

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์
อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

อภาภรณ์ รอยู่

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2563

**Thai Tourist's Satisfaction Towards The Giant Monkey Pod Tree,
Mueng District Kanchanaburi province**

Arpaporn Rawyoo



**A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management**

Faculty of Tourism and Hospitality,

Dhurakij Pundit University

2020



ใบรับรองสารนิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อสารนิพนธ์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์
อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

เสนอโดย นางสาวอาภาภรณ์ รอยู่

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ดร.ณัฐฐกฤษฎี เอกวรรณัง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ผศ.ดร.วรรณิลา ศิลปอาษา)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(ดร.ณัฐฐกฤษฎี เอกวรรณัง)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์)

วันที่ 30 เดือน 12.00 พ.ศ. 2563

หัวข้อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
ชื่อผู้เขียน	อาภาภรณ์ รอดอยู่
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ณัฐกฤษฎี เอกวรรณัง
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ต่อไปนี 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดสมุทรปราการมากที่สุด โดยเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-30 ปี มากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,000-20,000 บาท ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวยังต้นจามจूरียักษ์ หรือเดินทางมาครั้งแรก ส่วนใหญ่จะเดินทางมาในช่วงเดือน ตุลาคม – ธันวาคม มากที่สุด รองลงมาคือเดือนมกราคม – มีนาคม และส่วนใหญ่เดินทางมากับญาติ หรือบุคคลในครอบครัว รองลงมาคือ เดินทางมากับคนรัก/คู่รัก และจะใช้วิธีการขับรถส่วนตัวมาเอง นอกจากนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบเดินทางมาท่องเที่ยวในวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ มากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้งบประมาณในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่เกิน 1,500 บาท และส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

ในเรื่องความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ หากพิจารณารายด้าน พบว่าหลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และที่พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากร

ผู้ให้บริการ และ ปัจจัยด้านราคา ค่าใช้จ่าย ข้อเสนอแนะนักท่องเที่ยวพึงพอใจในสิ่งดึงดูดใจที่ทำให้
อยากเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ ได้แก่ การได้รับความสะดวกและได้รับ
การต้อนรับจากพ่อค้าแม่ค้าเป็นอย่างดี การมีกิจกรรมการแสดงท้องถิ่นที่น่าสนใจ การมีที่นั่ง
พักผ่อน ความร่มรื่นของสถานที่ และความเป็นกันเองของพ่อค้า แม่ค้า ดังนั้นหากมีการ
ประชาสัมพันธ์เพิ่มในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวจามจุรียักษ์ให้เป็นแบรนด์ทางการท่องเที่ยวใหม่
ของจังหวัดกาญจนบุรี ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากไม่ไกลจาก
กรุงเทพมหานครมากนักและมีการเดินทางที่สะดวก

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ต้นจามจุรียักษ์, จังหวัดกาญจนบุรี



Individual Study	Thai Tourist's Satisfaction towards the Giant Monkey pod tree Mueng District, Kanchanaburi Province
Author	Arpaporn Rawyoo
Advisor	Dr. Nuttakrit Eakwannang
Department	Tourism Management
Academic Year	2019

ABSTRACT

This research of objectives are as follows: 1) To study the tourism behavior of Thai tourists in the area of the giant monkey pod tree, Muang district, Kanchanaburi province. 2) To study the satisfaction level of tourists towards the giant monkey pod tree tourist attraction, Muang district, Kanchanaburi province. By studying with 400 Thai tourists and using accidental sampling method The tools used to collect data were questionnaires. By using descriptive statistics to find the mean, standard deviation.

The study found that most of the tourists who come to the giant monkey pod tree are Thai tourists from Samutprakan province. By being more female tourists than males and are the tourists aged 26-30 most and them have a bachelor's degree. And most have a career as private companies have average incomes between 10,000-20,000 baht. In terms of tourism behavior found that most of Thai tourists are those who have never traveled to the giant monkey pod tree most of them are first time travelers and travel during October - December the most.

Followed by January-March and traveling with relatives or family members. Followed by traveling with lovers/ lovers and will use the method of driving by own car. In addition, it is found that tourist like to travel on weekdays most Monday-Friday, most tourist use the budget to travel to not more than 1,500 baht and most have needs. To come back again. Thai tourists are satisfied with the giant monkey pod tree tourist attraction. If Recarding it was found that after the tourists come to visit the giant monkey pod tree, the thing that made tourists very satisfied was the location factor, followed by the public relations factor. Facility factor staffing factor personnel, service providers and cost factor. Suggestions, the Thai tourists were satisfied with the attractiveness that made them want to travel to the giant monkey pod tree, which was

convenient and welcomed by the vendors. Having interesting local performances having a seat and the coolness of the place and friendliness of the merchants, so if there is more publicity about the giant monkey pod tree tourist destination to be a new tourism brand in Kanchanaburi will make more tourists come to travel since not too far from Bangkok travel is convenient.

Keywords : satisfaction, Giant monkey pod tree, Kanchanaburi province



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี” ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากหลาย ๆ ท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ท่านอาจารย์ ดร.ณัฐกฤษฏี เอกวรรณัง ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำในการคัดเลือกเรื่องที่จะทำการศึกษาค้นคว้าให้ความรู้ด้านวิชาการด้านเทคนิคและข้อคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ชญาณิศา วงษ์พันธุ์ ผู้ให้คำปรึกษางานวิจัยและด้านสถิติ และสละเวลาให้คำชี้แนะเรื่อง ระเบียบวิธีวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล แก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา รวมทั้งให้คำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง ผู้ทำวิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง เหนือสิ่งอื่นใด ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ซึ่งเป็นผู้มีพระคุณของผู้วิจัย ที่เคยให้ข้อคิดในเรื่องการศึกษาและปูพื้นฐานการศึกษาให้เห็นถึงความสำคัญ ตลอดจนเคยให้ความสนับสนุนในทุก ๆ ด้านอย่างดีที่สุด อีกทั้งยังขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยฉบับนี้เป็นอย่างดีเสมอมา

ในท้ายที่สุดนี้ ต้องขอระลึกถึงความกรุณาของคณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่เป็นผู้ชี้แนะแนวทางการศึกษาในตอนต้น รวมทั้งให้คำแนะนำในการประมวลผลข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และการทดสอบต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีได้กล่าววามมา ณ ที่นี้ ที่มีส่วนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจรวมทั้งให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีจนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

อาภาภรณ์ รอยู่

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
สารบัญภาพ.....	๘
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ของการวิจัย.....	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	16
2.4 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี.....	21
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
2.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	33
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	35
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	35
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย.....	40
4. ผลการการศึกษา.....	41

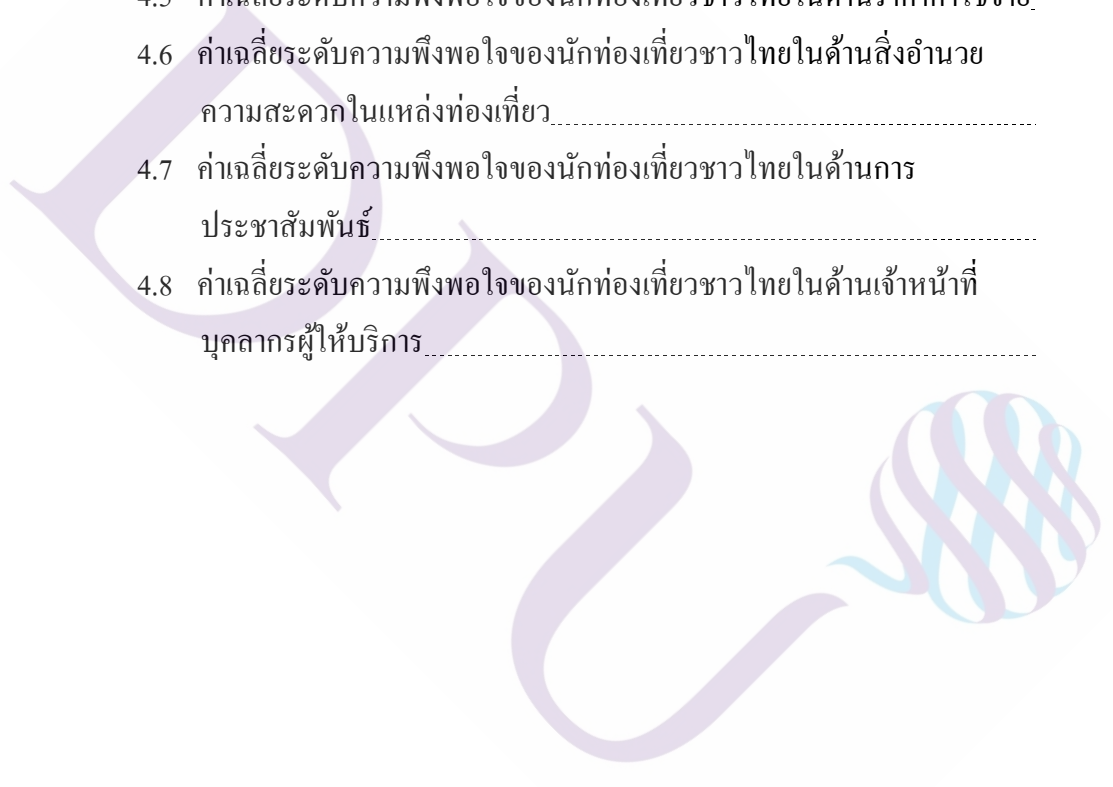
สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	54
5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย.....	54
5.2 การอภิปรายผล.....	55
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	57
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	58
บรรณานุกรม.....	59
ภาคผนวก.....	64
ก แบบสอบถาม.....	65
ข ค่าความเชื่อมั่น.....	71
ประวัติผู้เขียน.....	73



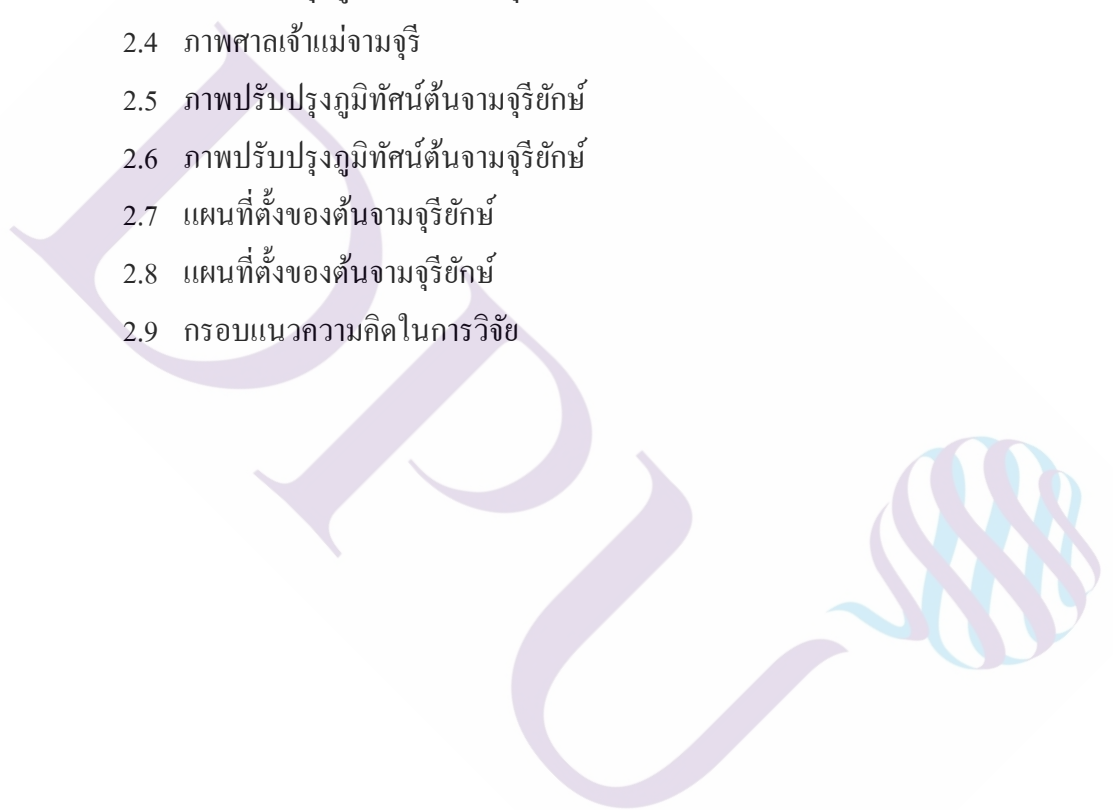
สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	42
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	45
4.3 ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरिख्य อำเภอมือง จังหวัดกาญจนบุรี.....	48
4.4 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านสถานที่.....	49
4.5 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านราคาค่าใช้จ่าย.....	50
4.6 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว.....	51
4.7 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านการประชาสัมพันธ์.....	52
4.8 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรผู้ให้บริการ.....	52



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	4
1.2	5
2.1	22
2.2	22
2.3	23
2.4	24
2.5	24
2.6	25
2.7	25
2.8	26
2.9	34



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันรัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยมีการส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และรายได้ที่มาจากการท่องเที่ยวนั้นกระจายไปสู่ประชาชนทุกระดับ รวมทั้งกระจายไปสู่ภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยยังมีมูลค่ามหาศาล

การท่องเที่ยวจึงเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่น่าไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายทั่วโลก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นตัวดึงดูดเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ โดยจะเห็นได้จากที่รัฐบาลและหน่วยงานของแต่ละประเทศต่างพากันจัดตั้งองค์การด้านการท่องเที่ยวเพื่อหวังที่จะนำประเทศให้มีรายได้ที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ ก่อเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการกระจายพัฒนาและความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสาธารณสุข ปลอดภัย สาธารณสุข ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทั้งนี้เนื่องจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ธุรกิจ โรงแรม การขนส่ง กิจการอาหาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมและของที่ระลึก รวมถึงบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยและก่อให้เกิดการสร้างงาน ส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และถือเป็นอุตสาหกรรมอันดับต้น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับและเผยแพร่ให้ชาวต่างชาติได้รู้จักกับประเทศไทยมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมการสร้างงานและอาชีพให้กับชาวบ้านในแหล่งชุมชนส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเนื่องจากประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย มีศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีที่งดงาม โบราณสถาน ศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์หรืองานสร้างสรรค์ทางศิลปะตลอดจนกิจกรรมที่ผสมผสานอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้หลักของประเทศไทยและสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก

เห็นได้จากจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกรมการท่องเที่ยว พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งสิ้น จำนวน 164.24 ล้านคน ในเดือนมกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นมูลค่าถึง 1,068.20 พันล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

กาญจนบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางที่มีผู้นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะเป็นจังหวัดที่เต็มไปด้วยเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจ เป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ตั้งของสะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็น ป่าเขาลำเนาไพร ถ้ำหรือน้ำตก

กาญจนบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 129 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 19,473 ตารางกิโลเมตร มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ รองจากจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดเชียงใหม่ ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ภูเขาสูง ป่ามีทั้งป่าโปร่ง และป่าดงดิบ มีแม่น้ำสำคัญสองสายคือ แม่น้ำแควใหญ่ และแม่น้ำแควน้อย ซึ่งไหลมาบรรจบรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลอง ที่บริเวณอำเภอเมืองกาญจนบุรี กาญจนบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอบ่อพลอย อำเภอเลาขวัญ อำเภอพนมทวน อำเภอไทรโยค อำเภอสังขละบุรี อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง อำเภอทองผาภูมิ อำเภอด่านมะขามเตี้ย อำเภอหนองปรือ และอำเภอห้วยกระเจา ด้วยความที่เป็นจังหวัดใหญ่ กาญจนบุรีจึงมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหารพันธมิตร เขื่อนศรีนครินทร์ เขื่อนวชิราลงกรณ์ สะพานมอญที่เป็นสะพานไม้ที่ยาวที่สุดในประเทศไทย วัดไผ่ น้ำพุร้อน บาดาล ด่านเจดีย์สามองค์ เขาช้างเผือก น้ำตกไทรโยค น้ำตกห้วยขมิ้น น้ำตกเอราวัณ วัดถ้ำเสือ ด่านจามจุรียักษ์ ฯลฯ

ด่านจามจุรียักษ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของจังหวัดกาญจนบุรีตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง ปัจจุบันเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจและแวะเวียนมาชม เนื่องจากเป็นต้นไม้ที่มีขนาดใหญ่และแตกกิ่งสาขาสวยงาม จึงดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วสารทิศให้แวะมาเยือน ด้วยความที่ต้นไม้มีอายุเก่าแก่มาก ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ บางครั้งรากไม้ที่โผล่พื้นดินได้รับความเสียหายจากนักท่องเที่ยวที่ไปนั่งเหยียบ หรือซูดเอาโซคตามความเชื่อ ประกอบกับเมื่อมีการผูกผ้าสี พอลูกน้ำก็ก่อให้เกิดความชื้นและเชื้อรา ทางกองการสัตว์และเกษตรกรรมที่ 1 สังกัดกรมการสัตว์ทหารบก หน่วยงานเจ้าของพื้นที่จึงร้องขอให้กรมอุทยานสัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเข้ามาปรับปรุงเพื่อไม่ให้ต้นไม้ทรุดโทรมลง จนเป็นปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ ทั้งนี้ ได้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณด่านจามจุรียักษ์ จัดทำบอร์ดควอล์ก

รวมทั้งมีการสร้างระบบสาธารณูปโภคน้ำประปาและไฟฟ้าเข้ามาในพื้นที่ สร้างสวนญี่ปุ่น คอกม้า ปรับปรุงห้องน้ำ ร้านค้า ลานจอดรถ สร้างอาคารกิจกรรมและจุดถ่ายรูปต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การปรับปรุงดังกล่าวยังไม่อาจทำให้ทราบได้ว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ดันจามจूरियักษ์ ณ เวลาปัจจุบัน มากน้อยเพียงใด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวดันจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เพราะการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมที่ถูกปรับปรุง และคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวดันจามจूरियักษ์ จังหวัดกาญจนบุรี ว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร ผลการศึกษาที่ได้ผู้บริหารของภาครัฐและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวดันจามจूरियักษ์ จังหวัดกาญจนบุรี สามารถนำไปกำหนดนโยบายและแผนงานเกี่ยวกับ การพัฒนาสภาพแวดล้อมคุณภาพการบริการและการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่อไป อีกทั้งเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและสร้างความยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวดันจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวดันจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวดันจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็น ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทาง วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว วันที่มาท่องเที่ยว ช่วงเดือนในการท่องเที่ยว งบประมาณในการมาท่องเที่ยว การกลับมาเยือนซ้ำ และจำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวดันจามจूरियักษ์ และด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านราคาค่าใช้จ่าย ด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรผู้ให้บริการและด้านการประชาสัมพันธ์

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษา ณ แหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในกองการสัตว์และเกษตรกรรมที่ 1 (กองผสมสัตว์) กรมการสัตว์ทหารบก ตำบลเกาะสำโรง อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี



ภาพที่ 1.1 ต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ที่มา: จากเว็บไซต์ www.thaiall.com/blog/burin/2163 (เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2562)



ภาพที่ 1.2 แผนที่การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจายอ จังหวัดกาญจนบุรี

ที่มา: จากเว็บไซต์ www.thaiail.com/blog/burin/2163 (เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2562)

3. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวต้นจามจายอ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

1.4 ประโยชน์ของการวิจัย

1. หน่วยงานของรัฐที่กำกับดูแลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจายอ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปกำหนดนโยบายและแผนงานเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวต้นจามจายอ

2. นักวิชาการและนักวิจัยอื่น ๆ สามารถนำข้อค้นพบทางด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจายอ ไปใช้ต่อยอดองค์ความรู้ในการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ต่อไป

3. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจายอ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี และนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทาง

ในการปรับปรุงแก้ไขให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการตอบสนองจากการมาแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการกระทำนั้นอยู่ในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวรู้ตัวและไม่รู้ตัว บุคคลอื่นสามารถสังเกตและไม่สามารถสังเกตการกระทำนั้นได้
3. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อการพักผ่อนจากการทำงานหรือจากการเรียน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี” ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่สำคัญดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.4 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ท่าที ความรู้สึก หรือเจตคติในทางที่ดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบกันระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ 2) ด้านความน่าเชื่อถือ 3) ด้านการตอบสนอง 4) ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และ 5) ด้านการเอาใจใส่ หากการรับรู้คุณภาพบริการนักท่องเที่ยวมากกว่าความคาดหวังคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอยากกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้อีกครั้ง รวมทั้งการแนะนำและบอกต่อในทางบวกต่อผู้อื่นด้วย และเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวน้อยกว่าความคาดหวังคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจน้อยหรือไม่พึงพอใจ และจะไม่เข้ามาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ อีกกล่าวคือคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวนับเป็นปัจจัยสำคัญในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดังนั้นองค์กรที่กำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยวจะมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการคุณภาพของแหล่ง

ท่องเที่ยวเพื่อสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม (Robinson & Etherington, 2006, p.19)

วิรุฬ พรรณณเทวี (2552) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของแต่ละคนว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้ามีคาดหวังมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีก็就会有ความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ก็อาจผิดหวังหรือเกิดความไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนคาดหวังหรือตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

จากที่ได้กล่าวมาสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวภายในของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งที่บุคคลต้องการ ได้รับการตอบสนองตามที่หวังไว้ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าหากความต้องการของบุคคลที่หวังไว้ไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ดังนั้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้นเกิดจากการรับรู้ความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่ได้รับการตอบสนองที่ดีจากสถานที่ องค์กรต่าง ๆ ที่ไปเยี่ยมชมหรือไปใช้บริการ

2.1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานเกี่ยวกับการให้บริการการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและเกิดความประทับใจในการบริการที่ได้รับจนอยากที่จะกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ ความพึงพอใจจึงมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เพื่อให้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพเกิดความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Grigoroudis, 2012, p.36)

2.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

วิธาน จินากักดี (2555) กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญ ๆ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
2. ราคาบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness

to pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตนาของผู้รับบริการที่มีต่อราคาบริการกับคุณภาพการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการ ได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการยอมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ เกิดขึ้นจากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้นผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสันการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัว และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

ความพึงพอใจจึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานเกี่ยวกับการให้บริการ โดยผู้ที่มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความรักและเข้าใจในงานบริการ รวมทั้งจะต้องร่วมมือกันที่จะทำให้งานบริการมีคุณภาพที่ดีเพื่อสนองต่อผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด (Oliver, 2016, p.12)

ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการ (Hirata, 2012, p.26) ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการ ความคาดหวังที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการแต่ละคนอันเนื่องมาจากมีความต้องการและประสบการณ์การเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อระดับความคาดหวังที่จะได้รับคุณภาพการบริการที่ต่างกัน

2. ผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีผลต่อจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านกายภาพและอารมณ์ในขณะที่ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน

3. สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ผู้ใช้บริการย่อมมีความต้องการที่จะได้รับเพียงพร้อมและครบถ้วนในการเข้าไปใช้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนับว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เช่น สภาพแวดล้อม อากาศ บรรยากาศ สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น

2.1.4 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ศรัณยา วรากุลวิทย์ (2546: 104-235) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

1. การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวเกิดจากการที่คนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศและภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งแปลกและแตกต่างจากประสบการณ์เดิม ดังนั้น การคมนาคมขนส่งจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การคมนาคมขนส่งมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ เส้นทาง สถานีขนส่ง ยานพาหนะ ราคา ค่าเดินทางและระบบการขนส่ง

2. การพักผ่อน สถานที่พักผ่อนหรือที่พักแรม หมายถึง โรงแรมหรือสถานประกอบการที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักชั่วคราว และที่พักเหล่านี้เปิดบริการแก่บุคคลทั่วไปตามวิถีทางของการค้า หลังจากนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว ย่อมต้องการพักผ่อนนอนหลับในสถานที่ที่สะดวกสบาย

3. ร้านอาหาร อาหารและเครื่องดื่ม เป็นปัจจัยจำเป็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องบริโภคในแต่ละเวลา และอาหารก็เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ ที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นจุดเด่น สามารถดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

4. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศน์ ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) คือ บุคคลหรือบริษัทที่ซื้อบริการต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกันเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและนำผลิตภัณฑ์นั้นไปจำหน่ายให้แก่ผู้ที่สนใจ

5. แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น รวมทั้งลักษณะทางกายภาพของแต่ละภาคแตกต่างกัน ก่อให้เกิดผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวชมและเกิดความพึงพอใจ

6. สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน และนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้านั้นต่าง ๆ กัน เช่น มีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น จึงซื้อสินค้าที่ระลึก เพื่อระลึกถึงประสบการณ์ที่ดึงดูดลักษณะของสินค้าที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในท้องถิ่นและมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ เมื่อกล่าวถึงผลิตภัณฑ์นี้แล้วเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

7. ความปลอดภัย การที่บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องเกิดความมั่นใจว่า การเดินทางนั้นต้องปลอดภัย หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางนั้น ๆ ต้องปลอดภัย การเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นไม่ได้ถ้านักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ มีอันตราย ความปลอดภัยจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจท่องเที่ยว

8. การอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะสร้างความประทับใจให้แก่ นักท่องเที่ยวให้เกิดภาพพจน์ที่ดีในการเดินทางมาท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความรู้สึกว่าได้รับการต้อนรับด้วยมิตรไมตรีที่อบอุ่น

9. การจัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวไปยัง แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น เช่น การจัดบริการข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมบันเทิง จัดกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน เช่น ตกปลา ปีนเขา เดินป่า ล่องแพ อาบน้ำแร่ ฯลฯ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยวตามองค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization : WTO) ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) หมายถึง การเดินทาง ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเยือนและใช้ช่วงเวลานั่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

วิมล จิโรจน์พันธ์และคณะ (2550) กล่าวว่า โดยทั่วไปการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมชมสถานที่หนึ่ง เพื่อการท่องเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุด ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอาจหมายรวมถึง บุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทางธุรกิจ

ศรัญญา เลิศมนไพโรจน์ (2555, หน้า 21) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การที่มนุษย์เดินทางออกจากที่พักไปยังสถานที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้น ๆ และมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเดินทางไปเยี่ยมชมภูมิทัศน์
2. เดินทางเพื่อไปประชุมสัมมนา
3. เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศาสนา การศึกษา เล่นกีฬา และรักษาสุขภาพ เป็นต้น

วรรณ วลัยวานิช (2555: 7) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่ง ไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ฉะนั้นการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ซึ่งสรุปได้ว่า ความหมายของการท่องเที่ยวนั้นจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยจุดหมายใด ๆ ก็ได้ที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

โดยสรุป การท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวกของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าว ก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

2.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว

(Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) ซึ่งแต่ละองค์ประกอบย่อมมีความสัมพันธ์กันดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

1. แหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Traditional Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิประเทศ (Scenic Attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Other Attractions)

สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่าง ๆ แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปะวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว เป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544)

จากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันและกัน และความสัมพันธ์ระหว่างระบบจะเกิดขึ้นได้ เมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติแล้วทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจะใช้ไม่มีวันหมด เพราะการใช้ทรัพยากรจากการท่องเที่ยวจะต้องใช้ความรู้สึกลงในการสัมผัส โดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรเหล่านั้น

นอกจากนั้นสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้สรุปองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้อย่างน้อย 6 ประเภท ดังนี้

1. ผู้มาเยือน (Visitor) หมายรวมถึง “นักท่องเที่ยว” (Tourist) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืนและ “นักท่องเที่ยว” (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน

2. แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์และ ศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมและ ประเพณีต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งเป็นตัวดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้สามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน สะดวก รวดเร็วและปลอดภัย ประหยัดเวลาและ ตอบสนองความต้องการได้

4. องค์กรภาครัฐซึ่งมีนโยบายสนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันยัง ดูแลรักษาระบบโครงสร้างไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน

5. องค์กรภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจหลากหลายเพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวก แก่นักท่องเที่ยว ให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และสนใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก

6. ประชาชนในท้องถิ่นหรือในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีส่วนสร้างความประทับใจหรือไม่ ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังมีองค์กรประกอบภายนอกประเทศอื่น ๆ อีกมากที่มีส่วนช่วยกระตุ้น สนับสนุนส่งเสริม ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เช่น หน่วยงานรัฐวิสาหกิจของไทย ในต่างประเทศ สมาคม/ชมรม คนไทยในต่างประเทศ ร้านอาหารไทย ชาวต่างชาติที่เคยมาอาศัย และทำงานอยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางกลับไป สถานบันเทิง และ นันทนาการองค์กรอิสระอื่น ๆ ที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงกับประเทศไทย ฯลฯ

2.2.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี (2536, หน้า 11) ได้สรุปบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเพิ่มเติมซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จาก สินค้าออกอื่น ๆ

2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปแบบเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยใน การสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน

3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชาชน อย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว

4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง

5. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์สูงสุด ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่าผลของตัวทวีคูณทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่ายอาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้า อากาศ เหมือนการเกษตรอื่น ๆ

8. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี

9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ

10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนา

11. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพสัมพันธไมตรี และความเข้าใจ อันดีด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมพบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน

สรุปได้ว่า ความสำคัญของการท่องเที่ยวปัจจุบันถือได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง และมีความร่วมมือระหว่างประเทศในอันที่จะสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวได้เห็นและเข้าใจถึงวัฒนธรรมประเพณี นอกจากนั้นทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อน มีประสบการณ์ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ร่วมเดินทางและเพื่อนมนุษย์อีกด้วย

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำ กิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อยครั้ง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของคำว่า พฤติกรรมอาจจะคล้ายคลึงกับคำว่า นิสัยแต่จะแตกต่างกัน เพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ถือว่าเป็นพฤติกรรม

หากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่านิสัย ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behaviour หรือ อเมริกันเรียกว่า Behavior ซึ่งแปลว่า การปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการ หรือการ แสดงออก (สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)

ชวัลนุช อุทยาน (2551) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของ นักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการ กระทำนั้นหรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดย พฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วน พฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้ง ความรู้สึกนึกคิดอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยที่พฤติกรรมภายในจะเป็น ตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

สุรรัตน์ เตชะทวีวรรณ (2554) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือ Tourist Behavior หมายถึง การแสดงออกลักษณะการกระทำของนักท่องเที่ยวนั้น ๆ

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางในแต่ละช่วงของฤดูกาล
- การวางแผนและพัฒนาด้านบริการการท่องเที่ยว
- การวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด
- การวางแผนและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2556) ให้ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การแสดงออก ของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันหรือบ่อยครั้งจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม คนหรือของตน โดยมีปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยส่วนตัว และปัจจัยภายนอก ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนตัว เช่น สุขภาพ รายได้ ทักษะคิด ประสบการณ์ ส่วนปัจจัยภายนอก เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม

สรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยหรือความต้องการของแต่ละ บุคคลมีความแตกต่างกันออกไป แล้วแต่ปัจจัยหรือความต้องการที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว หรือคนใกล้ชิดซึ่งทำให้เกิดความต้องการที่แสดงออกทางความต้องการที่จะท่องเที่ยว และต้องการ ไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ และต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ โดยมีทฤษฎีในเรื่องของ พฤติกรรมที่แสดงออกที่แตกต่างกันในการเรื่องการยอมรับวัตถุ หรือระดับความภูมิใจใน วัฒนธรรมของตนเองที่มีความแตกต่างกัน ในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.3.2 ประเภทของพฤติกรรม

ประสิทธิ์ ทองอ่อน (2552) กล่าวว่า ประเภทของพฤติกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) คือ พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมเท่านั้นที่รู้ได้ บุคคลอื่นที่มีใจเจ้าของพฤติกรรมจะไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรงถ้าไม่แสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก บุคคลอื่นจะรู้พฤติกรรมภายในบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ ก็โดยสันนิษฐานหรือคาดเดาเท่านั้นเอง พฤติกรรมภายในนั้นเป็นกระบวนการทำงานของสมอง (Mental Process) ซึ่งหมายถึงขั้นตอนการทำงานของสมองในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การคิด การตัดสินใจ คำนิยม และแรงบันดาลใจ เป็นต้น

(2) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ได้ต้องอาศัย การสังเกต (Observation) ไม่ว่าจะใช้ประสาทสัมผัสโดยตรงหรือใช้เครื่องมือ (Instrument) ช่วยในการสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูล

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ พฤติกรรมภายใน คือ กระบวนการทำงานของสมอง และพฤติกรรมภายนอกคือ สิ่งที่แสดงออก

2.3.3 องค์ประกอบของพฤติกรรม

Cronbach (1972) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้น เพราะองค์ประกอบต่อไปนี้

(1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม มนุษย์ต้องการทำกิจกรรมเพื่อสนองต่อความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่าง ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ มนุษย์จะมีความต้องการหลาย ๆ อย่าง ในเวลาเดียวกันและมักจะเลือกสนองความต้องการ ที่รีบด่วนก่อนและสนองต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

(2) ความพร้อม (Readiness) หมายถึงระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ มนุษย์ไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ

(3) สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิด โอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

(4) การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่มนุษย์จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

(5) การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

(6) ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

(7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากมนุษย์ไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความผิดหวัง ในกรณีนี้อาจจะต้องย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์เสียใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบของพฤติกรรม ประกอบด้วย ความมุ่งหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลที่ได้รับและปฏิกริยาต่อความผิดหวัง

2.3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2558 : 147) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนจะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรม ตลอดจนการตัดสินใจและการเลือกรูปแบบกิจกรรมที่ต่างกัน ทั้งนี้ ปัจจัยเหล่านั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

(1) ปัจจัยภายใน (Personal Factors) ซึ่งหมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ รูปแบบการดำรงชีวิต แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกภาพ และทัศนคติ

(2) ปัจจัยภายนอก (External Factors) ได้แก่ วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย ชั้นของสังคม กลุ่มอ้างอิง ผู้นำความคิดเห็น และครอบครัว

Kotler (1998 : 205-212) ได้อธิบายเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค (Major Actors Influencing Buying Behavior) 4 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลไว้ด้วยกัน บุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมของเขาภายใต้กระบวนการทางสังคมวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือชนบทรวมประเพณีและชั้นของสังคม 2) ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ 3) ปัจจัยทางด้านบุคคล (Person Factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล และ 4) ปัจจัยทางด้าน

จิตวิทยา (Psychological) การเลือกของบุคคลได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยา 4 อย่าง คือ การสนใจ ความเข้าใจ ความรับรู้ ความเชื่อ ทัศนคติและการเรียนรู้

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าสิ่งที่เกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยในภาพรวมแล้วส่วนใหญ่จะกล่าวถึงปัจจัยภายใน หรือสิ่งที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมใด ๆ ขึ้นจากภายในตัวบุคคลและปัจจัยภายนอก หรือสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวบุคคลนั้น ๆ จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งตามมา โดยผ่านกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ จากนั้นจึงสนองตอบต่อสิ่งต่าง ๆ ออกมาด้วยการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การตัดสินใจเดินทาง การเลือกที่จะทำหรือไม่ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นต้น

2.3.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเหล่านั้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประเภทคือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวไหนดีที่สุดในท้ายที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบายและความเอกริมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์

ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือ การเตรียมวางแผนค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้น ในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะการเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง การอนุญาตเข้าประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน

ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1) ความพึงพอใจ
- 2) ไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นที่ 9 ทักษะคตินักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

2.4 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ต้นจามจूरियักษ์ จังหวัดกาญจนบุรีเป็นอีกหนึ่งแลนด์มาร์คสำคัญของจังหวัดกาญจนบุรี การเดินทางไม่ไกลจากตัวเมืองกาญจนบุรี ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง การเดินทางจากวัดถ้ำมั่งกร สามารถเดินทางเข้าไปในกองการสัตว์และเกษตรกรรมที่ 1 (กองผสมสัตว์) กรมการสัตว์ทหารบก ผ่านวัดถ้ำมูนิย่นาด เมื่อมาถึงกองการสัตว์และเกษตรกรรมที่ 1 จะมีทางแยกให้เลี้ยวขวา แล้วตรงไปสักเล็กน้อยก็จะพบต้นจามจूरियักษ์ อายุกว่า 100 ปี ขนาดใหญ่ 30 คนโอบ สามารถวัดความสูงของต้นจากพื้นดินสู่ออดได้ประมาณ 25.87 เมตร มีเส้นผ่านศูนย์กลางของรุ่มงายาวประมาณ 51.75 เมตร แผ่กิ่งก้านสาขาร่มรื่นอลังการเป็นรูปร่มปกคลุมบริเวณกว้างถึง 1 ไร่ 2 งาน 4 ตารางวา เป็นความภาคภูมิใจอย่างยิ่งของชาวกาญจนบุรี



ภาพที่ 2.1 ต้นจามจรียักษ์

ที่มา: จากเว็บไซต์ komchadluek.net (เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2562)

ปัจจุบันทางจังหวัดกาญจนบุรี ได้ทำทางเดินรอบต้นจามจรียักษ์ เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจส่งผลกระทบต่อรากไม้ ป้องกันนักท่องเที่ยวไม่เดินไปเหยียบรากไม้หรือจุดโศกตามความเชื่อ จึงได้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ใหม่ด้วยการจัดสวนหย่อมขนาดย่อม เพื่อให้มีความสวยงามและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น



ภาพที่ 2.2 ภาพปรับปรุงภูมิทัศน์ต้นจามจรียักษ์

ที่มา: เว็บไซต์ thaiall.com (เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2562)

เมื่อมาถึงภายในบริเวณต้นจามจุรียักษ์จะมีที่จอดรถหลายจุด มีพื้นที่ขายของที่ระลึก สินค้าพื้นเมืองของชุมชน และร้านขายน้ำดื่มตั้งอยู่ด้านหน้าจากนั้นเดินเข้ามาภายในสวนหย่อมขึ้นสะพานไม้ที่ได้จัดทำไว้แบบวงกลมยกสูงเหนือพื้นดินเล็กน้อยแต่ละจุดจัดทำเป็นระเบียบสะพานยื่นออกไปสำหรับเป็นที่นั่งเล่น พักผ่อน จากอากาศที่ร้อนอบอ้าวภายนอก เมื่อได้เข้ามา อยู่ภายใต้ร่มไม้ใหญ่รู้สึกได้ถึงความเย็นสบายและร่มรื่น นั่งเล่น นอนเล่น เดินเล่นรอบสะพานแบบเพลินใจ

นอกจากทางเดินวงกลมรอบต้นจามจุรียักษ์แล้ว ยังมีการทำสะพานทอดยาวเป็นทางเดินให้เป็นพื้นที่ถ่ายรูปเพื่อเป็นการป้องกันนักท่องเที่ยวไม่ให้เหยียบรากต้นไม้ และยังแบ่งพื้นที่ให้เป็นสัดส่วนอีกด้วย อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถนั่งบนขอบสะพานเพื่อถ่ายรูปเก็บบรรยากาศรอบ ๆ อีกทั้งยังมีที่นั่งสำหรับพักผ่อน ถ่ายรูปชมบรรยากาศรอบ ๆ ได้อีกด้วย



ภาพที่ 2.3 ภาพการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณต้นจามจุรียักษ์

ที่มา: จากเว็บไซต์ thaiall.com (เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2562)



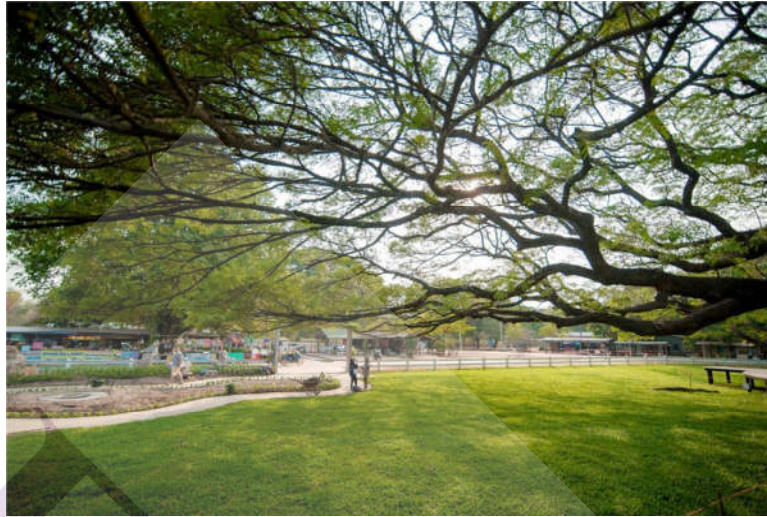
ภาพที่ 2.4 ภาพศาลเจ้าแม่จามจุรี

ที่มา: เว็บไซต์ thaiall.com (เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2562)



ภาพที่ 2.5 ภาพการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณต้นจามจุรียักษ์

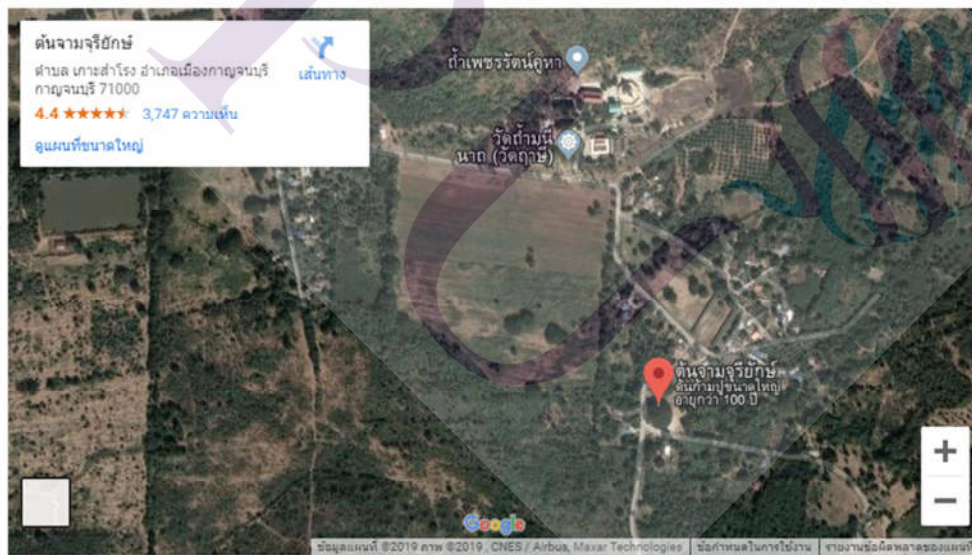
ที่มา: เว็บไซต์ thaiall.com (เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2562)



ภาพที่ 2.6 ภาพการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณต้นจามจุรียักษ์

ที่มา : เว็บไซต์ thaiail.com (เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2562)

แผนที่



ภาพที่ 2.7 แผนที่แสดงที่ตั้งของต้นจามจุรียักษ์

ที่มา : เว็บไซต์ kanchanaburi.center (เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2562)



ภาพที่ 2.8 แผนที่แสดงที่ตั้งของต้นจามจุรียักษ์

ที่มา: เว็บไซต์ wongnai.com (ออนไลน์) (เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ.2562)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี” การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผลงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยนำมาอ้างอิงเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งจะขอนำเสนอดังต่อไปนี้

ผุสดี ภูษณาภิรมย์ (2551) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านความ

เหมาะสมของอัตราค่าบริการผ่านเข้าอุทยานแห่งชาติ (ค่าเฉลี่ย = 4.18) ด้านความสะอาดของห้องน้ำ และห้องสุขา (ค่าเฉลี่ย = 4.03) ด้านความพอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสื่อสาร สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย = 3.97) ผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

พวงพิศ บุญระรัตน์ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม 2) เพื่อศึกษาการรับรู้จริงภายหลังใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม 3) เพื่อศึกษาแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม 4) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด อายุระหว่าง 21-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท และมีอาชีพรับราชการ การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว จากจังหวัดภาคกลาง มีเวลาพักผ่อนท่องเที่ยวในประเทศโดยเฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้ง ซึ่งแต่ละครั้งจะใช้เวลาพักผ่อนท่องเที่ยว 1-2 วัน มีจำนวนผู้เข้าร่วมเดินทางในการพักผ่อนแต่ละครั้งประมาณ 2-3 คน สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศที่ชอบมากที่สุดคือ ทะเล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในปัจจุบัน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีบุคคลแนะนำ และเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเดินทางพักผ่อนท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มีการใช้จ่ายในการเดินทางพักผ่อนท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 1,001 – 3,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม 2-3 วัน จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภาพรวม โดยทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรม ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝากน้อยกว่าการรับรู้จริง สรุปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ขณะที่การรับรู้จริงทั้งด้านสถานที่ จอดรถน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ สรุปผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่จอดรถ

รุ่งกาญจน์ แสวงกาญจน์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง การศึกษาครั้งนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มา

ท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว มีผลการศึกษาพบว่า 1) นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวภายในวัดเนื่องจาก ต้องการมาสักการะรูปหล่อสมเด็จพระพุฒาจารย์โตและเดินทางมาเพื่อต้องการไหว้พระ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวโดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายไปกับค่าพาหนะ ซึ่งระยะทางในการท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวเพราะต้องการไหว้พระและเดินทางสะดวก สำหรับการเข้ามาท่องเที่ยวที่นี้นักท่องเที่ยวจะรับทราบข้อมูลจากญาติ/เพื่อนแนะนำ ส่วนกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่นี้ คือ งานแข่งเรือยาวและการบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยว คือ มีความสะดวกสบายและง่ายในการเดินทาง 2) การศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลแหล่งท่องเที่ยว ณ วัดไชโย วรวิหาร จังหวัดอ่างทอง พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวกมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการร้านอาหาร ด้านบุคลากรให้บริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจปานกลาง 3) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วน อายุ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน 4) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ระยะทางในการท่องเที่ยว การรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของนักท่องเที่ยว 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 6) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ

ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, LSD., Chi-Square และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลงานวิจัยพบว่า 1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อใช้จ่ายใช้สอยหาซื้อสินค้า เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาด้วยกัน 2-5 คน ใช้เวลาในการเที่ยวชม 1-2 ชั่วโมง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,001-1,500 บาท และรู้จักตลาดร้อยปีสามชุก โดยครอบครัว/เพื่อนแนะนำ 2. นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ โดยรวมเห็นด้วยอยู่ระดับมากทุกด้าน 3. นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่ตั้งและความสะดวกด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน 4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำมากถึงปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิกุลแก้ว สุขขำ (2557) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบจำลอง บอกวัตถุประสงค์และวิธีการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำและมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านของผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครอบครัวและเดินทางมาครั้งแรกในการมาท่องเที่ยวในตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำจำลอง

พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี บอกวัตถุประสงค์และวิธีการศึกษาด้วยผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชาวไทยเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-35,000 และให้ระดับความคิดเห็นของปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก และมีความพึงพอใจด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ

กรวรรณ สังขกรและคณะ (2559) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีน ในประเทศไทย หลังกระแสภาพยนตร์ The Lost in Thailand บอกวัตถุประสงค์และวิธีการศึกษาด้วย ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยส่วนใหญ่แล้ว เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก และเดินทางมายังประเทศไทยทาง

เครื่องบินมากที่สุด ใช้เวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1 สัปดาห์ หรือ 7 วัน และส่วนมากใช้บริการ รถตุ๊กตุ๊ก รถแดง เดิน แท็กซี่ รถเช่า (รถจักรยาน) ใช้เป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน คู่สมรส ครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน ส่วนเหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาว จีนสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวตาม คำแนะนำของญาติ เพื่อฝูง ตามคำแนะนำจาก Web site หรือจาก Social Network และเที่ยวตามรอย ภาพยนตร์ ซึ่งจังหวัดที่ นักท่องเที่ยวจีนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยทั้ง กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองไม่ใช่ บริการบริษัททัวร์ ซึ่งระหว่างการท่องเที่ยวใช้อินเตอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ Tablet ในการค้นหาข้อมูล ของสถานที่ท่องเที่ยว แผนที่และการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจ สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกระจายอยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่ เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คอยสุเทพ ประศูท่าแพ ไนท์บาร์ซาร์ ถนนนิมมานเหมินท์ ถนนคนเดิน วัดในเขตคูเมือง วัดพระสิงห์ วัดเจดีย์หลวง ล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกล เดินทางสะดวกสำหรับ นักท่องเที่ยว และตัวนักท่องเที่ยวยังอยาก กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยและอยากแนะนำให้ญาติ เพื่อน และคนรู้จักได้เดินทางมาท่องเที่ยว ประเทศไทยอีก

อัศวิน แสงพิบูล (2560) ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาผลของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต” โดย ตลาคณักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นตลาคณักท่องเที่ยวต่างประเทศที่สำคัญตลาคณักท่องเที่ยวภูเก็ต ภูเก็ต อย่างไรก็ดีตาม ประเด็นเรื่องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีข้อมูลอยู่น้อย ทั้งนี้ การเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำหรือที่เรียกว่า ความภักดีต่อจุดหมายปลายทางเป็นปัจจัยสำคัญทาง การตลาคณในการแข่งขันด้านศักยภาพความดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้บริหาร ค้านการท่องเที่ยวควรเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความภักดี ต่อจุดหมายปลายทาง เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาแผนงานหรือกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มา เยือนซ้ำ ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อความภักดีจุดหมายปลายทางของจังหวัดภูเก็ต ดำเนินการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 225 คน โดยใช้การเลือกสุ่มแบบตามสะดวก และวิเคราะห์ ข้อมูลโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และ ความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จึงได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปฐมา หาเรือนทรง (2560) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาไหว้พระ 9 วัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมาไหว้พระ 9 วัด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาไหว้พระ 9 วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยว 3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการ เดินทางมาไหว้พระ 9 วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ บอกวิธีการศึกษาด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับความพึงพอใจ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (ในวัด) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านบุคลากร พระ เจ้าหน้าที และผู้ประกอบการร้านค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการในการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้าน ค่าใช้จ่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย และสุดท้ายปัจจัยด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก จากผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นประโยชน์ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ภายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้โดยให้หน่วยงานภาครัฐในส่วนของวัฒนธรรมจังหวัด เข้ามา บริหารจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของแหล่งข้อมูลความรู้ที่จะให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้นกว่าเดิม

สิปดา สรรพนิล (พ.ศ. 2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว อ.ขนอม จ.นครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจ และ 3) เพื่อ เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวใน อ.ขนอม จ.นครศรีธรรมราช โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสอบถาม แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอ ขนอม ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มา อ. ขนอมเป็นครั้งแรก ต้องการมาพักผ่อน ท่องเที่ยวเป็นหลัก ส่วนใหญ่เดินทางเป็นกลุ่ม คือ 2-4 คน และกลุ่ม ส่วนใหญ่เดินทางเป็นกลุ่ม คือ 2-4 คน และกลุ่ม ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 3,000 บาท โดยได้รับข้อมูลการ ท่องเที่ยวจากบุคคลอื่นและสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก 2) ความพึงพอใจการท่องเที่ยวขนอมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า พึงพอใจในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านคมนาคม และด้านราคาสินค้าและบริการ พึงพอใจในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านการ

ประชาสัมพันธ์ และด้านความปลอดภัย 3) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยผู้ที่พักใน อ.ขนอม 3 คืนขึ้นไป พึงพอใจมากกว่า ผู้ที่ไม่พักค้างคืน หรือพัก 2 คืน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่ามีความต้องการให้มีการพัฒนาในเรื่อง ระบบการจราจร อ.ขนอม ให้เป็นระเบียบมากยิ่งขึ้นอำนวยความสะดวกที่จอดรถในช่วงเทศกาล โดยเฉพาะพื้นที่ตลาดและชุมชนที่พบปัญหา เช่น การจอดรถซ้อนคัน การตั้งร้านค้าแผงลอยบนท้องถนน รวมถึงการเพิ่มจุดเจ้าหน้าที่ หรือช่องทางในการแจ้งเหตุด่วน เหตุร้ายในกรณีฉุกเฉิน การติดตั้งไฟแสงสว่าง และ CCTV ให้เพียงพอในจุดท่องเที่ยวสำคัญ ๆ และให้ร้านอาหารต่าง ๆ ที่มีรูปแบบหรือมาตรฐานร้านใกล้เคียง ให้จำหน่ายอาหารในราคาที่มีมาตรฐานเดียวกัน

Ealine (1984 : 30-40) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนันทนาการ และสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา” โดยการสำรวจประชาชนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 980 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบความพึงพอใจในการบริการ การนันทนาการและสภาพสวนสาธารณะ พบว่าประชาชนที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมากที่สุดเพศหญิงและเพศชาย ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งทางด้านสภาพพื้นที่และกการนันทนาการ รองลงมาข้าราชการ นักเรียน นักศึกษาสำหรับความคิดเห็นทั่วไป มีความเห็นว่าควรปรับปรุงพัฒนาในด้านให้บริการการรักษาความปลอดภัย และเครื่องอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยมากกว่าที่เป็นอยู่

Meng, Tepanon and Uysal (2008) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นหลักสำคัญทางด้านการตลาดของตลาดการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ทางด้านจุดมุ่งหมายและสิ่งที่ได้รับกลับมาสิ่งที่ดีใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสถานตากอากาศแบบธรรมชาติสามารถตอบโจทย์การพักผ่อน วันหยุดระยะสั้นของครอบครัวได้เป็นอย่างดี ในตะวันออกเฉียงใต้ของเวอจีเนีย ซึ่งถูกใช้เป็น สถานที่ในการศึกษาครั้งนี้ปัจจัยการศึกษาครั้งนี้ใช้ระบุขอบเขตของจุดมุ่งหมายที่คาดไว้และสิ่งที่ได้กลับคืนมารวมถึงแรงดึงดูดต่าง ๆ ปัจจัยที่นำมาอธิบายองค์ประกอบต่าง ๆ ถูกใช้เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงการวัดภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าความเป็นกันเองและคุณภาพการบริการความสามารถในการรองรับด้านที่พักอาศัยเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในทางตรงกันข้ามด้านอาหารและสถานที่ตั้งก็มีความสำคัญเช่นเดียวกันในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวครอบครัวและเพื่อนก็เป็นองค์ประกอบเหมือนกัน

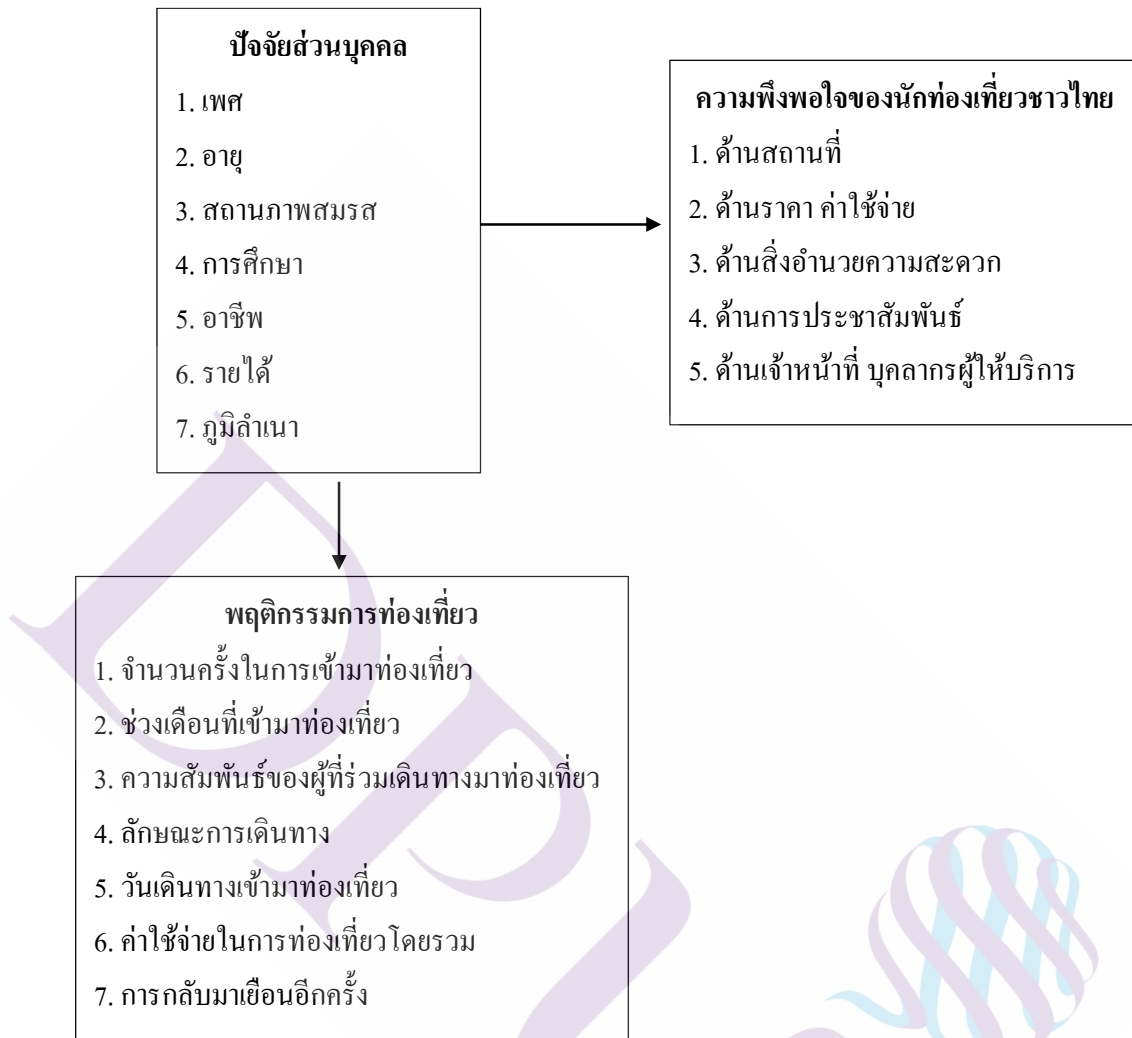
ถึงแม้ว่ามันจะไม่ถูกกำหนดเป็นปัจจัยที่สำคัญก็ตามแต่มันก็ถือเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลอย่างมากใน ด้านแรงจูงใจของการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

สรุปผลการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องของพฤติกรรมและความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่องานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่อ้างอิงในเรื่องความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เช่น ความพึงพอใจต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่พนักงาน และความพึงพอใจต่อกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ และได้ทราบถึงพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ของมนุษย์ ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมในการท่องเที่ยว พฤติกรรมในการซื้อปิ้งหรือการเลือกการที่พักผ่อน เลือกโรงแรม หรือการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงแนวทางในการดำเนินการวิจัย รวมถึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ของการทบทวนงานวิจัยเพื่อมาดำเนินการวิจัยและอ้างอิงหรือเปรียบเทียบกับการงานในอดีตที่ผ่านมา

2.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ และระดับการศึกษา เป็นต้น

เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางมาในแหล่งท่องเที่ยวนั้นแล้ว จึงรับและสัมผัสถึงการจัดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวจึงเกิดความพึงพอใจในระดับที่มากหรือน้อยแตกต่างกัน เปลี่ยนเป็น ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2.9 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีชัย อำเภอมือง จังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีชัย อำเภอมือง จังหวัดกาญจนบุรี ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีชัย โดยดำเนินการตามระเบียบวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.2 การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีชัย จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวน เนื่องจากไม่มีหน่วยงานใดเก็บข้อมูลไว้

3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยจึงใช้สูตรคอเครน (W.G. Cochran, 1953 อ้างใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2556) แบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ &= 384.16 \approx 384 \text{ หน่วย} \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ มีจำนวนเท่ากับ 384.16 จึงปัดเศษเป็น 385 ตัวอย่างและเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 15 ชุด รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยการสุ่มตามสะดวก (Convenience sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่ยินดีและเต็มใจในการให้ข้อมูลให้ครบ 400 คน ในแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ จังหวัดกาญจนบุรี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิดและแบบสอบถามปลายปิด ซึ่งสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยแบบสอบถาม มีลักษณะดังนี้

1) แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยอยู่ในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2) แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-end Questionnaire) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบอย่างอิสระในเรื่องของภูมิลำเนา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ ที่ทำให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ และเกี่ยวกับการพัฒนาหรือปรับปรุงบริเวณต้นจามจूरियักษ์

3) แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ให้คะแนนระดับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้การวัดระดับช่วงหรือ อันตรภาค (Interval Scale) เป็นคำถามแบบใช้สเกลความพึงพอใจ แบ่งเป็น 6 ระดับ (พิมพา หิรัญกิตติ, 2554, หน้า 115) ดังนี้

ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่สามารถประเมินได้	คะแนน = 0 คะแนน
ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด	คะแนน = 1 คะแนน
ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย	คะแนน = 2 คะแนน
ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง	คะแนน = 3 คะแนน
ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก	คะแนน = 4 คะแนน
ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด	คะแนน = 5 คะแนน

และกำหนดกฎเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยการหาพิสัยของคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553, น. 23-24) มีวิธีคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด
0.00 – 0.99	หมายถึง	ไม่สามารถประเมินได้

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งสอบถามออกเป็นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน

ตอนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่ง

ท่องเที่ยวต้นจามจุรีรักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านราคาค่าใช้จ่าย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรผู้ให้บริการ

3.2.2 การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้า เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรง (Validity) โดยเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจแก้ไข แล้วนำมาแก้ไขตามข้อเสนอของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยนำไปดำเนินการทดลอง (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีรักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในการทำ Pre-test จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรที่ศึกษา แต่มีสภาพคล้ายคลึงกัน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น (α) ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งผลของการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งหมดรวมกันได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) เท่ากับ 0.946 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ดังนั้นจึงสามารถยอมรับแบบสอบถามดังกล่าวเพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยต่อไปได้

4. นำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความตรงและความเชื่อมั่นมาปรับปรุงแก้ไขเรื่องการใช้ภาษาอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่างต่อไป

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการศึกษานี้ประกอบไปด้วยข้อมูลจาก 2 แหล่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสารงานวิชาการ สิ่งพิมพ์ บทความ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วน of ข้อมูลปฐมภูมิผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือในนามโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ถึงทางกองการสัตว์และเกษตรกรรมที่ 1 สังกัดกรมการสัตว์ทหารบก หน่วยงานเจ้าของพื้นที่ เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเยือนแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

2. ผู้วิจัยประสานโดยตรงกับหน่วยงานเจ้าของพื้นที่ เพื่อแจ้งความประสงค์และนัดหมายวันเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลให้ทราบ

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขข้อบกพร่องแล้ว ไปดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตามสะดวก (Convenience sampling) ภายในแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

4. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามที่จัดเก็บได้ในแต่ละวัน เพื่อนำเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และเขียนรายงานผลการวิจัยต่อไป

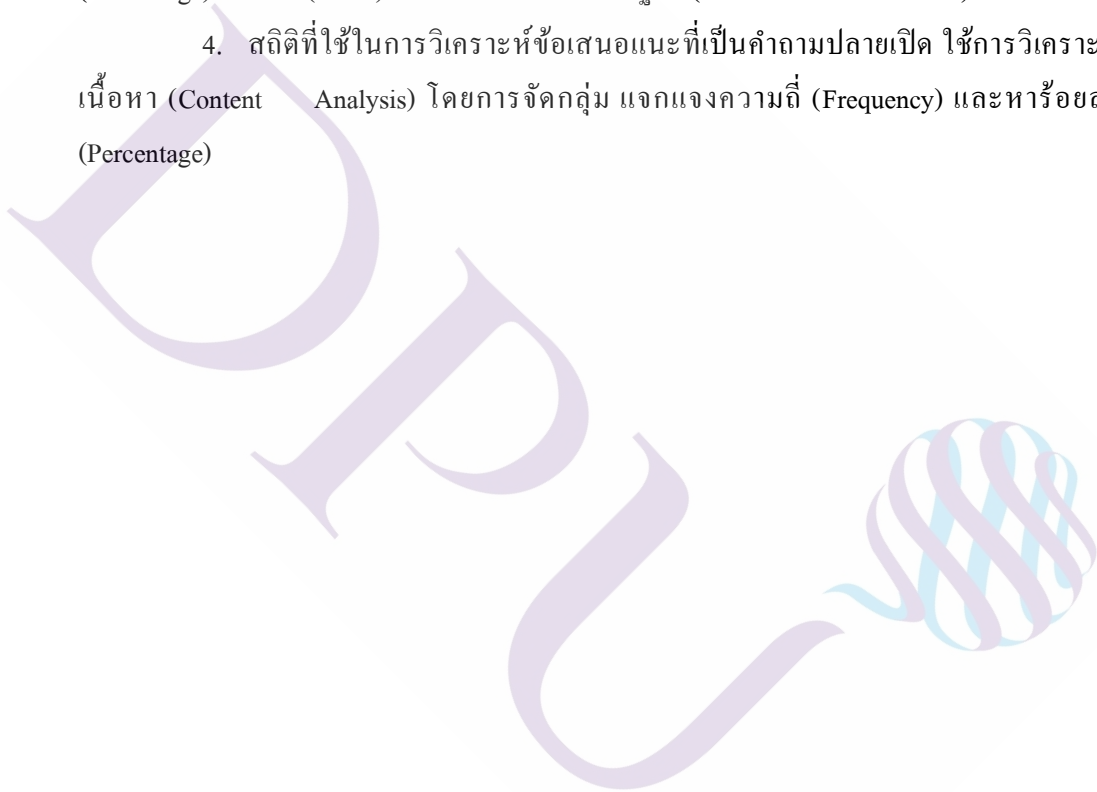
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และความสมบูรณ์ของคำตอบแต่ละฉบับอีกครั้งหนึ่ง หลังจากนั้นจึงทำคู่มือการลงรหัส ของข้อมูลแล้วกรอกลงในแบบฟอร์มการลงรหัสทั่วไป (General Coding Form) ซึ่งเป็นการเตรียมข้อมูลเพื่อส่งไปบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และตารางแสดงความสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.)
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะที่เป็นคำถามปลายเปิด ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดกลุ่ม แจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage)



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยทำการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษาแบ่งออกเป็นตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- (1) ความพึงพอใจด้านสถานที่
- (2) ความพึงพอใจด้านราคา ค่าใช้จ่าย
- (3) ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
- (4) ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์
- (5) ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัยนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ที่มาท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา โดยแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	167	44.30
	หญิง	233	55.70
	รวม	400	100
อายุ	18 – 20 ปี	8	2.00
	21 – 25 ปี	75	18.70
	26 – 30 ปี	224	56.00
	30 – 35 ปี	9	2.30
	36 – 40 ปี	71	17.80
	51 ปีขึ้นไป	13	3.20
	รวม	400	100
สถานภาพสมรส	โสด	280	70.00
	สมรส – อยู่ด้วยกัน	98	24.50
	หย่าร้าง – หม้าย – แยกกันอยู่	22	5.50
	รวม	400	100
ระดับการศึกษา	มัธยมหรือต่ำกว่า	50	12.50
	ปวช.	40	10.00
	ปวส.	22	5.50
	ปริญญาตรี	238	59.50
	ปริญญาโท – สูงกว่าปริญญาโท	50	12.50
	รวม	400	100
อาชีพ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	77	19.30
	พนักงานบริษัทเอกชน	185	46.20
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	103	25.70
	นักเรียน/นักศึกษา	35	8.80
	รวม	400	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	47	11.80
	10,001 – 20,000 บาท	167	41.70
	20,001-30,000 บาท	102	25.50
	30,001-40,000	41	10.20
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	43	10.80
	รวม	400	100
ภูมิลำเนา	สมุทรปราการ	144	36.00
	กรุงเทพมหานคร	125	31.25
	กาญจนบุรี	25	6.25
	ชลบุรี	11	2.75
	นนทบุรี	9	2.25
	นครศรีธรรมราช	9	2.25
	นครพนม	7	1.75
	พระนครศรีอยุธยา	7	1.75
	ร้อยเอ็ด	7	1.75
	ขอนแก่น	6	1.50
	นครปฐม	6	1.50
	นครราชสีมา	6	1.50
	ฉะเชิงเทรา	3	0.75
	ชัยนาท	3	0.75
	เชียงใหม่	3	0.75
	สุพรรณบุรี	3	0.75
	สงขลา	3	0.75
	ราชบุรี	3	0.75
	อุดรธานี	3	0.75

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
ภูมิลาเนา	ตราด	3	0.75
	ยะลา	3	0.75
	ปทุมธานี	3	0.75
	สุราษฎร์ธานี	3	0.75
	สมุทรสาคร	3	0.75
	ปัตตานี	2	0.50
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ มี คุณลักษณะ
ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.7 ต่อร้อยละ
44.3

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ช่วง
อายุ 21 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.7 และช่วงอายุ 8 -20 ปี เป็นช่วงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยว
น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.0

สถานภาพทางการสมรส พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70
รองลงมาคือ สมรส – อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และหย่าร้าง-หม้าย-แยกกันอยู่ ที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวอย่างน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.5

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.5
รองลงมาคือ มัธยมหรือต่ำกว่าและสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 12.5 และปวส. คิดเป็นร้อยละ
12.5 และในระดับ ปวช. เดินทางมาท่องเที่ยวอย่างน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.7 และน้อยสุดเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.8

รายได้ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ
20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.5 และคนที่มียาได้ 30,001 – 40,000 บาท เดินทางมา
ท่องเที่ยวอย่างน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.2

ภูมิลาเนา แยกเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดที่พบนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ จังหวัดสมุทรปราการ คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 31.25 กาญจนบุรี คิดเป็นร้อยละ 6.3 และจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดคือ ปัตตานี คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในประเด็นเหล่านี้จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่เดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว งบประมาณที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และการกลับมาเยือนซ้ำ โดยแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว	ไม่เคยมา	164	41.00
	เคยมา 1 ครั้ง	143	35.75
	เคยมา 2 ครั้ง	53	13.25
	เคยมา 3 ครั้ง	10	2.50
	เคยมาตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป	30	7.50
	รวม	400	100
ช่วงเดือนที่มักเดินทางมาท่องเที่ยว	เมษายน – มิถุนายน	66	16.5
	กรกฎาคม – กันยายน	38	9.5
	ตุลาคม – ธันวาคม	122	30.5
	ไม่เคยมา	87	21.75
	รวม	400	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนพฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย	มาคนเดียว	54	13.5
	มากับญาติหรือคนในครอบครัว	121	30.25
	มากับเพื่อน	94	23.5
	คนรัก/คู่รัก	104	26.0
	อื่น ๆ	27	6.75
	รวม	400	100
วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว	รถโดยสารประจำทาง	81	20.25
	รถส่วนบุคคล	265	66.25
	รถนำเที่ยว/ทัวร์	0	0
	รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล	13	3.25
	รถยนต์เช่า	14	3.5
	รถจักรยานยนต์เช่า	0	0
	อื่น ๆ	27	6.75
	รวม	400	100
วันที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยว	วันธรรมดา จันทร์-ศุกร์	174	43.5
	วันเสาร์	40	10.0
	วันอาทิตย์	52	13.0
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	134	33.5
	รวม	400	100
งบประมาณที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 1,500 บาท	121	30.20
	1,501 – 2,000 บาท	66	16.50
	2,001 – 2,500 บาท	81	20.30
	2,501 – 3,000 บาท	40	10.00
	มากกว่า 3,000 บาท	92	23.00
	รวม	400	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนพฤติกรรมगतท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ	กลับมา	334	83.50
	ไม่กลับ	66	16.50
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ ดังนี้

จำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยมา (ร้อยละ 41.0) รองลงมา คือ เคยมา 1 ครั้ง (ร้อยละ 35.75) และน้อยที่สุดเคยมา 3 ครั้ง (ร้อยละ 3.5)

ช่วงเดือนที่มักเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคมมากที่สุด (ร้อยละ 30.5) รองลงมาคือช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม ร้อยละ 21.75 และไม่เคยมา (ร้อยละ 21.75) ช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน (ร้อยละ 16.5) และช่วงเดือนกรกฎาคม - กันยายนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อยที่สุด (ร้อยละ 9.5)

ในเรื่องบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากับญาติหรือคนในครอบครัว มากที่สุด ร้อยละ 30.25 รองลงมาคือ คนรัก/คู่รัก และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ เช่น คนขับรถ (ร้อยละ 6.8)

สำหรับวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มาด้วยรถส่วนบุคคล (ร้อยละ 66.25) รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง (ร้อยละ 20.25) และที่ใช้น้อยที่สุดคือ รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล (ร้อยละ 3.3)

วันที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มักเดินทางมาในวันธรรมดา จันทร์ - ศุกร์ (ร้อยละ 43.5) รองลงมาคือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ (ร้อยละ 33.5) วันอาทิตย์ และที่เดินทางมาน้อยที่สุดคือวันเสาร์ (ร้อยละ 10.0)

ในเรื่องงบประมาณที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณต่ำกว่า 1,500 บาท (ร้อยละ 30.2) รองลงมาคือ มากกว่า 3,000 บาท (ร้อยละ 23.0) และงบประมาณที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำสุดคือ 2,501 - 3,000 บาท (ร้อยละ 10.0)

และในเรื่องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำพบว่า ส่วนใหญ่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก (ร้อยละ 83.5) มีเพียง (ร้อยละ 16.5) เท่านั้นที่คิดว่า จะไม่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จากค่าเฉลี่ย 6 ระดับและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดเกณฑ์การ แปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	0.00 – 0.99	หมายถึง	ไม่สามารถประเมินได้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ลำดับ	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ด้านสถานที่	3.93	.616	มาก
2	ด้านราคา ค่าใช้จ่าย	3.21	.581	ปานกลาง
3	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.32	.618	ปานกลาง
4	ด้านการประชาสัมพันธ์	3.42	.802	มาก
5	ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ	3.26	.853	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม		3.43	0.568	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.43$) ต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี หากพิจารณาในข้อย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากในด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.93$) รองลงมา ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.42$) และที่เหลืออีก 3 ด้าน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านสถานที่

ลำดับ	ระดับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีรักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีในด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ความสวยงามของต้นจามจุรีรักษ์	4.34	.745	มากที่สุด
2	ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.24	.805	มากที่สุด
3	ความสวยงามของภูมิทัศน์	4.17	.823	มาก
4	จำนวนของร้านขายของที่ระลึก	3.70	.826	มาก
5	ความสะอาดของสถานที่	3.90	.653	มาก
6	ความเป็นระเบียบของสถานที่	3.87	.619	มาก
7	กิจกรรมเสริมในสถานที่ เช่น การแสดงของนักเรียน	3.31	1.292	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม		3.93	0.616	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากในด้านของสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีรักษ์ (\bar{X} = 3.93) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความสวยงาม (\bar{X} = 4.34) และความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (\bar{X} = 4.24) ส่วนในด้านอื่น ๆ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่องกิจกรรมเสริมในสถานที่ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.31)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านราคา ค่าใช้จ่าย

ลำดับ	ระดับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีในด้านราคาค่าใช้จ่าย	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ราคาของสินค้าหรือของที่ระลึก	3.17	.526	ปานกลาง
2	ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม	3.17	.526	ปานกลาง
3	ความคุ้มค่าต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.43	.766	มาก
4	ราคาของค่าบริการอื่น ๆ เช่น ชีมน้ำ	3.09	.885	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม		3.21	0.581	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากในด้านราคา ค่าใช้จ่าย ของแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ (\bar{X} = 3.21) โดยมีความพึงพอใจมากในเรื่องความคุ้มค่าต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.43) และอีก 3 ด้าน มีความพึงพอใจปานกลาง ในด้านราคาของสินค้าหรือของที่ระลึก, ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม (\bar{X} = 3.17) และ ในด้านราคาของค่าบริการอื่น ๆ เช่น ชีมน้ำ (\bar{X} = 3.09)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ลำดับ	ระดับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ป้ายบอกทิศทางมายังต้นจามจूरียักษ์	3.35	.886	ปานกลาง
2	ป้ายบอกระยะทางมายังต้นจามจूरียักษ์	3.16	.948	ปานกลาง
3	ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ	3.56	.676	มาก
4	ความเพียงพอของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.30	.644	ปานกลาง
5	ความสะอาดของร้านอาหาร	3.36	.661	ปานกลาง
6	คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม	3.33	.598	ปานกลาง
7	ศูนย์บริการ/ข้อมูลการท่องเที่ยว	3.29	.873	ปานกลาง
8	ความเพียงพอของห้องสุขา	3.22	.769	ปานกลาง
9	ความสะอาดของห้องสุขา	3.26	.780	ปานกลาง
10	ป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับต้นจามจूरียักษ์	3.42	.973	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.32	0.618	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจปานกลางใน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ ($\bar{X}= 3.32$) โดยในประเด็นย่อยนั้นมีความพึงพอใจมากในเรื่องความเพียงพอของสถานที่จอดรถ ($\bar{X} = 3.56$) และป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับต้นจามจूरียักษ์ ($\bar{X} = 3.42$) ส่วนอีก 8 ด้าน ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านการประชาสัมพันธ์

ลำดับ	ระดับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีในด้านการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ความหลากหลายของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ต้นจามจूरียักษ์	3.32	.837	ปานกลาง
2	ความง่ายในการค้นหาข้อมูลต้นจามจूरียักษ์จากอินเทอร์เน็ต	3.53	.858	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.42	0.802	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากในด้านการประชาสัมพันธ์ (\bar{X} = 3.42) โดยในประเด็นย่อยนั้นมีความพึงพอใจมากในด้านความง่ายในการค้นหาข้อมูลต้นจามจूरียักษ์จากอินเทอร์เน็ต (\bar{X} = 3.53) ในประเด็นย่อยนั้นมีความพึงพอใจปานกลางในเรื่องความหลากหลายของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ต้นจามจूरียักษ์ (\bar{X} = 3.32)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากร ผู้ให้บริการ

ลำดับ	ระดับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีในด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรผู้ ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ	3.09	.881	ปานกลาง
2	ความเต็มใจของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ/ความช่วยเหลือ	3.19	.842	ปานกลาง
3	ความสุภาพของเจ้าหน้าที่	3.15	1.115	ปานกลาง
4	การดูแลรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่	3.15	1.116	ปานกลาง
5	อธยาศัยที่ดีของผู้ประกอบการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม	3.46	.813	มาก
6	อธยาศัยที่ดีของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก/ของฝาก	3.53	.973	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.26	0.853	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจปานกลางในด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ (\bar{X} = 3.26) โดยในประเด็นย่อยนั้นมีความพึงพอใจมากในเรื่อง

อธยาศัยที่ดีของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก/ของฝาก ($\bar{X} = 3.53$) และอธยาศัยที่ดีของผู้ประกอบการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.46$) ส่วนอีก 4 ด้าน ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ในส่วนของคำถามเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีรักษ์ อำเภอเมืองจังหวัดกาญจนบุรี สิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีรักษ์ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่ามีที่นั่งสำหรับพักผ่อนมีความร่มรื่น (ร้อยละ 35.50) มีกิจกรรมการแสดงและกิจกรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ (ร้อยละ 26.25) มีความเป็นกันเองของบรรดาพ่อค้า แม่ค้า (ร้อยละ 20.75) และไม่ระบุเหตุผล (ร้อยละ 17.50)

นักท่องเที่ยวชาวไทยยังได้เสนอแนะในเรื่องการพัฒนาหรือปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีรักษ์เพิ่มเติมในเรื่องการเพิ่มจุดถ่ายรูป (ร้อยละ 27.50) คน และเพิ่มร้านกาแฟ (ร้อยละ 27.50) นอกจากนี้ยังมีในเรื่องของความสะอาดของห้องน้ำและทางเดิน (ร้อยละ 20) คน อยากให้ปรับปรุงร้านค้าให้ดูดี (ร้อยละ 14.50) และให้มีการเพิ่มร้านอาหาร (ร้อยละ 10.50)



บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี” ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และเสนอข้อเสนอนี้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ ดังนี้

5.1.1 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดสมุทรปราการมากที่สุด โดยเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26 – 30 ปี มากที่สุด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,000-20,000 บาท

5.1.2 ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวต้นจามจूरียักษ์นั้นพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวยังต้นจามจूरียักษ์ และส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เดินทางมาครั้งแรก นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ต้นจามจूरียักษ์ส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคมมากที่สุด รองลงมาคือเดือนมกราคม – มีนาคม และเดินทางมากับญาติหรือบุคคลในครอบครัว รองลงมาคือเดินทางมากับคนรัก/คู่รัก และจะใช้วิธีการขับรถส่วนตัวมาเอง นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชอบเดินทางมาท่องเที่ยวในวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์มากที่สุด และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้งบประมาณในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,500 บาท และส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

5.1.3 ในประเด็นเรื่องระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากในแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ หากพิจารณารายด้าน พบว่า สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านด้านการประชาสัมพันธ์ ในขณะที่ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านราคา ค่าใช้จ่ายนั้น นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยต่าง ๆ ในแต่ละด้านของความพึงพอใจพบว่า ในปัจจัยปัจจัยด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดใน ความสวยงามของต้นจามจूरียักษ์และ ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในเรื่อง ความง่ายในการค้นหาข้อมูลต้นจามจूरียักษ์จากอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในเรื่องความเพียงพอของสถานที่จอดรถและป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับต้นจามจूरียักษ์ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในเรื่อง ทัศนียภาพที่ดีของผู้ประกอบการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม และร้านขายของที่ระลึก/ของฝาก และลำดับสุดท้ายปัจจัยด้านราคา ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในเรื่อง ความคุ้มค่าต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว

5.1.4 ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า สิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ ที่ทำให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ ได้แก่ การได้รับความสะดวกและได้รับการต้อนรับจากพ่อค้าแม่ค้าเป็นอย่างดี การมีกิจกรรมการแสดงท้องถิ่นที่น่าสนใจ การมีที่นั่งพักผ่อน ความร่มรื่นของสถานที่ และความเป็นกันเองของพ่อค้าแม่ค้า

ในประเด็นเรื่องการพัฒนาหรือปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเสนอแนะว่า ควรปรับปรุงซ่อมแซมห้องน้ำ เพิ่มปริมาณห้องน้ำให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรวมถึงความปลอดภัย และควรเพิ่มร้านค้า ร้านอาหารให้นักท่องเที่ยวได้นั่งพักผ่อน เพื่อชมวิวของต้นจามจूरียักษ์

5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

5.2.1 จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังต้นจามจूरียักษ์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวยังต้นจามจूरียักษ์ และเป็นผู้ที่เดินทางมาครั้งแรก ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ กรวรรณ สังขกรและคณะ (2559) กล่าวว่า การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีน ในประเทศไทย หลังกระแสภาพยนตร์ The Lost in Thailand (2559) และพบว่าใหญ่แล้ว เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก ในเรื่องของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังต้นจามจूरียักษ์ส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวกับญาติหรือบุคคลในครอบครัว ด้วยการขับรถส่วนตัวมาเอง โดยกล่าวว่า ได้รับข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว คนรัก และเพื่อน ประกอบการเรียนรู้ แรงจูงใจ ประสบการณ์ และทัศนคติของตนในการกลั่นกรองข้อมูลซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อัครฤทธิ หอมประเสริฐ (2543: 16) กล่าวว่า การค้นหาข้อมูล การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ จะตัดสินใจซื้อ จะพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บริการข้อมูลโฆษณา จากสื่อวารสาร โทรทัศน์ หรือวิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์นั้นควรให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลเป็นสำคัญ เนื่องจากบุคคลอ้างอิงเหล่านั้นมีส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์และบอกกล่าวเชิญชวนในการเดินทางมาเที่ยวยังต้นจามจूरียักษ์ได้ ทั้งนี้ หลักสำคัญคือการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความใกล้ชิดตลอดการเดินทาง เพื่อให้ นำความประทับใจกลับไปบอกต่อและเชิญชวนให้บุคคลใกล้ชิดได้เดินทางมาท่องเที่ยว

5.2.2 จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานที่และด้านการประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า แหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งจะทำให้รู้สึกผ่อนคลายและได้รับอากาศบริสุทธิ์ และเป็นจุดเช็คอินถ่ายรูปของจังหวัดกาญจนบุรี อีกด้วย อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คงสภาพความเป็นธรรมชาติที่สวยงาม จึงมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคา ค่าใช้จ่าย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อบริการนักท่องเที่ยว ได้มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร

ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยและได้รับบริการที่ไม่ประทับใจ อาจเป็นเหตุทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีความสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2549: 17) ที่กล่าวไว้ว่า คนมีความต้องการอยู่เสมอ ไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดตอบสนองแล้ว ก็จะเกิดความต้องการอย่างอื่นต่อไปเรื่อย ๆ ไม่จบสิ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐม หาเรื่อนทรง (2560) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (ในวัด) และพึงพอใจมากในเรื่องการตลาดและประชาสัมพันธ์

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังต้นจามจุรียักษ์ ดังนั้นจึงควรมีการทำการประชาสัมพันธ์ทำการตลาดทางการท่องเที่ยวเพื่อใช้แหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นแบรนดของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากคนส่วนใหญ่อาจจะยังไม่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวนี้ เพราะส่วนใหญ่คนเดินทางมาจะนิยมมาล่องแพ หรือเที่ยวน้ำตก ดังนั้น หากมีการประชาสัมพันธ์ สร้างการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้จุดขายที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้นได้ และจะสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้อีกด้วย

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสถานที่ ด้านราคา ค่าใช้จ่าย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านสถานที่ โดยภาพรวม ควรช่วยกันรักษาไว้เพื่อคงสภาพความเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้ได้ดั้งเดิมมากที่สุด ควรปรับปรุงร้านค้า และร้านขายของที่ระลึกให้ดูน่าสนใจมากกว่านี้
2. ด้านราคา ค่าใช้จ่าย โดยภาพรวม ราคาของสินค้า ของที่ระลึก มีความเหมาะสม แต่ควรปรับปรุงด้านคุณภาพของที่ระลึกให้ดูน่าสนใจมากกว่านี้ ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เหมาะสมคุ้มค่ากับการเดินทางมาท่องเที่ยว
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม ควรเพิ่มป้ายบอกทางให้มากขึ้น หรือทำป้ายบอกทางให้ชัดเจน สังเกตได้ง่าย ควรเพิ่มห้องสุขาเพื่อให้เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

4. ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวม ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ของการแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ทราบว่าช่วงเวลาใด จะมีกิจกรรมการแสดง เป็นต้น

5. ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ โดยภาพรวม เจ้าหน้าที่ควรมีการเตรียมความพร้อมของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มีความเอาใจใส่เต็มในการให้บริการ/ความช่วยเหลือการดูแลรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ ให้มากขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
2. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरियักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี





บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรวรรณ สังขกรและคณะ. (2559). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีน ในประเทศไทย หลังกระแสภาพยนตร์ The Lost in Thailand*. ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว. สถาบันวิจัยสังคม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย*. สืบค้น 19 กันยายน 2562, จาก <http://www.2tat.or.th>. <http://www.thai.unesco.org.com>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2558. *ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี*. สืบค้น 19 กันยายน 2562, จาก <http://thai.tourismthailand.org/kanchanaburi>.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2558). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชวัลนุช อุทยาน การท่องเที่ยว มทร.กรุงเทพ. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. สืบค้น 2 พฤษภาคม 2561, จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com>.
- นิคม จารุมณี. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2559). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปฐมมา หาเรือนทรง. (2560). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาไหว้พระ 9 วัดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประสิทธิ์ ทองอ่อน. (2542). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน*. กรุงเทพฯ: เจริญเวลการศึกษ.
- ศุสดี ภูชฎาภิรมย์. (2551). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรประภา ไชยอนุกุล. (2557). *คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

- พวงพิศ บุญระรัตน์. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใน
จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิกุลแก้ว สุขขำ (2557). ความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำ
แบบจำลอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2549). น.17. การพัฒนาหลักสูตรและสื่อการสอนหน่วยที่ 8 –
15. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2556). น.599. การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งกาญจน์ แสวงกาญจน์. (2550). ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง. รายงานวิจัย. สำนักงาน
คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
- ลิปดา สรรพนิล, (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
อ.ขนอม จ.นครศรีธรรมราช. บทความวิชาการค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ.
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณางษ์วานิช. (2555). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- วิธาน จินาภักดิ์. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตก
เอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ.
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิมล จิโรจน์พันธ์และคณะ. (2550). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ไคมอน อิน บิสซิเนส เวิร์ด.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2552). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงาน
กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศรัณญา เลิศมนไพโรจน์. (2555). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคก
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรัณญา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าปรีณดี้ง.
- ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ. (2553). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหาร
จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี. กรุงเทพฯ.

- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). *รายงานขั้นสุดท้าย การดำเนินการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สมบัติกาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี. (2562). *แผนที่การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ จังหวัดกาญจนบุรี*. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2562, จาก <https://kanchanaburi.mots.go.th>.
- สำนักงานปลัดและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *ต้นจามจूरียักษ์*. สืบค้น 19 กันยายน 2562, จาก <https://www.thaiail.com/blog/burin/2163>.
- สุริรัตน์ เตชาทวีวรรณ. (2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. (เอกสารประกอบการสอน). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2543) น.16. *การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ประเภทธุรกิจ แฟรนไชส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- อัศวิน แสงพิบูล. (2560). *การศึกษาผลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต*. คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ภาษาต่างประเทศ

- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.
- Cronbach,L., J. (1972). *Essentials of Psychology Testing*. 5th ed. New York : Harper Coollin.
- Ealine, R. (1984, April). Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York *Dissertation Abstracts International*. 44(10): 1120-1128A.
- Grigoroudis, E. (2012). *Customer satisfaction evaluation*. New York: Sringer.
- Hirata. (2012). *Customer Satisfaction planning: ensuring product quality and safety within you MRP/ERP systems*. New York: CRC Press.

- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. C. (1998). *Marketing for hospitality and tourism*. (3rd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Meng, Tepanon and Uysal (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: the tourism and hospitality. *Journal of vacation marketing*. (14,1), pp. 41-56.
- Oliver, R. L. (2016). *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*. (2nd ed.). Armonk, N.Y. : M.E. Sharpe.
- Robinson, S., & Etherington. (2006). *Customer loyalty: a guide for time travelers*. New York: Palgrave Macmillan.





DRU

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนสำคัญของการศึกษาวิจัยของนักศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ข้อมูลและความคิดเห็นของท่านจากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์หาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจूरียักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

ท่านเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อการให้ข้อมูลซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ข้อมูลของท่านถือเป็นสิ่งสำคัญและจะจัดเก็บข้อมูลเป็นความลับ

ขอขอบพระคุณท่านในความกรุณาและความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

อาภาภรณ์ รอยู่

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน

1. ท่านเคยมาท่องเที่ยวที่นี่กี่ครั้ง(ไม่รวมครั้งนี้)

1. ไม่เคยมา (หากตอบข้อนี้ไม่ต้องทำข้อ 2) 2. เคยมา 1 ครั้ง
3. เคยมา 2 ครั้ง 4. เคยมา 3 ครั้ง 5. เคยมาตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไป

2. หากท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่หลายครั้งแล้ว ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่ในช่วงเดือนใด

1. มกราคม – มีนาคม 2. เมษายน – มิถุนายน
3. กรกฎาคม – กันยายน 4. ตุลาคม – ธันวาคม

3. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่กับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. มาคนเดียว 2. มากับญาติหรือคนในครอบครัว
3. มากับเพื่อน 4. คนรัก/คู่รัก
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่ด้วยวิธีใด

1. รถโดยสารประจำทาง 2. รถส่วนบุคคล
3. รถนำเที่ยว/ทัวร์ 4. รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล
5. รถยนต์เช่า 6. รถจักรยานยนต์เช่า
7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่ในวันใด

1. วันธรรมดา จันทร์ - ศุกร์ 2. วันเสาร์
3. วันอาทิตย์ 4. วันหยุดนักขัตฤกษ์

6. ท่านใช้งบประมาณเท่าไรในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่ (นับจากเดินทางมาจากบ้าน/ภูมิลำเนา)

1. ต่ำกว่า 1,500 บาท 2. 1,501 – 2,000 บาท
3. 2,001 – 2,500 บาท 4. 2,501 – 3,000 บาท
5. มากกว่า 3,000 บาท

7. หากมีโอกาสดู ท่านจะกลับมาเยือนที่นี่อีกหรือไม่

1. กลับมา
3. ไม่กลับมา เพราะ (โปรดระบุเหตุผล).....

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรีรักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

(กรุณาเลือกเพียงคำตอบเดียว)

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ					ไม่สามารถประเมินได้
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ด้านสถานที่						
1.1 ความสวยงามของต้นจามจุรีรักษ์						
1.2 ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว						
1.3 ความสวยงามของภูมิทัศน์						
1.4 จำนวนของร้านค้าของที่ระลึก						
1.5 ความสะอาดของสถานที่						
1.6 ความเป็นระเบียบของสถานที่						
1.7 กิจกรรมเสริมในสถานที่ เช่น การแสดงของนักเรียน						
2. ด้านราคาค่าใช้จ่าย						
2.1 ราคาของสินค้าหรือของที่ระลึก						
2.2 ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม						
2.3 ความคุ้มค่าต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว						
2.4 ราคาของค่าบริการอื่น ๆ เช่น จักรเย็บผ้า						
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว						
3.1 ป้ายบอกทิศทางมายังต้นจามจุรีรักษ์						
3.2 ป้ายบอกระยะทางมายังต้นจามจุรีรักษ์						
3.3 ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ						
3.4 ความเพียงพอของร้านอาหารและเครื่องดื่ม						
3.5 ความสะอาดของร้าน อาหาร						

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ					ไม่สามารถ ประเมินได้
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
3.6 คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม						
3.7 ศูนย์บริการ/ข้อมูลการท่องเที่ยว						
3.8 ความเพียงพอของห้องสุขา						
3.9 ความสะอาดของห้องสุขา						
3.10 ป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับต้นจามจุรียักษ์						
4. ด้านการประชาสัมพันธ์						
4.1 ความหลากหลายของรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์ต้นจามจุรียักษ์						
4.2 ความง่ายในการค้นหาข้อมูลต้นจามจุรียักษ์จากอินเทอร์เน็ต						
5. ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรผู้ให้บริการ						
5.1 ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ให้บริการ						
5.2 ความเต็มใจของเจ้าหน้าที่ในการ ให้บริการ/ความช่วยเหลือ						
5.3 ความสุภาพของเจ้าหน้าที่						
5.4 การดูแลรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่						
5.5 ทัศนคติที่ดีของผู้ประกอบ การ ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม						
5.6 ทัศนคติที่ดีของผู้ประกอบ การร้านขาย ของที่ระลึก/ของฝาก						

สิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ ที่ทำให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์

.....

.....

ท่านอยากให้แหล่งท่องเที่ยวต้นจามจุรียักษ์มีการพัฒนาหรือปรับปรุงอะไรเพิ่มขึ้นบ้าง

.....

.....

ขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

DR

ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่น



ค่าความเชื่อมั่น

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	400	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	400	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.895	.919	42

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวอาภาภรณ์ รอยู่

วัน/เดือน/ปีเกิด

เกิดวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2535

ภูมิลำเนา

จังหวัดร้อยเอ็ด

ที่อยู่ปัจจุบัน

2001/34 หมู่บ้านเอื้ออาทร เทพารักษ์ 1 หมู่ที่ 7
ซอยศรีสมิตร ถนนเทพารักษ์ ตำบลเทพารักษ์
อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ
รหัสไปรษณีย์ 10270

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2558 ระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
(วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ)

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
สาขาวิชาเทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์
บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัดมหาชน
ตำแหน่ง Officer (สาขาเมกาบางนา)