

พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยาน
แห่งชาติเขาใหญ่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

Behavior and Motivation of Thai Tourists Visiting Khao Yai National
Park, Pakchong District, Nakhon Ratchasima



พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

Behavior and Motivation of Thai Tourists Visiting Khao Yai National Park,
Pakchong District, Nakhon Ratchasima



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



© 2562

รุ่งฟ้า สะแกกลาง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขา
ใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัย รุ่งฟ้า สะแกกลาง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ณัฐนุช วณิชย์กุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

28 พฤศจิกายน 2562

รุ่งฟ้า สะแกกลาง. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและ
การท่องเที่ยว, พศศิกายน 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา (63 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ณัฐช วนิชย์กุล

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัด
นครราชสีมา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 3) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม
พฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ได้มาโดย
การใช้สุ่มคํานวณของทาร์โร่ ยามาเน่ และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Accidental Sampling)
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง
เดียว และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

ผลการวิจัย พบว่า 1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาที่ใช้
ในการท่องเที่ยว 2-3 วัน มีผู้ร่วมเดินทางเดินทาง 3-5 คน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว
1,501-3,000 บาท แหล่งข้อมูลในการมาท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ 2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับ
การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่
ไม่แตกต่างกัน และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีเวลาในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางอุทยาน
แห่งชาติเขาใหญ่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

Sakaeklang, R. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), November 2019,
Graduate School, Bangkok University.

Behavior and Motivation of Thai Tourists Visiting Khao Yai National Park,
Pakchong District, Nakhon Ratchasima (63 pp.)

Advisor: Natanuj Vanichkul, Ph.D.

ABSTRACT

This study aimed to 1) study the behavior of Thai tourists visiting Khao Yai National Park, Pak Chong District, Nakhon Ratchasima Province, 2) compare the motivation level of Thai tourists visiting Khao Yai National Park, Pak Chong District, Nakhon Ratchasima Province, classified by demographic characteristics, and 3) compare the motivation level of Thai tourists visiting Khao Yai National Park, Pak Chong District, Nakhon Ratchasima Province, classified by tourism behavior. Sample were selected from 400 Thai tourists visiting Khao Yai National Park, Pak Chong District, Nakhon Ratchasima Province, using sampling formula of Taro Yamane and accidental sampling method. The research instruments were questionnaires. Data was analyzed using percentage, mean and standard deviation. T-test and one-way analysis of variance were used for hypothesis analysis. LSD method was used to compare the differences in pairs by determining statistical significance at the level of 0.05.

The findings indicated that 1) Main motivation of Thai tourists visiting Khao Yai National Park, Pak Chong District, Nakhon Ratchasima Province is recreation. Travel duration is 2-3 days with 3-5 companions. The average spending is 1,501-3000 baht and online media is the main source of information, 2) Thai tourists visiting Khao Yai National Park with different ages, levels of education, and average monthly income do not have differences in levels of motivation, and 3) Thai tourists with differences in travel duration and spending in Khao Yai National Park have different levels of motivation, with a statistical significance at the level of 0.05.

Keywords: Motivation, Thai Tourists, Khao Yai National Park

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือของดร. ณัฐนุช วณิชย์กุล อาจารย์ที่ปรึกษางานการค้นคว้าอิสระซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานอีกด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย รวมทั้งขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจให้ความช่วยเหลือในการทำ การค้นคว้าอิสระเรื่องนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในการแจกแบบสอบถามจนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัว ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนคอยช่วยเหลือและให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

รุ่งฟ้า สะแกกลาง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	2
1.4 คำศัพท์นิยามเฉพาะ	3
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	6
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	8
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	10
2.5 ประวัติอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	15
2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
2.7 กรอบแนวความคิดการวิจัย	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	21
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	22
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	24
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	24
3.6 ประเภทของตัวแปร	24
3.7 วิธีการทางสถิติ	25
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	26

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป	27
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา	30
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	32
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน	35
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผล	50
5.2 อภิปรายผล	52
5.3 ข้อเสนอแนะ	54
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	58
ประวัติผู้เขียน	63
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1:	จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์	27
ตารางที่ 4.2:	จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา	30
ตารางที่ 4.3:	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	32
ตารางที่ 4.4:	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามเพศ	35
ตารางที่ 4.5:	แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามอายุ	36
ตารางที่ 4.6:	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน	37
ตารางที่ 4.7:	แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามสถานภาพ	38
ตารางที่ 4.8:	แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามระดับการศึกษา	39
ตารางที่ 4.9:	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน	40
ตารางที่ 4.10:	แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามอาชีพ	40
ตารางที่ 4.11:	แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	42
ตารางที่ 4.12:	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน ด้านการบริการ	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง	44
ตารางที่ 4.14: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามเวลาในการท่องเที่ยว	45
ตารางที่ 4.15: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีตาม เวลาในการท่องเที่ยว แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน ด้านการประชาสัมพันธ์	46
ตารางที่ 4.16: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามจำนวนสมาชิก	47
ตารางที่ 4.17: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทาง ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	48
ตารางที่ 4.18: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี ค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจใน การท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน ด้านการบริการ	49

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิดการวิจัย

หน้า

20



บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ สามารถนำรายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาในระบบเศรษฐกิจอย่างมาก รวมถึงก่อให้เกิดการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาประเทศ การสร้างอาชีพ การจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูง มีแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ มีอาหารให้เลือกมากมาย มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี รวมไปถึงการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติที่ประเทศอื่น ๆ ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติที่ยังสมบูรณ์และสวยงามไม่แพ้ที่ใดในโลก (สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์, 2554)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันถือว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศมากกว่าแสนล้านบาทในแต่ละปี ซึ่งเป็นรายได้ที่มีมูลค่าสูงมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอและสินค้าเกษตร โดยที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้มีการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่าง ๆ ทั้งเรื่องการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและประชาชนในประเทศ ในระยะหลังได้มีการจัดการที่เป็นระบบมากขึ้นและพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในด้านเทคโนโลยีด้านคมนาคมและด้านโทรคมนาคมซึ่งรวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง

ในช่วงเวลาที่มีการส่งออกสินค้ามีแนวโน้มลดลงจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัว รัฐบาลจึงต้องหันมามุ่งขยายตลาดการท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศอีกทางหนึ่ง ซึ่งอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่มีความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ 11 อำเภอใน 4 จังหวัด ได้แก่ อำเภอปากช่อง อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา อำเภอนาดี อำเภอกบินทร์บุรี อำเภอประจันตคาม อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี อำเภอปากพลี อำเภอบ้านนา อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก อำเภอแก่งคอย และอำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของไทย ที่ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2505 และได้รับสมญานามว่าเป็น "อุทยานมรดกของกลุ่มประเทศอาเซียน" มีเนื้อที่ปกคลุม 2,215.42

ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยป่าเบญจพรรณ ป่าดงดิบแล้ง ป่าดงดิบชื้น ป่าดิบเขา พุ่มหญ้า และป่ารุ่นสอง ป่าดงดิบชื้น ลักษณะป่าชนิดนี้เป็นป่าที่อยู่ในระดับความสูง 400 –1,000 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง มีพืชพรรณ 3,000 ชนิด มีผีเสื้ออยู่กว่า 189 ชนิด มีนกป่ามากมายกว่า 350 ชนิดและสัตว์เลื้อยคลานด้วยนม 71 ชนิด ซึ่งได้แก่ ช้าง เสือ ชะนี กวาง และหมูป่า พบอยู่ตามพุ่มหญ้ากว้างทั่วไป จากการที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ได้แนวทางการปรับปรุง พัฒนา และกระตุ้นเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (สำนักอุทยานแห่งชาติ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2558)

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างและพื้นที่

งานวิจัยนี้มีประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ตั้งแต่เดือน พ.ศ. 2561 มีจำนวน 1,408,103 คน (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2561) และกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในการทำวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม

ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการให้บริการ และเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.3.3.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

1.3.3.2 ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว

1.3.3.3 ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ

1.4 คำศัพท์นิยามเฉพาะ

1.4.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายความว่า การแสดงออกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว

1.4.2 แรงจูงใจ หมายถึง นักท่องเที่ยวเกิดแรงกระตุ้นให้อยากออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง โดยมีสิ่งบันดาลใจ ซึ่งจะจำแนกแรงจูงใจตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง ปัจจัยที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ประกอบด้วย ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของสถานที่ สภาพอากาศและบรรยากาศของสถานที่ ความสะดวกสบายของสถานที่ และความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่รองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย ประกอบด้วย ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดห้องสุขาไว้อย่างเพียงพอ มีแผ่นป้าย/ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆที่ชัดเจน มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว และมีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว

3) ด้านการคมนาคม หมายถึง ยานพาหนะ ถนนและระบบการจราจรที่ใช้ในการนำนักท่องเที่ยวมายังอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ได้แก่ ความ

ปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเดินทาง ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

4) ด้านประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ไปยังนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ได้แก่ มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์และมีป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆบริเวณ ณ จุดท่องเที่ยว

5) ด้านการบริการ หมายถึง การต้อนรับของประชาชนหรือพนักงานบริการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ตั้งแต่สถานที่ การให้บริการ รวมถึงผู้ประกอบการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ มีอุปกรณ์ทางเดินที่ไว้ให้บริการ และความสะดวกในการชำระค่าบริการเข้าชมอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

1.4.3 อุทยานแห่งชาติ หมายถึง พื้นที่ที่สงวนไว้ เพื่อคุ้มครองรักษาทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะ ป่าไม้และสัตว์ป่า ตลอดจนทิวทัศน์ ธรรมชาติให้คงอยู่ในสภาพธรรมชาติเดิมมิให้ถูกทำลายหรือเปลี่ยนแปลงไปและถูกใช้ไปในทางที่ผิด เพื่อรักษาสมบัติของธรรมชาติไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้ชมได้ศึกษาค้นคว้าธรรมชาตินั้นต่อไป

1.4.4 อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ หมายถึง อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทยประกาศจัดตั้งเมื่อวันที่ 18 กันยายน 2505 ตั้งอยู่บริเวณเทือกเขาพนมดงรักหรือบริเวณขอบทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของที่ราบสูงจังหวัดนครราชสีมา มีเนื้อที่ประมาณ 2,168 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,396 ไร่ ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ มีอาณาเขตติดต่อกันถึง 11 อำเภอ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดปราจีนบุรี นครนายก นครราชสีมา และสระบุรี ได้รับสมญานามว่าเป็น “อุทยานมรดกของอาเซียน” เป็นผืนป่าใหญ่ต้นกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญ อุคตสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้และสัตว์ป่านานาชนิด ตลอดจนมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.5 ประวัติอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
- 2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวความคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึงอายุเพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าว มีความสำคัญต่อนักการตลาดเพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย กับการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่สำคัญ มี ดังนี้

- 1) อายุ นักการตลาดต้องคำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเรื่องของอายุด้วย
- 2) เพศ จำนวนสตรี (สมรสหรือโสด) ปัจจุบันทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นักการตลาด ต้องคำนึงว่าปัจจุบันสตรีเป็นผู้ซื้อรายใหญ่
- 3) วงจรชีวิตของครอบครัวเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรม ขั้นตอนของวงจรชีวิตของครอบครัวแบ่งออกเป็น 9 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะมีพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน
- 4) การศึกษาและรายได้ นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจการซื้อ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวถือว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง และการที่จะทราบว่านักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลนั้นมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างไร จึงมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ณัฐชนก เพชรพรหม (2554) ให้ความหมายว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และใช้บริการที่สถานที่นั้น ๆ โดยจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม มีองค์ประกอบอยู่ 7 ประการ คือ

- 1) เป้าหมาย คือ เดินทางเพื่อศึกษาวัฒนธรรม หรือพักผ่อน
- 2) ความพร้อม ต้องมีความพร้อมของร่างกาย เช่น จะดำน้ำลึกต้องมีร่างกายที่แข็งแรง
- 3) สถานการณ์ เวลาที่เหมาะสมในการเดินทาง เช่น จะไปเที่ยวเกาะควรไปตอนฝนฟ้าไม่ศึกะนอง
- 4) การแปลความหมาย วิธีการคิดในรูปแบบต่าง ๆ
- 5) การตอบสนอง คือ การทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อให้บรรลุ เช่น จะเดินทางไปเที่ยวพักผ่อนก็ควรเตรียมแผนการเดินทางล่วงหน้าไว้ เป็นต้น
- 6) ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ เกิดความพึงพอใจหรือไม่
- 7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เดินทางท่องเที่ยวแล้ว ไม่พึงพอใจ

ชวัลนุช อุทยาน (2551) ให้ความหมายว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

2.2.1 กระบวนการของพฤติกรรม

กระบวนการที่เรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) คือ ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอะไรออกมา นั้น จะมีมูลเหตุที่เป็นตัวกระตุ้นเร่งเร้าจิตใจทำให้มนุษย์เกิดความต้องการ และเกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมาในที่สุด ซึ่งมี 3 ประการ ดังนี้ (พิบูลที่ปะปาล, 2543)

- 1) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is Caused) ซึ่งหมายความว่าพฤติกรรมที่ออกมาต้องมีสาเหตุที่ทำให้เกิด

2) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is Motivated) คือ เมื่อบุคคลนั้นมีความปรารถนาหรือต้องการสิ่งใด ก็เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ทำสิ่งนั้นให้บรรลุ

3) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is Goal-directed) หมายถึง บุคคลที่แสดงพฤติกรรมออกมาที่แตกต่างกัน เกิดจากสาเหตุหลายปัจจัย ทางด้าน วัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือการแสดงพฤติกรรมในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นเผชิญ โดยมุ่งหมายเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายให้เกิดความสำเร็จต่อความต้องการของตน

2.2.3 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการมีดังนี้

1) เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2) ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3) สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4) การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5) การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6) ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลาที่เกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะล้มเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) ได้เสนอว่า การที่บุคคลนั้นตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เกิดจาก 3 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ แต่รายได้และเวลานั้นก็เป็นตัวกำหนดว่านักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและใช้บริการที่มีคุณภาพได้ มากเท่าใด เช่น บุคคลที่รายได้น้อย เวลานั้นก็เที่ยวได้ทีไร แต่ในขณะที่บุคคลที่มีรายได้สูง มีเวลามาก ก็จะได้ท่องเที่ยวในสถานที่หรูหรา มีคุณภาพมากกว่า เป็นต้น

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มักเสาะหาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตน โดยใช้ เงิน เวลา และความพยายาม ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ทำให้ทราบว่า ต้องการบริการอะไร ทำไม่ถึงซื้อ ซื้อเมื่อไหร่ ซื้อที่ไหน ซื้อบ่อยแค่ไหน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ทุก ๆ พฤติกรรมที่มีเป้าหมายจะมีแรงจูงใจคอยผลักดัน เร่งให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางไปท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล และยังส่งผลให้นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2544)

2.3.1 ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง แรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการของร่างกาย จิตใจ และวัฒนธรรมของบุคคลนั้นกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอย่างมีเป้าหมาย ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงค่านิยมในการบริโภคสินค้าและบริการ เพื่อแสวงหาประสบการณ์ จุดหมายในการท่องเที่ยว และเกิดความพึงพอใจ ซึ่งแรงจูงใจเหล่านี้ที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการเดินทางที่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์ก็ต่างกันออกไป

2.3.2 แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งสุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2545) กล่าวว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ

2.3.2.1 สิ่งกระตุ้นความต้องการ หมายถึง ช่วงเวลาหรือสถานที่ท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจให้เดินทางไป

2.3.2.2 สิ่งล้นกรองความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ทำให้รู้สึกไม่ออกไป เช่น ปังจ๊าย ทางด้านจิตวิทยา ปังจ๊ายทางสังคม และปังจ๊ายทางเศรษฐกิจ

2.3.2.3 สิ่งกระทบ หมายถึง การเรียนรู้ ทักษะคิดและมองภาพสถานที่ที่อยู่นั้นแตกต่างกัน เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

2.3.2.4 บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง แต่ละบุคคลที่มีสถานภาพต่างกัน เช่น พนักงานเอกชน นักศึกษา

2.3.3 สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว (Tourist Motivation)

สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการท่องเที่ยวเมื่อได้รับ สิ่งกระตุ้นหรือกำหนดรูปแบบพฤติกรรมให้เดินทางแตกต่างกันซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.3.3.1 สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายใน ได้แก่ ความรู้สึก ทักษะคิด และจิตใจ

2.3.3.2 สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และสิ่งดึงดูดใจ เป็นต้น ลักษณะความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นทั้งสองประเภทมีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและ เป็นไปตามลำดับที่ต้องการ บางครั้งไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน และมีพื้นฐานลำดับขั้นของความต้องการตามทฤษฎีความต้องการ ของ Maslow (n.d.) (Maslow's Hierarchy of Needs) ดังนี้

1) ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) คือ สิ่งจำเป็นต่อการอยู่รอด ของชีวิต ได้แก่ ความต้องการทางเพศ และปังจ๊ายสี่

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นสิ่งที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอดในระดับที่สูงขึ้น เช่น ความมั่นคงของงาน การปกป้องจากภัยอันตรายต่าง ๆ ให้ปลอดภัย เป็นต้น

3) ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) ทั้งการให้และได้รับแบบหมู่คณะ ต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น

4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) คือ ต้องการยกย่องส่วนตัว สถานะ จากสังคม เช่น การได้รับความเคารพนับถือ ความมีชื่อเสียง ประสบความสำเร็จ เป็นต้น

5) ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการมากที่สุด ถ้าใครทำสำเร็จก็จะได้รับการยกย่อง จากรูปแบบความต้องการของนักท่องเที่ยวตามทฤษฎีของ Maslow (n.d.) ดังกล่าว ได้กำหนดลักษณะของสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ

(1) ความต้องการที่ขาดหายไปสามารถทดแทนโดยการท่องเที่ยว

(2) สถานที่ท่องเที่ยว

(3) ภาพลักษณ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว

- (4) ข้อมูลข่าวสาร และสื่อประเภทต่าง ๆ
- (5) วัตถุประสงค์ในการเดินทาง
- (6) ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- (7) รูปแบบและความหมายในตัวของมันเอง

2.3.4 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ถูกกระตุ้นให้อยากเดินทางท่องเที่ยว จึงได้สรุปรูปแบบของสิ่งกระตุ้นการท่องเที่ยวตามของ (Dann, 1981 อ้างใน ชีวานันท์ วุฒิพันธ์, 2549) โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.3.4.1 สิ่งกระตุ้นทางด้านร่างกาย อันได้แก่ ความพึงพอใจ ความสบายใจ เป็นวัตถุประสงค์ทางสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับร่างกายและจิตใจ

2.3.4.2 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม คือ การเรียนรู้วัฒนธรรมของสถานที่ต่าง ๆ เพื่อค้นหา รูปการดำรงชีวิตและความเป็นมา เช่น การเดินรำ ศิลปะพื้นบ้าน เป็นต้น

2.3.4.3 สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล การค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากเดิม เช่น การเดินทางมาเยี่ยมญาติต่างจังหวัด การพบปะผู้อื่นในสังคม

2.3.4.4 สิ่งกระตุ้นทางสถานภาพและชื่อเสียง หมายถึง การเดินทางเพื่อไปทำกิจกรรมหลากหลาย เช่น ศึกษาดูงาน เพื่อที่จะพัฒนาตนเองให้เป็นที่ยอมรับจากผู้อื่น

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมนันทนาการ และการเดินทางไม่ใช่การท่องเที่ยวเสมอไปมีการประชุมของสหประชาชาติว่าด้วยเรื่องของการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ยอมรับข้อเสนอเกี่ยวกับคำจำกัดความของการท่องเที่ยวจากนักวิชาการจากองค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (WTO) ว่าการเดินทางที่จัดเป็นการท่องเที่ยวต้องมีลักษณะดังนี้ (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2558)

- 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) ไม่ใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพและการหารายได้

การจำแนกประเภทของผู้มาเยือน การแบ่งตามช่วงเวลาที่เข้าไปในการไปเยือนและมีการพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1) นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ได้แก่

– ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือน

– ผู้ที่มีสัญชาติของประเทศนั้นหรือเดิมเป็นคนในถิ่นนั้น แต่ปัจจุบันไม่ได้มีถิ่นพำนักในสถานที่ที่ไปเยือนแล้ว

– ผู้ที่เป็นลูกเรือ ซึ่งไม่มีถิ่นพำนัก ณ สถานที่ที่ไปเยือน และมีการค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือน

2) นักทัศนจร (Excursionist) คือผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่นั้นน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่พักค้างคืน ได้แก่

– ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเรือเดินสมุทร ซึ่งมาแวะพักชั่วคราว ไม่พักค้างคืน

– ผู้ที่มาเยือนและจากสถานที่นั้นภายในวันเดียว (same-day visitor)

– ลูกเรือ ที่ไม่ได้มีถิ่นที่อยู่อาศัย ณ สถานที่นั้น ๆ และแวะพักเพียงชั่วคราว ไม่เกิน 24 ชั่วโมง

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจและเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

2) เดินทางด้วยความสมัครใจ

3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือ หารายได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นเรื่องของการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิใช่ถูกบังคับ หรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว

McIntosh & Gupta (1980) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท ดังนี้

1) มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ หมายถึงความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา หรือรักษาสุขภาพ พักผ่อนตากอากาศชายทะเล หรือร่วมกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ

2) มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม หมายถึงความต้องการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ ในแหล่งอื่นที่มีใช้ที่อยู่เดิมไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ประเพณีต่าง ๆ

3) มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง ความต้องการพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ๆ หรือเพื่อนเก่า ญาติพี่น้อง

4) มูลเหตุจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง ความต้องการพัฒนาตนเองให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูง อาจเป็นไปเพื่อการศึกษากิจการประชุมและการติดต่อธุรกิจ

อมรรัตน์ พรหล่อ (2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรง แม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพ หรือธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดประชุม การจัดสัมมนา การจัดฝึกอบรม นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางท่องเที่ยวมักจะมีเหตุผลหรือประเภทของจุดหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไปโดยมีปัจจัยประกอบที่เป็นตัวสนับสนุนหรือ แรงผลักดันที่เป็นส่วนบุคคลซึ่งไม่เท่ากัน ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ รายได้ เวลา โอกาสครอบครัว การได้รับข้อมูลข่าวสาร และความสนใจส่วนบุคคล เช่น สนใจเรื่องราวของชนเผ่า วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ สิ่งแวดล้อม นันทนาการ หรือความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นต้น ซึ่งไม่ว่าจะเดินทางด้วยเหตุผลใดก็ตาม สิ่งนี้นักท่องเที่ยวต่างก็คาดหวังที่จะได้รับ คือ ความสุข ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความรู้ และประสบการณ์ใหม่ที่สนองตอบความต้องการส่วนบุคคลที่มีอยู่

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมประจำ โดยปกติ การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางของคนจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อน หรือหาความรู้ ซึ่งครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจที่ผู้เดินทางยังมีได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้บรรยายได้เพื่อไปยังชีพจากเจ้าของถิ่น ปลายทางโดยการท่องเที่ยวยังเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพซึ่งเกิดจากการเดินทางและการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราว โดยมีได้ประกอบอาชีพ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

- 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

Lumsdon (1999) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ติดต่อและสัมพันธ์กับกิจกรรมของบุคคลโดยสามารถเกิดขึ้นจากการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและการติดต่อธุรกิจ ซึ่งเอาเหตุผลกระบวนการ แลกเปลี่ยนทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม อันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการเดินทางและ การท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุปการท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและพึงพอใจของผู้เดิน เช่น การเดินทางเพื่อ การพักผ่อนการเดินทาง การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน เป็นต้น ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.4.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

หากกล่าวถึงคำว่าการท่องเที่ยวอาจนึกถึงคำว่า การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ หรือเพื่อไปร่วมกิจกรรมบางอย่าง เยี่ยมเยือนญาติมิตร ไปประชุม หรือบางคนอาจจะนึกถึงชาวต่างประเทศ สะพายกระเป๋าอยู่กลางถนน นอนอาบแดดอยู่ริมชายหาด ดังนั้นจึงพบว่ากิจกรรมการเดินทางนั้น มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่สมัยโบราณ อาทิ การทำสงคราม การแสวงหาสินค้า แสวงหาดินแดนใหม่ หรือเพื่อนมิตรการสังคตศีลพิธี ซึ่งการเดินทางบางอย่างยังคงปรากฏให้เห็นจนถึงปัจจุบัน จะพบว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง แต่ปัญหาอยู่ที่ว่า การเดินทางไม่ใช่การท่องเที่ยวเสมอไป ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ควรจะต้องรู้ความหมายของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมากมหาศาลให้แก่ประเทศ และถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก

2.4.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ค่าใช้จ่าย จำนวนสมาชิก การคมนาคม และระยะเวลา ดังนั้น สามารถแบ่งได้ 6 ลักษณะดังนี้

2.4.3.1 เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ เพื่อความบันเทิงและความสนุกสนาน หรือการชมวิถีชีวิตของท้องถิ่นต่าง ๆ

2.4.3.2 การใช้เวลาร่างในการเดินทางเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง หรืออาจจะหลังจากเจ็บป่วย

2.4.3.3 เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม เช่น ชมโบราณสถาน เป็นต้น

2.4.3.4 เพื่อการกีฬาที่มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ

1) การชมกีฬาที่ตนสนใจถึงแม้การแข่งขันจะย้ายสถานที่ผู้ชมก็ตามไปดูอยู่เสมอ

2) ร่วมการแข่งขันหรือออกกำลังกาย จากทัศนียภาพในประเทศ เช่น ชายทะเล ป่าไม้

2.4.3.5 การเดินทางไปประชุมสัมมนาและแบ่งเวลาที่เหลือไปท่องเที่ยว

2.4.3.6 การไปศึกษาไปทำวิจัยหรือโครงการแลกเปลี่ยน โดยบุคคลเหล่านี้หาเวลาและโอกาสพักผ่อนเช่นเดียวกับประชุมและสัมมนา

2.4.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

2.4.4.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ สิ่งที่อำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวเดินทางได้ถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัยอย่างเหมาะสม เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง เป็นต้น

2.4.4.2 มีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวค้างคืน เช่น รีสอร์ท โรงแรม ซึ่งที่พักมีความ สะดวกสบาย แตกต่างกันไป ได้แก่ มีภัตตาคาร บาร์ สระว่ายน้ำ เป็นต้น

2.4.4.3 แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) คือ สิ่งที่สำคัญที่สุดในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เดินทางมา เช่น แหล่งธรรมชาติที่สมบูรณ์สวยงาม น้ำทะเลใส หายทรายขาว

2.4.4.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เช่น การเล่นเรือกล้วย การปั่นจักรยาน ชม ทิวทัศน์ การดำน้ำ เป็นต้น

2.4.4.5 ห้องสุขา ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร สถานีบริการน้ำมัน โรงพยาบาล

2.4.5 องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญด้านการท่องเที่ยว

องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 5 ประการ (กัลยา สมมาตย์, 2541) คือ

2.4.5.1 สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1) สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ คือ ความ สวย ของธรรมชาติที่น่าประทับใจ เช่น เกาะ หน้าผา อ่าวแหลม ภูมิอากาศ ความน่าสนใจของแหล่ง ท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ

- สถานที่น่าสนใจ (Place) ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชายหาดที่มี ชายหาดสวยงาม ยามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็นเป็นภาพที่สวยงาม จึงทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทาง มาท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น

- เหตุการณ์น่าสนใจ (Event) กิจกรรมทางประเพณีและวัฒนธรรม ของ แต่ละท้องถิ่น เช่น การกำหนดจัดงานพระนครคีรีเมืองเพชรบุรี

2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นอาจมี ความเหมือนหรือแตกต่างกัน ซึ่งแสดงออกตามรูปแบบศาสนสถานที่สำคัญตามประวัติศาสตร์ จารีต ประเพณี

3) ชาติพันธุ์ ความต้องการอีกอย่างหนึ่งของมนุษย์คือการเดินทางกลับไปยังถิ่น เดิมของตน หรือต้องการไปเยี่ยมญาติ เพื่อน

4) แหล่งบันเทิง หมายถึง สถานเริงรมย์ยามราตรี รวมถึง สนามกีฬา สวนสาธารณะ สวนสัตว์ เป็นต้น

2.4.5.2 สิ่งอำนวยความสะดวก มี 4 ประการ

1) ที่พักถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ อาจจะเป็นแบบเช่า หรืออาศัยชั่วคราว ซึ่งมี หลากหลายประเภท เช่น โรงแรม เกสต์เฮ้า เป็นต้น

2) ร้านอาหาร

3) สถานที่บริการต่าง ๆ เช่น สถานที่นันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก

4) การพัฒนาระบบการสื่อสารคมนาคมและสาธารณูปโภค ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคมสาธารณูปโภค

2.4.5.3 การขนส่งและการคมนาคม การปรับปรุงยานพาหนะถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้น รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง

2.4.5.4 การประชาสัมพันธ์ คือการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยใช้กิจกรรมที่ไม่ใช่ทางการค้า สื่อความหมายออกไป เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวกันมากขึ้น สามารถโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวได้ เพื่อมุ่งหวังสร้างชื่อเสียง และภาพพจน์ และสร้างความสัมพันธ์อันดีจึงมีลักษณะสำคัญดังนี้ 1) ความรู้ในการโฆษณา 2) การสร้างภาพพจน์ที่ดี 3) ช่วยสร้างความเจริญให้กับสังคมโดยรวม 4) มุ่งเน้นให้รับรู้วัฒนธรรม ประเพณี 5) เป็นลักษณะการทำข่าวธุรกิจ

2.4.5.5 การให้บริการและการต้อนรับ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะถ้านักท่องเที่ยวประทับใจกับการบริการของประชาชนในที่นั้น ๆ หรือพนักงานการบริการ ก็จะเกิดการท่องเที่ยวซ้ำและบอกต่อ จำนวนนักท่องเที่ยวก็จะหลั่งไหลมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นมากขึ้น

2.5 ประวัติอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีอาณาเขตครอบคลุม 4 จังหวัด คือ จังหวัดสระบุรี จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดนครนายก ได้รับสมญานามว่าเป็นอุทยานมรดกของกลุ่มอาเซียน เป็นป่าผืนใหญ่ตั้งอยู่ในเทือกเขาพนมดงรัก ในส่วนหนึ่งของดงพญาไฟหรือดงพญาเย็น ประกอบด้วยเขาน้อยใหญ่สลับซับซ้อนหลายลูก เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญหลายสาย อุดมไปด้วยพันธุ์ไม้และสัตว์ป่านานาชนิด ตลอดจนมีลักษณะทางธรรมชาติที่สวยงาม มีเนื้อที่ประมาณ 2,168.64 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,396.96 ไร่

เมื่อประมาณ 60-70 ปีที่แล้ว ราษฎรบ้านท่าด่านและบ้านท่าชัย จังหวัดนครนายก ได้บุกกรุกถางป่าเพื่อทำการเกษตร และจับจองพื้นที่สร้างบ้านเรือนอาศัยอยู่บนเขาใหญ่ ประมาณ 30 หลังคาเรือน ต่อมาได้ได้ยกฐานะขึ้นเป็นตำบลเขาใหญ่ ขึ้นอยู่กับอำเภอปากพลี ทำให้เกิดกาบุกกรุกทำลายป่าทำไร่เลื่อนลอยมากขึ้น ต่อมากลายเป็นที่หลบซ่อนพักพิงของโจรผู้ร้ายและผู้ต้องหาที่หลบหนีคดีอาญา เพราะการคมนาคมยากลำบาก ห่างไกลแหล่งชุมชนอื่นยากแก่การตรวจปราบปราม ด้วยเหตุนี้ทางราชการในสมัยนั้นจึงยุบตำบลเขาใหญ่ และราษฎรที่อาศัยอยู่บนเขาใหญ่อพยพลงสู่ที่ราบ หมู่บ้านและไร่ที่ทำกินบริเวณป่าเขาใหญ่จึงถูกทิ้งร้างกลายเป็นทุ่งหญ้าคาสลับกับป่าที่อุดมสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2502 ฯพณฯ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรี ได้เดินทางไปตรวจราชการทางภาคเหนือ เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะคุ้มครองรักษาธรรมชาติโดยเฉพาะป่าไม้ จึงได้ให้กระทรวงเกษตรและ

สหกรณ์ และกระทรวงมหาดไทยร่วมมือ และประสานงานกันเพื่อจัดตั้งอุทยานแห่งชาติขึ้นในประเทศไทย ซึ่งคณะรัฐมนตรี ได้มีมติการประชุมเมื่อ

วันที่ 7 ตุลาคม 2502 ให้กำหนดป่าเขาใหญ่ จังหวัดนครนายก จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสระบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และป่าอื่น ๆ ในท้องที่จังหวัดต่าง ๆ รวม 14 ป่า เป็นอุทยานแห่งชาติ จากนั้นกรมป่าไม้ได้เริ่มเตรียมการและวางแผนการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติขึ้นโดยได้รับความร่วมมือจาก DR.GEORGE C.RUHLE ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอุทยานแห่งชาติของสหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ (IUCN) จากประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อกรมป่าไม้ได้ดำเนินการสำรวจและวางแผนสำเร็จแล้วจึงดำเนินการประกาศจัดตั้งอุทยานแห่งชาติ โดยได้มีพระราชกฤษฎีกากำหนดบริเวณป่าที่ดงเขาใหญ่ ในท้องที่ตำบลป่าชะ ตำบลบ้านพร้าว อำเภอบ้านนา ตำบลหนองแสง ตำบลหินลาด อำเภอปากพลี ตำบลสาริกา ตำบลหินตั้งตำบลพรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ตำบลประจันตคาม อำเภอประจันตคาม ตำบลสัมพันตา ตำบลทุ่งโพธิ์ อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ตำบลหมูสีอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และตำบลมวกเหล็ก ตำบลชำผักแพว อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ให้เป็นอุทยานแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2505 ซึ่งลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 79 ตอนที่ 89 ลงวันที่ 18 กันยายน 2505 รวมเนื้อที่ 1,355,468.75 ไร่ นับเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทย และได้รับสมญานามว่าเป็น “อุทยานมรดกของกลุ่มประเทศอาเซียน” ตลอดจนเป็นที่ยอมรับทั่วไปว่าเป็นอุทยานแห่งชาติที่สำคัญของโลก

ต่อมากองทัพอากาศได้มีหนังสือ ที่ กษ 0379/15739 ลงวันที่ 15 พฤศจิกายน 2519 ถึงกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ขอคืนพื้นที่ก่อสร้างสถานีเรดาร์และสถานีถ่ายทอดโทรคมนาคมออกจากพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ซึ่งคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ ได้ลงมติในคราวประชุม ครั้งที่ 1/2520 ลงวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2520 เห็นชอบให้คืนพื้นที่ส่วนดังกล่าวได้ โดยได้มีพระราชกฤษฎีกาเพิกถอนอุทยานแห่งชาติ ป่าเขาใหญ่บางส่วนในท้องที่ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ในปี พ.ศ. 2521 ซึ่งลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 95 ตอนที่ 99 ลงวันที่ 21 กันยายน 2521 เป็นเนื้อที่ประมาณ 71 ไร่ 3 งาน 16 ตารางวา ปัจจุบันอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีเนื้อที่ประมาณ 1,355,396.96 ไร่ นับเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทยตามที่กรมป่าไม้ได้จัดงานวันสถาปนากรมป่าไม้ครบรอบ 104 ปี เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2543 โดยได้จัดประกวดอุทยานแห่งชาติดีเด่นด้านการท่องเที่ยวประจำปี 2543 เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ 2543 และคณะกรรมการได้พิจารณาคัดเลือกอุทยานแห่งชาติดีเด่นด้านการท่องเที่ยว ปี 2543 ปรากฏว่าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ได้รับรางวัล “รองชนะเลิศอันดับ 2” ในการประกวด “อุทยานแห่งชาติดีเด่นประจำปี 2543”

ลักษณะภูมิประเทศสภาพทั่ว ๆ ไปของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ประกอบด้วยเทือกเขาสลับซับซ้อนกันหลายลูก ได้แก่ เขาร่ม ซึ่งเป็นยอดเขาที่สูงที่สุด 1,351 เมตร เขาแหลมสูง 1,326

เมตร เขาเขียวสูง 1,292 เมตร เขาสามยอดสูง 1,142 เมตร เขาฟ้าผ่าสูง 1,078 เมตร เขากำแพงสูง 875 เมตร เขาสมอปูนสูง 805 เมตร และเขาแก้วสูง 802 เมตร ซึ่งวัดความสูงจากระดับน้ำทะเลเป็นเกณฑ์และยังประกอบด้วยทุ่งกว้างสลักับป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ ด้านทิศเหนือและตะวันออกพื้นที่จะลาดลง ทางทิศใต้และตะวันตกเป็นที่สูงชันไปเรื่อย ๆ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำลำธารที่สำคัญ 5 สาย ดังนี้

แม่น้ำปราจีนบุรีและแม่น้ำนครนายก ซึ่งอยู่ทางทิศใต้ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งมีความสำคัญต่อการเกษตรกรรมและระบบทางเศรษฐกิจและสังคมของภูมิภาคนี้แม่น้ำทั้งสองสายนี้มาบรรจบกันที่จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นแม่น้ำบางปะกงไหลลงสู่อ่าวไทย

แม่น้ำลำตะคองและแม่น้ำพระเพลิง อยู่ทางทิศเหนือไหลไปหล่อเลี้ยงพื้นที่เกษตรกรรมของที่ราบสูงโคราช ไปบรรจบกับแม่น้ำมูล ซึ่งเป็นแหล่งน้ำสำคัญของภาคอีสานตอนล่างไหลสู่มแม่น้ำโขง ห้วยมวกเหล็ก อยู่ทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ซึ่งมีปริมาณน้ำไหลตลอดปีและใช้ประโยชน์ทางด้านการเกษตร โดยเฉพาะการปลูกข้าวของภูมิภาคนี้ ไหลสู่มแม่น้ำป่าสักที่อำเภอมวกเหล็ก (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2561)

2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริวรรณ จันทวงศ์ (2557) ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ 20,001 บาท-30,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก และด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และภูมิลำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อารดา ลายละเอียด (2559) วิจัยเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กอบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันที่มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาว แตกต่าง

กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางและมีระยะเวลาที่อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่างกัน

ลำสัน เลิศกุลประหยัด (2561) จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของผู้ที่มาเข้าพักโฮสเทล พบว่า ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มาใช้บริการเข้าพักโฮสเทล มากกว่า 1 ครั้ง โดยจองผ่านเว็บไซต์ www.booking.com และมักเดินทางมาพักกับเพื่อนที่โรงเรียน และมีกิจกรรมการร่วมพบประสังสรรค์ ส่วนแรงจูงใจของผู้มาเข้าพักแบ่งเป็น 8 กลุ่มได้แก่ (1) การเรียนรู้จากภายในจิตใจกับการโฆษณาส่วนลด (2) การบริหาร จัดการและสิ่งปลูกสร้าง (3) การให้บริการต้อนรับและการสื่อสาร (4) บรรยากาศของที่พักและกลยุทธ์ราคา (5) ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของที่พัก (6) กิจกรรมเชื่อมปฏิสัมพันธ์ (7) ขนาดห้องพัก (8) การให้บริการอาหารเช้าฟรีแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านความถี่และระยะเวลาในการเข้าพักโฮสเทล รวมถึง การใช้จ่ายเงินของผู้มาเข้าพัก ได้แก่ การบริหารจัดการและสิ่งปลูกสร้าง กิจกรรมการเชื่อมปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ผู้มาเข้าพักกับการให้บริการอาหารเช้าฟรี ส่วนปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโฮสเทล ได้แก่ ประสิทธิภาพ ของไวไฟ (Wi-Fi) ความสะอาดของห้องพัก และรสชาติกับปริมาณของอาหารเช้า

ปริณา ลาปะ (2558) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา โดยแจกแบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ราย ผลการศึกษามีดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกชมธรรมชาติที่วัดศน์เหตุผลที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อมาพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาในวันหยุดสุดสัปดาห์การท่องเที่ยวธรรมชาติส่วนใหญ่เลือกมาที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ การท่องเที่ยววัฒนธรรมส่วนใหญ่เลือกมาที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬาเลือกมาที่ปาลิโอเขาใหญ่ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนาส่วนใหญ่เลือกมาที่สวนสัตว์นครราชสีมา พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ความถี่ในการท่องเที่ยวมากกว่า 6 ครั้ง/ปี ช่วงเวลาในการมาเที่ยวส่วนใหญ่ ไปเช้า-เย็นกลับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักที่โรงแรม/ รีสอร์ท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่ำกว่า 10,000 บาท สินค้าที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือสินค้าที่ระลึก อาหารพื้นบ้านที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือขนมสินค้าที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือพวงกุญแจ เครื่องจักสานที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือกระเป๋าเครื่องปั้นดินเผาที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือกระถางต้นไม้ดินเผา ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและญาติ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

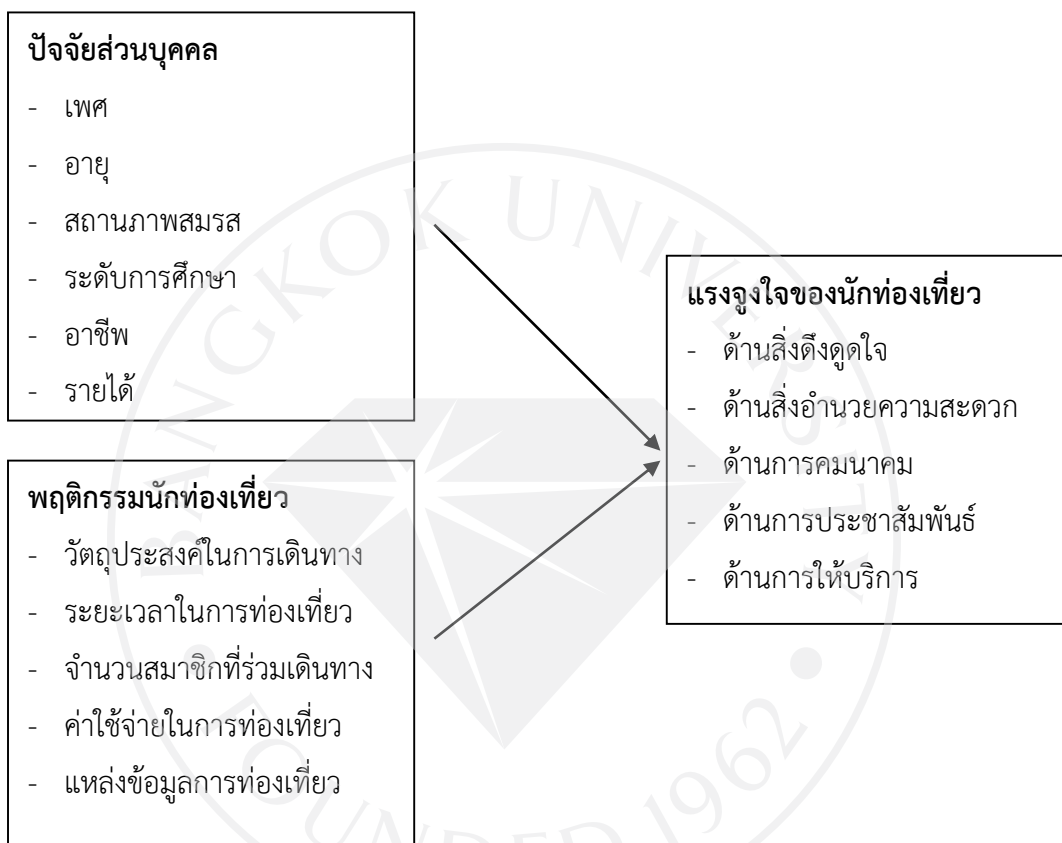
กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยทำการเก็บ

แบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ผลการศึกษามีดังนี้ (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.2 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 46.6 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. ร้อยละ 42.7 เป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 48.2 และมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 47.1 (2) ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ 1 ครั้ง ร้อยละ 40.5 เป็นการเดินทางมาเกี่ยวกับครอบครัว ร้อยละ 36.7 โดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 68.9 ในวันหยุดเสาร์/ อาทิตย์ ร้อยละ 52.4 และได้รับข้อมูลข่าวสารจากญาติ/ เพื่อน ร้อยละ 33.0 (3) ปัจจัยแรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยา พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสถานที่ท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน (เข้าไปเย็นกลับ) ส่วนด้านปัจจัยดึงดูดใจเช่น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาอยู่ในระดับมาก (4) ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาพบว่า ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก (5) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ (ปัจจัยส่วนบุคคล) ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ยกเว้น เพศ และสถานภาพสมรส มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ยกเว้น เพศ มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลักษณะประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน ยกเว้น เพศ และอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.7 กรอบแนวความคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 ประเภทของตัวแปร
- 3.7 วิธีการทางสถิติ
- 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา”รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีจำนวนประชากรประมาณ 1,408,103 คน (กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช, 2561) กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณของทาโร่ ยามาเน่

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

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{ขนาดกลุ่มตัวอย่าง} &= \frac{1,408,103}{1 + 1,408,103 (0.05)^2} \\ &= 399.89 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.89 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Accidental sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมและระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามดังนี้

3.3.1 ศึกษาทบทวนเอกสารทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา” จากนั้นจึงกำหนดกรอบงานวิจัยเนื้อหา และวัตถุประสงค์ที่ทำการวิจัย

3.3.2 ศึกษาแบบสอบถามต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษา

3.3.3 กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว แล้วสร้างแบบสอบถาม

3.3.4 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ “พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา” ตามกรอบการวิจัยที่กำหนดไว้และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์และ กลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็น แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questions) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและสถานภาพสมรสนั้นเป็นลักษณะคำถาม มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Two-way Question) เป็นข้อมูลแบบ Identification Information ในขณะที่นั้น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นลักษณะคำถามมี หลายคำตอบให้

เลือก (Multiple Choices Question) เป็นข้อมูลแบบ Identification Information (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ, 2550)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ได้แก่ วิธีการเดินทาง ช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ต่อคน) อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแบบสอบถาม ปลายปิดลักษณะคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะเป็น แบบสอบถามปลายปิด โดยเป็นข้อมูลที่มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดลำดับคะแนนของปัจจัยแรงจูงใจต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มี 5 ระดับคือ

คะแนน	ลำดับคะแนน
5	มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด
4	มีระดับแรงจูงใจมาก
3	มีระดับแรงจูงใจปานกลาง
2	มีระดับแรงจูงใจน้อย
1	มีระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

การแปลผลระดับคะแนนใช้สูตรคำนวณจากการคำนวณอันตรภาค

$$\text{สูตร } \frac{\text{Max} - \text{Min}}{5} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

สำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ยผู้วิจัยใช้เกณฑ์แปลความหมาย

4.21-5.00	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจมาก
2.61-3.40	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจปานกลาง
1.81-2.60	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจน้อย
1.00-1.80	หมายถึง	มีระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

3.3.5 นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้เสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

3.4.1 การหาความเที่ยงตรง (Validity)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และข้อบกพร่องของคำถามเพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง ประมวลผลความเห็นที่ได้รับและการพิจารณาแบบสอบถามเป็นรายชื่อเพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะ และวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่า IOC (Item-objective Congruence Index) ไปซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ค่า IOC คือ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC: Index of Item Objective Congruence) เท่ากับ 0.94 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญก่อนจะนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างและหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

3.4.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 30 คน นำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมีเกณฑ์ตัดสินว่าถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าใกล้เคียง 1.00 (ประมาณ 0.80 ขึ้นไป) จะนำแบบสอบถามไปใช้ได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548) สำหรับงานวิจัยนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.778 ซึ่งถือว่าเชื่อถือได้

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุดและรับคืนด้วยตัวเองที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

3.6 ประเภทของตัวแปร

3.6.1 ตัวแปรอิสระ

3.6.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ

- รายได้

3.6.1.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาในครั้ง
- ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว
- จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง
- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว(ต่อคน)
- แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว

3.6.2 ตัวแปรตาม

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

- ด้านสิ่งดึงดูดใจ
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- ด้านการคมนาคม
- ด้านการประชาสัมพันธ์
- ด้านการให้บริการ

3.7 วิธีการทางสถิติ

3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้บรรยายลักษณะของข้อมูลที่เก็บมาได้ โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

คำตอบส่วนที่ 1 ของแบบสอบถามซึ่งเป็นเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ นำมาหาค่าความถี่และร้อยละ

คำตอบส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ นำมาหาค่าความถี่และร้อยละ

คำตอบส่วนที่ 3 ของแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว นำมาหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.7.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1) t-test ซึ่งจะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศและสถานภาพสมรส

2) One-Way ANOVA ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ตัวแปร มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ รวมถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาในครั้ง ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจำนวน

สมาชิกที่ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (ต่อคน) แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เพื่อทดสอบว่าข้อมูลในแต่ละกลุ่มนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่

3) ใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference) ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจะทดสอบต่อเมื่อหลังจากการทดสอบ One-way ANOVA แล้วพบนัยสำคัญ

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีขั้นตอน ดังนี้

3.8.1 นำแบบสอบถามรับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามซึ่งครบถ้วนจำนวน 400 ชุด

3.8.2 นำแบบสอบถามที่มีข้อความสมบูรณ์มาจัดระเบียบข้อมูลลงรหัส (Coding)

3.8.3 วิเคราะห์ประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.8.4 วิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายชื่อและรายด้าน แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบการบรรยาย

3.8.5 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยหาค่า Independent Samples t-test และ One-way ANOVA และวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยได้กำหนดสัญลักษณ์ และตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของการศึกษา ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกัน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป

ตารางที่ 4.1: จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	136	34.0
หญิง	264	66.0
รวม	400	100.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
2. อายุ		
20 ปี หรือต่ำกว่า	39	9.8
21-30 ปี	122	30.5
31-40 ปี	124	31.0
41-50 ปี	68	17.0
50 ปีขึ้นไป	47	11.7
รวม	400	100.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	290	72.5
สมรส	110	27.5
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	32	8.0
ปริญญาตรี	307	76.7
สูงกว่าปริญญาตรี	61	15.3
รวม	400	100.00
5. อาชีพ		
นักเรียน นักศึกษา	37	9.3
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	130	32.5
ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว	99	24.8
พนักงานบริษัทเอกชน	134	33.5
รวม	400	100.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
15,000 บาท หรือต่ำกว่า	34	8.5
15,001–30,000 บาท	137	34.2
30,001–45,000 บาท	126	31.5
45,001–60,000 บาท	61	15.3
มากกว่า 60,000 บาท	42	10.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลประชากรศาสตร์ จำแนกตามตัวแปรดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิง จำนวน 264 ราย คิดเป็นร้อยละ 66 และเพศชาย จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 34

อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 31–40 ปี จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีอายุ 21–30 ปี จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.5 มีอายุ 41–50 ปี จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 และมีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.8

สถานภาพสมรส พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพ โสด จำนวน 290 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.5 และสถานภาพสมรส จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.5

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 307 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.7 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0

อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.5 ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.5 ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.7 และนักเรียน นักศึกษา จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 15,001–30,000 บาทจำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.2 รายได้ต่อเดือน 30,001–45,000 บาทจำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5 รายได้ต่อเดือน 45,001–60,000 บาทจำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3

รายได้ต่อเดือน มากกว่า 60,000 บาทจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5 และรายได้ต่อเดือน 15,000 บาท หรือต่ำกว่าจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 4.2: จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง		
ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	234	58.3
ทำงาน / ประชุม	22	5.4
เพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว	121	30.3
เยี่ยมครอบครัว/เพื่อน	23	6.0
รวม	400	100.00
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว (เฉพาะที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่)		
1 วัน	33	8.3
2-3 วัน	310	77.5
มากกว่า 3 วัน	57	14.2
รวม	400	100.00
3. จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่		
1-2 คน	51	12.7
3-5 คน	158	39.5
6-10 คน	140	35.0
มากกว่า 10 คน	51	12.8
รวม	400	100.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): จำนวน และร้อยละ ของลักษณะข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
4. ค่าใช้จ่ายเฉพาะในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ไม่รวมการท่องเที่ยวอื่นๆ)		
ต่ำกว่า 1,500 บาท	45	11.3
1,501–3,000 บาท	225	56.2
3,001–5,000 บาท	30	7.5
5,001–7,000 บาท	43	10.8
7,001 บาท ขึ้นไป	57	14.2
รวม	400	100.00
5. แหล่งข้อมูลในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จากที่ใด		
สื่อออนไลน์	224	56.0
สื่อสิ่งพิมพ์	120	30.0
วิทยุ/โทรทัศน์	24	6.0
การแนะนำของบุคคล	32	8.0
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาในครั้งนี้ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 234 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 เพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.3 เยี่ยมครอบครัว/เพื่อน จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.4 และเพื่อทำงาน / ประชุมจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว (เฉพาะที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่) พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลา 2–3 วัน จำนวน 310 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.5 ใช้เวลามากกว่า 3 วัน จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.2 และใช้เวลา 1 วัน จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3

จำนวนสมาชิกผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทาง 3–5 คน จำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.5 เดินทาง 6–10 คน

จำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 เดินทางมากกว่า 10 คน จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 และเดินทาง 1–2 คน จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.8

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว (ไม่รวมการท่องเที่ยวอื่นๆ) พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย 1,501–3,000 บาท จำนวน 225 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.2 7,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.2 500 บาท ต่ำกว่า 1,500 บาท จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3 จำนวน 5,001–7,000 บาท จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 และจำนวน 3,001–5,000 บาท จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5

แหล่งข้อมูลในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบจากสื่อออนไลน์ จำนวน 224 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.0 จากสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 การแนะนำของบุคคล จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 และวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แปรผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.3: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1.1 ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.33	0.607	มากที่สุด
1.2 ความสวยงามของสถานที่	4.74	0.487	มากที่สุด
1.3 สภาพอากาศและบรรยากาศของสถานที่	4.45	0.639	มากที่สุด
1.4 ความสะดวกสบายของสถานที่	4.26	0.737	มากที่สุด
1.5 ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	4.32	0.716	มากที่สุด
รวม	4.42	0.637	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
2.1 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.89	0.830	มาก
2.2 มีการจัดห้องสุขาไว้อย่างเพียงพอ	3.73	1.685	มาก
2.3 มีแผ่นป้าย/ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆที่ชัดเจน	3.78	0.785	มาก
2.4 มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.92	0.794	มาก
2.5 สถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.31	0.633	ปานกลาง
รวม	3.73	0.945	มาก
3. ปัจจัยด้านการคมนาคม			
3.1 ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	4.64	0.571	มากที่สุด
3.2 ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว	4.59	0.643	มากที่สุด
3.3 ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเดินทาง	3.79	0.747	มาก
3.4 ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	4.25	0.719	มากที่สุด
รวม	4.32	0.670	มากที่สุด
4. ด้านการประชาสัมพันธ์			
4.1 มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูล ทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว	3.45	0.688	มาก
4.2 มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแหล่ง ท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์	3.35	0.663	ปานกลาง
4.3 มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆบริเวณจุดท่องเที่ยว	3.68	0.703	มาก
รวม	3.49	0.685	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
5. ด้านการให้บริการ			
5.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว	3.41	0.673	มาก
5.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ	3.28	0.609	ปานกลาง
5.3 มีอุปกรณ์ทางเดินที่ไวให้บริการ	3.40	0.679	ปานกลาง
5.4 ความสะดวกในการชำระค่าบริการเข้าชม อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	3.33	0.615	ปานกลาง
รวม	3.36	0.644	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.42 (S.D. = 0.637) แยกเป็นรายชื่อได้ดังนี้ ความสวยงามของสถานที่ สภาพอากาศและบรรยากาศของสถานที่ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ความสะดวกสบายของสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 4.45 4.33 4.32 และ 4.26 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.73 (S.D. = 0.945) แยกเป็นรายชื่อได้ดังนี้ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดห้องสุขาไว้อย่างเพียงพอ มีแผ่นป้าย/ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆที่ชัดเจน มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 3.73 3.78 3.92 ตามลำดับ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

ปัจจัยด้านการคมนาคม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 (S.D. = 0.670) แยกเป็นรายชื่อได้ดังนี้ ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และ 4.59 ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเดินทาง ระดับมากที่สุด ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และ 4.25 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.49 แยกเป็นรายชื่อได้ดังนี้ มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆบริเวณจุดท่องเที่ยว ระดับมากที่สุด มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร

และบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ระดับมาก มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 3.45 และ 3.35 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.36 แยกเป็นรายข้อได้ดังนี้ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 มีอุปกรณ์ทางเดินที่ไว้ให้บริการ ระดับมาก ความสะดวกในการชำระค่าบริการเข้าชมอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ระดับปานกลาง และเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ ระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.40 3.33 และ 3.28 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4: แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามเพศ

ระดับแรงจูงใจ	เพศ	\bar{x}	S.D.	t	df	Sig.
สิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว	ชาย	4.43	0.314	0.835	398	0.405
	หญิง	4.41	0.286			
สิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	3.70	0.394	-0.862	398	0.389
	หญิง	3.73	0.499			
การคมนาคม	ชาย	4.30	0.430	-0.431	398	0.667
	หญิง	4.32	0.366			
การประชาสัมพันธ์	ชาย	3.35	0.359	-0.486	398	0.627
	หญิง	3.37	0.356			
การให้บริการ	ชาย	3.48	0.453	-0.350	398	0.727
	หญิง	3.50	0.485			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามเพศ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามอายุ

ระดับแรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. สิ่งดึงดูด	ระหว่างกลุ่ม	4	0.021	0.005	0.060	0.993
	ภายในกลุ่ม	395	34.971	0.089		
	รวม	399	34.992			
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	1.729	0.432	2.010	0.092
	ภายในกลุ่ม	395	84.960	0.215		
	รวม	399	86.690			
3. การคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.694	0.173	1.148	0.333
	ภายในกลุ่ม	395	59.646	0.151		
	รวม	399	60.340			
4. การประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	4	0.647	0.162	1.272	0.280
	ภายในกลุ่ม	395	50.213	0.127		
	รวม	399	50.859			
5. การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.260	0.815	3.721	0.005*
	ภายในกลุ่ม	395	86.504	0.219		
	รวม	399	89.764			
รวมเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	4	.254	0.063	2.060	0.085
	ภายในกลุ่ม	395	12.175	0.031		
	รวม	399	12.429			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามอายุ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าในการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference) ในด้านการให้บริการ ดังนี้

ตารางที่ 4.6: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ด้านการให้บริการ โดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference)

อายุ	\bar{x}	20 ปี หรือต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป
20 ปี หรือต่ำกว่า	3.41	-	0.593	0.722	0.115	0.003*
21-30 ปี	3.45	-	-	0.796	0.148	0.002*
31-40 ปี	3.44	-	-	-	0.096	0.001*
41-50 ปี	3.55	-	-	-	-	0.091
50 ปีขึ้นไป	3.70					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มี อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับแรงจูงใจ	สถานภาพ	\bar{x}	S.D.	t	df	Sig.
สิ่งดึงดูดใจ	โสด	4.41	0.299	-1.057	398	0.292
	สมรส	4.45	0.287			
สิ่งอำนวยความสะดวก	โสด	3.71	0.487	-0.558	398	0.577
	สมรส	3.74	0.405			
การคมนาคม	โสด	4.32	0.383	0.835	398	0.405
	สมรส	4.28	0.404			
การประชาสัมพันธ์	โสด	3.38	0.374	1.039	398	0.299
	สมรส	3.33	0.305			
การให้บริการ	โสด	3.48	0.471	-0.772	398	0.441
	สมรส	3.52	0.483			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามสถานภาพสมรสในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับแรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. สิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.170	0.085	0.969	0.380
	ภายในกลุ่ม	397	34.822	0.088		
	รวม	399	34.992			
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.252	0.126	0.579	0.561
	ภายในกลุ่ม	397	86.437	0.218		
	รวม	399	86.690			
3. การคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.000	0.000	0.001	0.999
	ภายในกลุ่ม	397	60.339	0.152		
	รวม	399	60.340			
4. การประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.847	0.423	3.361	0.036*
	ภายในกลุ่ม	397	50.013	0.126		
	รวม	399	50.859			
5. การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.101	0.550	2.464	0.086
	ภายในกลุ่ม	397	88.663	0.223		
	รวม	399	89.764			
รวมเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	2	0.017	0.008	0.271	0.762
	ภายในกลุ่ม	397	12.412	0.031		
	รวม	399	12.429			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าในด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference) ในด้านการประชาสัมพันธ์ดังนี้

ตารางที่ 4.9: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่ต่างกัน โดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference)

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.51	-	0.021*	0.012*
ปริญญาตรี	3.36	-	-	0.382
สูงกว่าปริญญาตรี	3.32	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับแรงจูงใจสูงกว่าความแตกต่างกับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามอาชีพ

ระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. สิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	.254	0.085	0.966	0.409
	ภายในกลุ่ม	396	34.738	0.088		
	รวม	399	34.992			
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	.595	0.198	0.912	0.435
	ภายในกลุ่ม	396	86.095	0.217		
	รวม	399	86.690			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามอาชีพ

ระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
3. การคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	3	.341	0.114	0.749	0.523
	ภายในกลุ่ม	396	59.999	0.152		
	รวม	399	60.340			
4. การประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	.183	0.061	0.476	0.699
	ภายในกลุ่ม	396	50.677	0.128		
	รวม	399	50.859			
5. การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	.113	0.038	0.166	0.919
	ภายในกลุ่ม	396	89.651	0.226		
	รวม	399	89.764			
รวมเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.159	0.053	1.714	0.163
	ภายในกลุ่ม	396	12.269	0.031		
	รวม	399	12.429			

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. สิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	.090	.023	.256	.906
	ภายในกลุ่ม	395	34.902	.088		
	รวม	399	34.992			
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	1.236	.309	1.428	.224
	ภายในกลุ่ม	395	85.454	.216		
	รวม	399	86.690			
3. การคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	4	.349	.087	.575	.681
	ภายในกลุ่ม	395	59.990	.152		
	รวม	399	60.340			
4. การประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.104	.276	2.191	.069
	ภายในกลุ่ม	395	49.755	.126		
	รวม	399	50.859			
5. การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	5.963	1.491	7.027	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	83.801	.212		
	รวม	399	89.764			
รวมเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	4	0.072	0.018	0.578	0.679
	ภายในกลุ่ม	395	12.356	0.031		
	รวม	399	12.429			

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าในด้านบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference) ในการให้บริการดังนี้

ตารางที่ 4.12: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ด้านการให้บริการ โดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{x}	15,000 บาท หรือต่ำกว่า	15,001–30,000 บาท	30,001–45,000 บาท	45,001–60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาท
15,000 บาท หรือต่ำกว่า	3.74	–	0.000**	0.001*	0.065	0.556
15,001–30,000 บาท	3.37	–	–	0.157	0.009	0.000**
30,001–45,000 บาท	3.45	–	–	–	0.144	0.006*
45,001–60,000 บาท	3.56				–	0.196
มากกว่า 60,000 บาท	3.68					–

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ต่างกัน พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท หรือต่ำกว่ามีระดับแรงจูงใจแตกต่างจากผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท และ 30,001–45,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาทมีระดับแรงจูงใจแตกต่างกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 60,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001–45,000 บาทมีระดับแรงจูงใจแตกต่างกันกับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ
เขาใหญ่ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

ระดับแรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. สิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	.117	0.039	0.444	0.722
	ภายในกลุ่ม	396	34.875	0.088		
	รวม	399	34.992			
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	.605	0.202	0.927	0.428
	ภายในกลุ่ม	396	86.085	0.217		
	รวม	399	86.690			
3. การคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	3	.012	0.004	0.027	0.994
	ภายในกลุ่ม	396	60.328	0.152		
	รวม	399	60.340			
4. การประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	.095	0.032	0.246	0.864
	ภายในกลุ่ม	396	50.765	0.128		
	รวม	399	50.859			
5. การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	.240	0.080	0.354	0.786
	ภายในกลุ่ม	396	89.524	0.226		
	รวม	399	89.764			
รวมเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.030	0.010	0.316	0.814
	ภายในกลุ่ม	396	12.399	0.031		
	รวม	399	12.429			

จากตาราง 4.13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว แตกต่าง
กันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ
เขาใหญ่ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ระดับแรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. สิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	.019	.010	0.109	0.897
	ภายในกลุ่ม	397	34.973	.088		
	รวม	399	34.992			
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	.072	.036	0.166	0.847
	ภายในกลุ่ม	397	86.617	.218		
	รวม	399	86.690			
3. การคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	2	.078	.039	0.258	0.773
	ภายในกลุ่ม	397	60.262	.152		
	รวม	399	60.340			
4. การประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.403	.701	5.629	0.004*
	ภายในกลุ่ม	397	49.457	.125		
	รวม	399	50.859			
5. การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.199	.099	0.440	0.644
	ภายในกลุ่ม	397	89.566	.226		
	รวม	399	89.764			
รวมเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.030	0.010	0.316	0.814
	ภายในกลุ่ม	396	12.399	0.031		
	รวม	399	12.429			

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการ
ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าในด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference) ในการประชาสัมพันธ์ดังนี้

ตารางที่ 4.15: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน ด้านการประชาสัมพันธ์โดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference)

ตามเวลาในการท่องเที่ยว	\bar{x}	1 วัน	2 วัน	3 วัน
1 วัน	3.19	–	0.02*	0.08
2 วัน	3.39	–	–	0.161
3 วัน	3.32	–	–	–

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน มีระดับแรงจูงใจแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ
เขาใหญ่ จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ระดับแรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. สิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	.535	.178	2.049	0.107
	ภายในกลุ่ม	396	34.457	.087		
	รวม	399	34.992			
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3	.928	.309	1.429	0.234
	ภายในกลุ่ม	396	85.761	.217		
	รวม	399	86.690			
3. การคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	3	.950	.317	2.111	0.098
	ภายในกลุ่ม	396	59.390	.150		
	รวม	399	60.340			
4. การประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	.112	.037	.292	0.831
	ภายในกลุ่ม	396	50.747	.128		
	รวม	399	50.859			
5. การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	.204	.068	.301	0.825
	ภายในกลุ่ม	396	89.560	.226		
	รวม	399	89.764			
รวมเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.162	0.054	1.744	0.158
	ภายในกลุ่ม	396	12.267	0.031		
	รวม	399	12.429			

จากตาราง 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามจำนวนสมาชิก ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17: แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ
เขาใหญ่ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ระดับแรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. สิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.243	0.061	0.690	0.599
	ภายในกลุ่ม	395	34.749	0.088		
	รวม	399	34.992			
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	0.412	0.103	0.472	0.756
	ภายในกลุ่ม	395	86.277	0.218		
	รวม	399	86.690			
3. การคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.618	0.155	1.023	0.395
	ภายในกลุ่ม	395	59.721	0.151		
	รวม	399	60.340			
4. การประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	4	0.567	0.142	1.113	0.350
	ภายในกลุ่ม	395	50.292	0.127		
	รวม	399	50.859			
5. การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.769	0.692	3.143	0.015*
	ภายในกลุ่ม	395	86.995	0.220		
	รวม	399	89.764			
รวมเฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	4	0.142	.035	1.140	0.337
	ภายในกลุ่ม	395	12.287	.031		
	รวม	399	12.429			

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าในด้านบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference) ในการให้บริการดังนี้

ตารางที่ 4.18: แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ด้านการบริการโดยใช้สถิติ Fisher's LSD (Least Significant Difference)

ค่าใช้จ่ายเฉพาะ การเดินทางท่องเที่ยว	\bar{x}	ต่ำกว่า 1,500 บาท	1,501– 3,000 บาท	3,001– 5,000 บาท	5,001– 7,000 บาท	7,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 1,500 บาท	3.67	–	0.039*	0.109	0.025*	0.001*
1,501–3,000 บาท	3.51	–	–	0.833	0.397	0.020*
3,001–5,000 บาท	3.48	–	–	–	0.674	0.175
5,001–7,000 บาท	3.44	–	–	–	–	0.308
7,001 บาทขึ้นไป	3.34	–	–	–	–	–

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,500 บาท มีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,501–3,000 บาท 5,001–7,000 บาท และ 7,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,501–3,000 บาทมีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่าย 7,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 ราย คิดเป็นร้อยละ 66 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 290 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.5 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 307 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.5 และมีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.5

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ส่วนใหญ่ มาเพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 2-3 วัน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3-5 ราย มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวนเงินระหว่าง 1,501-3,000 บาท และทราบแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวมาจากทางสื่อออนไลน์

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า

ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของสถานที่ บรรยากาศของสถานที่ ความสะดวกสบายของสถานที่ และความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดห้องสุขาไว้อย่างเพียงพอ มีแผนป้าย/ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆที่ชัดเจน มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการคมนาคม โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเดินทาง ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆบริเวณจุดท่องเที่ยว และมีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลอย่างทั่วถึงและถูกต้อง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ และ มีความสะดวกในการชำระค่าบริการเข้าชมอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 2 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ สถานภาพสมรส อาชีพ แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกันในด้านการให้บริการ เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า อายุระหว่าง 21–30 ปี และ 31–40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกันในการประชาสัมพันธ์ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกันในด้านการให้บริการมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้านการให้บริการพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท หรือต่ำกว่า มีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท และ 30,001–45,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท มีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001–30,000 บาท และ 30,001–45,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนสมาชิก และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกันในด้านการประชาสัมพันธ์ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน มีระดับแรงจูงใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกันในด้านการบริการ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,500 บาท มีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยว 1,501–3,000 บาท 5,001–7,000 บาท และ 7,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยว 1,501–3,000 บาทมีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยว 7,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ สถานภาพสมรส และอาชีพแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ จันทวงศ์ (2557) ที่ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากซึ่งในกลุ่มของเด็ก วัยรุ่นหรือวัยกำลังเรียนอาจมีทุนทรัพย์ไม่เพียงพอต่อการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่นี้ส่วนใหญ่จะมาเป็นครอบครัว กลุ่มคนทำงาน

5.2.2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแรงจูงใจ พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในระดับมาก โดยด้านสิ่งดึงดูดใจเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการคมนาคม ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ด้านการให้บริการสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา ตลาดน้ำไธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยดึงดูดใจ เช่น ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำไธยาอยู่ในระดับมาก เนื่องจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีสภาพความเป็นธรรมชาติอยู่มาก และมีสถานที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีหลากหลายกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เลือก การเดินทางสะดวกสบาย

5.2.2.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดย 2 ลำดับแรก คือ ความสวยงามของสถานที่ สภาพอากาศและบรรยากาศของสถานที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญา ลาปะ (2558) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกชมธรรมชาติทิวทัศน์ ด้วยอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีความสวยงามและลักษณะเด่นในตัวเอง ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประกอบกับพื้นที่โดยรอบพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชิงผจญภัย เชิงธรรมชาติ

5.2.2.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา ตลาดน้ำไธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำไธยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านที่พักในวันหยุดต่อเนื่อง วันหยุดเทศกาลหรือช่วงจัดกิจกรรมใหญ่ๆ ที่พักไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวต้องกางเต็นท์ การเปิดช่องทางทางอินเทอร์เน็ตในการใช้จองที่พักเพื่อความความสะดวกสบายก็เป็นอีกประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ

5.2.2.3 ด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆบริเวณจุดท่องเที่ยว มีศูนย์

ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอโยธาด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากเช่นกัน เนื่องจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นสถานที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจนอกจากความสวยงามตาม ธรรมชาติแล้ว ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังไม่มากจึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทาง มาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวบางคนเพิ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกทำให้ไม่รู้จักร สถานที่ในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ดีพอดังนั้นป้ายประชาสัมพันธ์ในบริเวณจุดท่องเที่ยวต่างๆ จึงมี ความสำคัญเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สามารถตรวจสอบเส้นทางและช่วยให้การเดินทางไปยังสถานที่ ต่างๆ ได้ง่ายขึ้น

5.2.3 นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่แตกต่างกันมี ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่แตกต่างกันไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารดา ปลายละเอียด (2559) วิจัยเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าว มะนาว กองบิน 5 เขตทหาร กองทัพอากาศ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ระยะเวลาที่ อยู่ในบริเวณอ่าวมะนาวแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอ่าวมะนาวไม่แตกต่าง กัน เนื่องจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่อง ธรรมชาติ สถาปัตยกรรม และเกษตรกรรม เป็นแหล่งที่ได้รวบรวมสถานที่กิน เที่ยว ไว้ได้อย่าง สมบูรณ์

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

5.3.1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรม ท่องเที่ยวในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และควรมีนโยบายในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวโดย ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญควรจัดกิจกรรมรณรงค์ในเรื่องของการปลูก จิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติสภาพแวดล้อม และจิตสำนึกสาธารณะของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

5.3.1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อเกิดความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยว เกิดขึ้น ในเรื่องความสะอาดห้องสุขาจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องกำจัดในเรื่องของกลิ่น และถังขยะ ที่ล้นออกมาจากนอกถัง เพื่อป้องกันไม่ให้สัตว์ป่ามารื้อและหาของกินในถังขยะได้

5.3.1.3 ด้านการคมนาคม ควรปรับปรุงเรื่องระยะเวลาในการเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในสถานที่ควรมีการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน มีความ

ปลอดภัย และระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวตลอดตามเส้นทางการเดินทาง รวมทั้งจัดให้มีสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.3.1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ อธิบายสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง สถานที่สำคัญต่างๆ ของสถานที่เที่ยว

5.3.1.4 ด้านการให้บริการ เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้การบริการด้านต่างๆ เกิดความล่าช้าเกิดขึ้น ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนำมาปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

5.3.2.2 ควรทำการศึกษาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อปลูกจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการป้องกันและรักษาธรรมชาติในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

5.3.2.3 การศึกษาในครั้งที่เจาะจงเฉพาะอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในสถานที่อื่น ๆ ที่เป็นอุทยานแห่งชาติ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจสูงขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช. (2561). สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวพบบประมาณ2561
ชาวไทย. สืบค้นจาก <http://Webreg.dnp.go.th/park/index3.php?task=Report19v2&YYYY=2561&type=thai>.
- กัลยา สมมาตย์. (2541). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวรวมทั้งเปรียบเทียบ
ปัญหาและโอกาสทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาตลาดน้ำอโยธยาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นจาก
<http://Dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2362>.
- ฉล่องศรี พิมพ์สมพงศ์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สืบค้นจาก
<http://Touristbehaviour.wordpress.com/1/.19>.
- ชีวานนท์ วุฒิพันธ์. (2549). พฤติกรรมการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก
<http://do.kku.ac.th/mediacenter/libs/html/1274/content.doc>.
- ธนิตบุตร ทิพย์สกุล. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยว
วัด ในจังหวัดน่าน. สืบค้นจาก <https://Cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/50083>.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย. (2538). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน
มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- ปรีณา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 4(1), 30.
- พวงพิศ บุญระรัตน์. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใน
จังหวัดสมุทรสงคราม. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พะยอม ธรรมบุตร. (2549). สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (เอกสาร
ประกอบการสอน). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- พิบูล ทีปะपाल. (2543). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://Thassaneeya.blogspot.com/2015/09/blog-post.html>.
- ล่าสัน เลิศกุลประหยัด. (2561). พฤติกรรมและแรงจูงใจสำหรับการเข้าโฮสเทลใน กรุงเทพมหานคร. *วิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 13(1), 7.
- วชิรวชิร้งามละมอม. (2558). *แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์*. สืบค้นจาก http://Learningofpublic.Blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: อีระพลม.
- สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์. (2554). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยม ในเขตตลิ่งชันกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุนทรธาร สุระเดชพิภพ. (2549). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสาวนีย์ ตนหมั่น. (2551). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการใช้บริการเรือนแรม ในอำเภอป่าซางจังหวัดแม่ฮ่องสอน*. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ. (2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (เอกสารประกอบการสอน)*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Engle, J.F., Roger, D.B., & Paul, W.M. (1990). *Consumer behavior* (7th ed.). Fort Worth: Dryden.
- Hanson, M.E. (1996). *Educational administration and organizational behavior* (4th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Lumsdon, L. (1999). *Tourism marketing*. Oxford: The Alden
- Mcintosh, R.W., & Goeldner, C.R. (1986). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New York: Wiley.
- Peter, J.P., & Olson, J.C. (1990). *Consumer behavior and marketing strategy* (2nd ed.). Homewood, IL: Irwin.
- Walters, C.G. (1987). *Consumer behavior : Theory and practice* (3rd ed.). Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.
- Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.



การวิจัยเรื่อง	พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
โดย	นางสาวรุ่งฟ้า สะแกกลาง
สาขา	การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
คณะ	มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ณัฐนุช วณิชย์กุล

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

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

3. สถานภาพสมรส

- 1) โสด 2) สมรส

4. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี 3) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 1) นักเรียน / นักศึกษา 2) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 3) ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว 4) พนักงานบริษัทเอกชน
 5) อื่นๆ โปรดระบุ

6. รายได้ต่อเดือน

- 1) 15,000 บาท หรือต่ำกว่า 2) 15,001-30,000 บาท
 3) 30,001-45,000 บาท 4) 45,001-60,000 บาท
 5) มากกว่า 60,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาในครั้งนี้

- 1) ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ 2) ทำงาน / ประชุม
 3) เพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว 4) เยี่ยมครอบครัว/เพื่อน
 5) อื่นๆ.....

2. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

- 1) 1 วัน 2) 2-3 วัน
 3) มากกว่า 3 วัน

3. จำนวนสมาชิกผู้ร่วมเดินทางมากับท่านในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในครั้งนี้

- 1) 1-2 คน 2) 3- 5 คน
 3) 6-10 คน 4) มากกว่า 10 คน

4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ของท่านแต่ละครั้งประมาณเท่าไร

- 1) ต่ำกว่า 1,500 บาท 2) 1,501-3,000 บาท
 3) 3,001-5,000 บาท 4) 5,001-7,000 บาท
 5) 7,001 บาทขึ้นไป

5. ท่านทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จากที่ได้

- 1) สื่อออนไลน์ 2) สื่อสิ่งพิมพ์
 3) วิทยุ/โทรทัศน์ 4) การแนะนำของบุคคล
 5) อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อที่ตรงกับระดับแรงจูงใจของท่าน

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
1. ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
2. ความสวยงามของสถานที่					
3. สภาพอากาศและบรรยากาศของสถานที่					
4. ความสะดวกสบายของสถานที่					
5. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
6. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
7. มีการจัดห้องสุขาไว้อย่างเพียงพอ					
8. มีแผ่นป้าย/ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆที่ชัดเจน					
9. มีที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
10. มีสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
ด้านการคมนาคม					
11. ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
12. ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
13. ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเดินทาง					
14. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง					
ด้านการประชาสัมพันธ์					
15. มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว					

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
16.มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์					
17.มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆบริเวณจุดท่องเที่ยว					
ด้านการให้บริการ					
18.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว					
19.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ					
20.มีอุปกรณ์ทางเดินที่ไว้ให้บริการ					
21.ความสะดวกในการชำระค่าบริการเข้าชมอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่					

ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

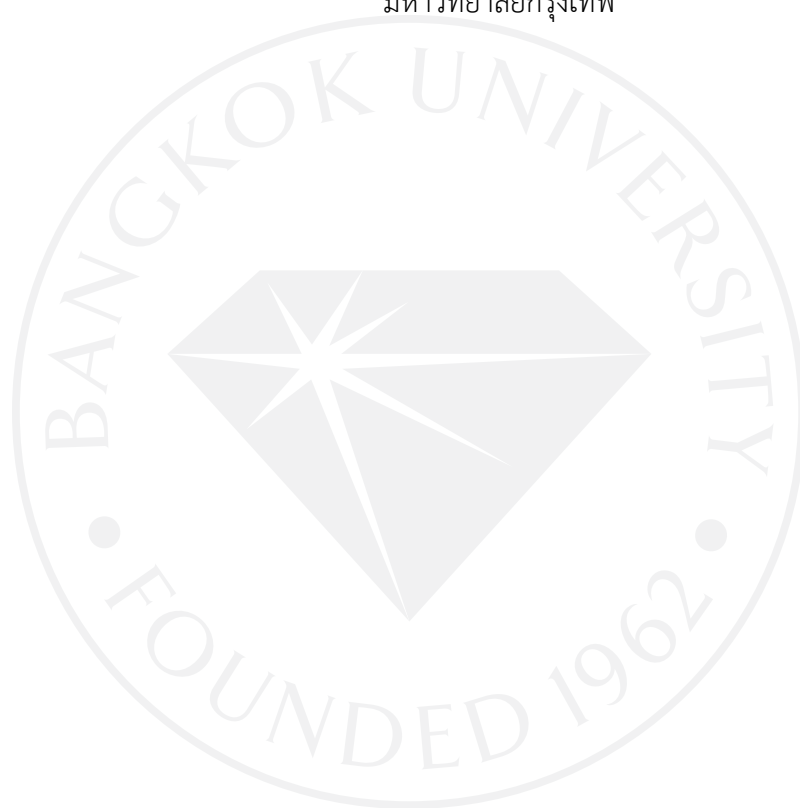
นางสาวรุ่งฟ้า สะแกกลาง

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

รุ่งฟ้า สะแกกลาง

อีเมล

rungfa.saka@bumail.net

ประวัติการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจสายการบิน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 3 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) รุ่งฟ้า สะอาดขาว อยู่บ้านเลขที่ 161

ซอย - ถนน - ตำบล/แขวง นินาวน

อำเภอ/เขต ดินนพท จังหวัด นครราชสีมา รหัสไปรษณีย์ 30210

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600500107

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

คณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

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

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ พฤติกรรม และ แรงจูงใจของพนักงานท่องเที่ยวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(รุ่งฟ้า ระภาณ)

ลงชื่อ  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ  พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ  พยาน
(ดร.ชุติน แก้วพันธ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร