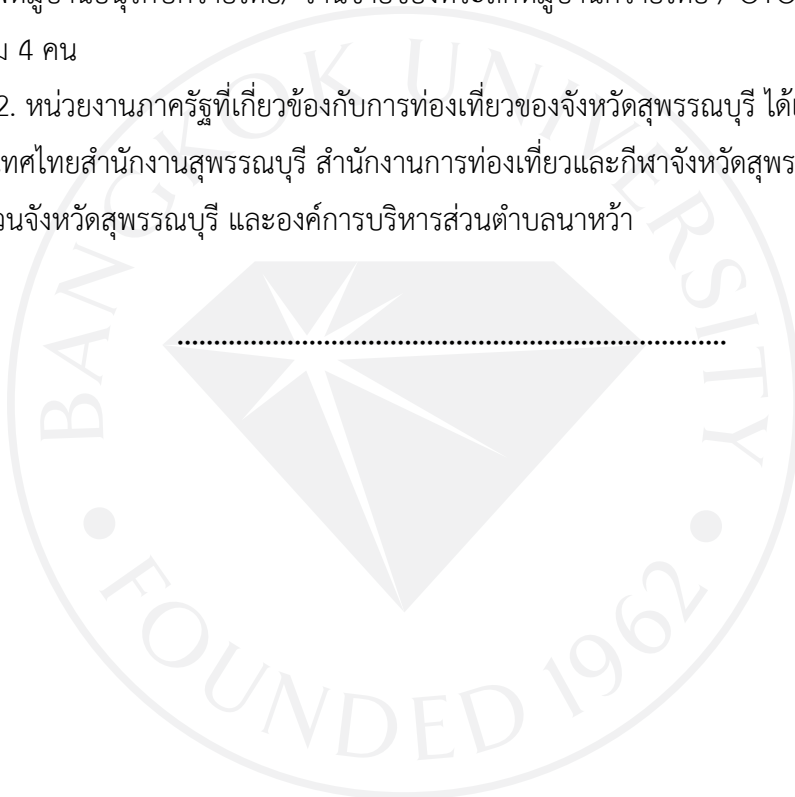
แบบสัมภาษณ์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว หมู่บ้านควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี

แบบสัมภาษณ์เป็นการกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่

1. ผู้ประกอบการธุรกิจหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ได้แก่ ร้านอาหารหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ร้านกาแฟหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย/ร้านขายของที่ระลึกหมู่บ้านควายไทย / OTOP หมู่บ้านควายไทย/ รวม 4 คน

2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสุพรรณบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี และองค์การบริหารส่วนตำบลนาหว้า



1. ท่านคิดว่าพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทยมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทยในครั้งนี้ มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัญหาและอุปสรรคในการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านควายไทย ประกอบด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาหมู่บ้านควายไทยจังหวัดสุพรรณบุรี

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	วรรณวิศา จิตใจกล้า
อีเมล	Wawisa47@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 18 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อรรถวิทย์ศักดิ์ จิตพิศาล อยู่บ้านเลขที่ 464
ซอย - ถนน - ตำบล/แขวง บางพลน
อำเภอ/เขต สองพี่น้อง จังหวัด สุพรรณบุรี รหัสไปรษณีย์ 72110
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 560500436
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของชาวไทยเดินทางมาเที่ยว
หมู่บ้าน ชนรักษ์ดี ราชบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์")


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งานให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวจรรยาณี วิชา)

ลงชื่อ  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์ภูมิภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ  พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ  พยาน
(ดร.ดวงธิดา นันทาภิรัตน์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร