



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

ในจังหวัดมหาสารคาม

Satisfaction of Thai tourists towards

Maha Sarakham Province

อิทธิชัย แก่นวงศ์คำ

การศึกษาค้นคว้านี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2563

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว
ในจังหวัดมหาสารคาม

อิทธิชัย แก่นวงศ์คำ

การศึกษาค้นคว้านี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2563

**Satisfaction of Thai Tourists towards
Maha Sarakham Province**

Ittichai Kaenwongkam

**A Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement
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 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด
มหาสารคาม


เสนอโดย นายอิทธิชัย แก่นวงศ์คำ


สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิณ แสงพิกุล


ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณ ศิลปอาษา)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิณ แสงพิกุล)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชวงค์)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูชวงค์)

วันที่เดือนพ.ศ. 2563

หัวข้อการศึกษาครั้งนี้ว่า	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม
ชื่อผู้เขียน	อิทธิชัย แก่นวงศ์คำ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน แสงพิกุล
สาขาวิชา	การจัดการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดมหาสารคามและเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ รายได้ ระยะเวลาที่พัก และภูมิลำเนา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 400 คน โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาด้านบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ และด้านการคมนาคม ตามลำดับ การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามระยะเวลาที่พัก โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Term Paper Title Satisfaction of Thai tourists towards Maha Sarakham Province
Author IttichaiKaenwongkam
Thesis Advisor Assoc. Prof. Dr. AsawinSangpikul
Department Tourism Management
Academic Year 2020

ABSTRACT

This study aimed to study satisfaction of Thai tourists towards tourist attractions in Maha Sarakham Province and to compare satisfaction of Thai tourists classified by personal factors following: sex, age, income, during of accommodation, and domicile. Questionnaire was used to collect the data from 400 Thai tourists who came travel in Maha Sarakham Province, which were Accidental Sampling.

The result founded that the tourists were satisfied on tourist attractions the most. The tourists also satisfied on services, facilities, products and services, and The transportation respectively. Comparison of The Satisfaction by sex was founded statistic significant differences 0.05. The differences by age was founded statistic significant differences 0.05. The differences by average monthly income was founded statistic significant differences 0.05. And differences between during of accommodation was founded statistic significant differences 0.05.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้า เรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม” ครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิณ แสงพิบูล ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำในการทำการศึกษา ค้นคว้า ให้ความรู้ด้านวิชาการ และข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ค้นคว้า ในครั้งนี้ ผู้ทำการศึกษาซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และได้นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาได้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดมหาสารคามทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์จนส่งผลให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ได้ให้โอกาสในการศึกษาตลอดมา ขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัวที่เป็นกำลังใจ สนับสนุน จนประสบความสำเร็จ

อิทธิชัย แก่นวงศ์คำ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 สมมติฐานของการศึกษา.....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.6 นิยามศัพท์.....	3
1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดมหาสารคาม.....	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	18
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	32
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	39
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	56
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย.....	56
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	56
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	57
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการศึกษา.....	60
4.1 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดมหาสารคาม.....	60
4.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่ง ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระยะเวลาที่พัก และภูมิลำเนา.....	71
5 สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	77
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	77
5.2 อภิปรายผล.....	79
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	81
บรรณานุกรม.....	84
ภาคผนวก.....	89
ประวัติผู้เขียน.....	94

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	60
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	61
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	61
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	62
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	62
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อการ ท่องเที่ยว 1 ครั้ง.....	63
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการ ท่องเที่ยวและเข้าพักอยู่ในจังหวัดมหาสารคามของนักท่องเที่ยว.....	64
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีในการเดินทาง.....	64
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่ร่วมเดินทาง.....	65
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยว.....	65
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา.....	66
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่มาท่องเที่ยว..	66
4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึง พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านแหล่งท่องเที่ยว.....	67
4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึง พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการคมนาคม.....	68
4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึง พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสินค้าและบริการ.....	69
4.16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึง พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว.....	70

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านบริการ.....	71
4.18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ.....	72
4.19 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ โดยรวม.....	72
4.20 การเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ รายคู่.....	73
4.21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม.....	73
4.22 การเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายคู่.....	74
4.23 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระยะเวลาที่พัก โดยรวม.....	75
4.24 การเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระยะเวลาที่พัก รายคู่.....	76

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	5
2.1 แบบจำลองของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	34



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เศรษฐกิจทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นดัชนีวัดสถานะทางเศรษฐกิจและอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ หากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่สดใสก็จะส่งผลดีทางด้านเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตและการสร้างงานของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในแต่ละปีที่ผ่านมา และเป็นที่ยกย่องกันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด ยิ่งเทคโนโลยีด้านการคมนาคมขนส่งก้าวหน้ามากเพียงใดก็ยิ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายวงกว้างออกไป อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของนานาประเทศในปัจจุบัน (ณรงค์ฤทธิ์ เรียมศรี, 2554) นอกจากการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม บทบาทที่เด่นชัด บทบาทหนึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจซึ่งอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ที่สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ (ฉันทขจรวรรณอม, 2552)

จังหวัดมหาสารคาม ตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สะดืออีสาน) มีพื้นที่ 5,291.683 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ และมีประชากรจำนวน 963,072 คน จังหวัดมหาสารคามจัดเป็นเมืองรองทางการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณี ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากมาย เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง สินค้าที่ระลึก นับได้ว่าจังหวัดมหาสารคามมีสภาพเศรษฐกิจที่ดี (ชฎิล มาตรา, 2559) แต่ถึงอย่างไรก็ตามจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามยังมีจำนวนน้อย แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่ตั้งอยู่ห่างไกลกัน ต้องใช้เวลาในการเดินทาง และเหมาะกับการท่องเที่ยวในช่วงเวลาสั้นๆ

(ลินจง โพชารี, 2559) จังหวัดมหาสารคาม มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดและมีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมไปท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ วนอุทยาน โกสุมพิเชตห้ามล่าสัตว์ป่าคุนลำพัน อุทยานวังมัจฉา สะพานไม้วัดป่าวังเกาะแก่ง สะพานไม้แกดำ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประเพณีและวัฒนธรรม ได้แก่ งานนมัสการพระธาตุนาดูน งานบุญเบิกฟ้า งานออนซอนกลองยาว งานประเพณีแข่งเรือยาว ลอยกระทง ล่องเรือไฟ งานบุญพาข้าวลึง หรือบุญเลี้ยงอาหารลึง พระพุทธมงคล พระพุทธมิ่งเมืองหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “หลวงพ่อยืน” และวัดป่าวังน้ำเย็น

สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม ในปี พ.ศ. 2562 พบว่า มีนักท่องเที่ยวรวม 656,356 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 647,555 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 0.06 มีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย ในปี พ.ศ. 2562 เป็นเงิน 1,068.7 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 จำนวน 28.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.74 (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และมีแนวโน้มว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเยือนจังหวัดมหาสารคามเพิ่มมากขึ้น

จังหวัดมหาสารคาม ประสบปัญหาในการเป็นเมืองท่องเที่ยวรอง เป็นเพียงแหล่งท่องเที่ยวสำหรับเป็นเส้นทางผ่าน มีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มากนัก อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งอยู่ห่างไกลกัน ส่งผลให้ไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งผลวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามเพิ่มมากขึ้น เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงประชาชนทั่วไปและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามมากขึ้นในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ รายได้ ระยะเวลาที่พัก และภูมิลำเนา

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาที่พักต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ในช่วงระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2562
2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
 - 2.1 ตัวแปรอิสระประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระยะเวลาที่พัก และภูมิลำเนา
 - 2.2 ตัวแปรตามด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านคมนาคม ด้านสินค้าและบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดมหาสารคาม สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการแก้ไข

ปรับปรุง เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2. เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนด้านนโยบาย มาตรการ และกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามมากยิ่งขึ้น

1.6 นิยามศัพท์

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ผู้ที่มีสัญชาติไทย และมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมายังจังหวัดมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การพักผ่อนหย่อนใจ ประชุมสัมมนา ทักษะศึกษา ก็นับว่าเป็นนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ระดับของความรู้สึกที่ดี ทศนคติที่ดี ที่เป็นความรู้สึกในการยอมรับ ความพึงพอใจ ความประทับใจ และความคาดหวังทั้งก่อนและหลังการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดมหาสารคาม ใน 5 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ที่มีความพร้อมด้านต่างๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวสวยงาม สะอาด

2.2 ด้านคมนาคม หมายถึง การคมนาคมทางบก การเดินทางบนถนน ที่มี การเดินทางสะดวก มีป้ายบอกเส้นทางชัดเจน

2.3 ด้านสินค้าและบริการ หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมีความเหมาะสม เช่น ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รวมถึงค่าของฝาก ของที่ระลึก

2.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำสะอาดและเพียงพอ ที่จอดรถเพียงพอและสะดวก มีร้านอาหาร มีร้านจำหน่ายสินค้า

2.5 ด้านการบริการ หมายถึง บุคลากรเต็มใจให้บริการ มีการดูแลนักท่องเที่ยว

3. แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ที่เฉพาะ และมีวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

4. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระยะเวลาที่พัก และภูมิลำเนา

4.1 เพศ หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง

4.2 อายุ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป และเป็นผู้มีสัญชาติไทย

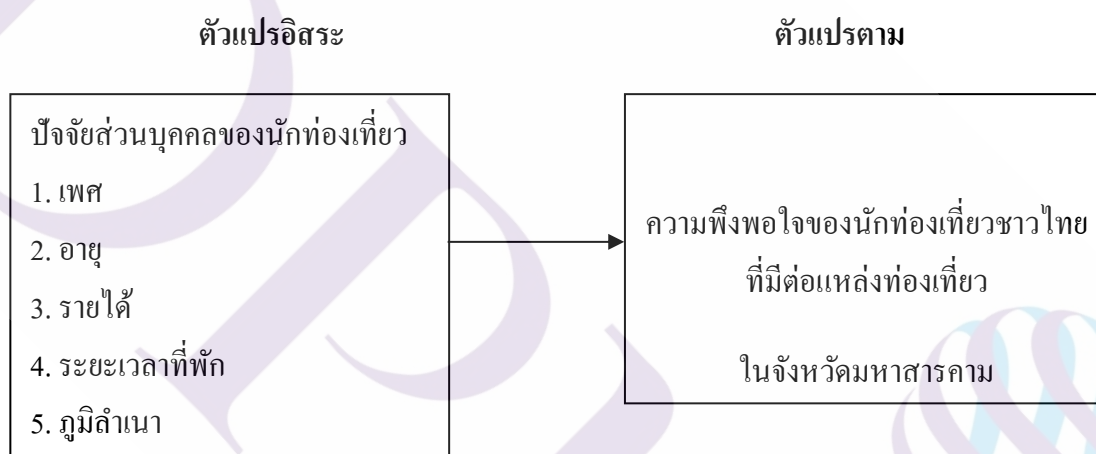
4.3 รายได้ หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม

4.4 ระยะเวลาที่พัก หมายถึง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวและเข้าพักอยู่ในจังหวัดมหาสารคาม ของนักท่องเที่ยว

4.5 ภูมิลำเนา หมายถึง ที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามสำเนาทะเบียนบ้าน

1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดมหาสารคาม
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดมหาสารคาม

2.1.1 ความเป็นมาของจังหวัดมหาสารคาม

จังหวัดมหาสารคาม เป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ตะวันออกเฉียงเหนือ) เป็นมหาราชอาณาจักรที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) ทรงพระราชทานให้เป็นชื่อเมืองครั้งทรงโปรดเกล้าฯ ตั้งเมืองเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2408 มีความหมายว่า ถิ่นฐานที่อุดมสมบูรณ์ด้วยความ ดินงามทั้งปวง มีท้าวมหาชัย (กวาด) เป็นเจ้าเมือง

ท้าวมหาชัย (กวาด) ได้พาผู้คนออกจากเมืองร้อยเอ็ดมาทางทิศตะวันตก ประมาณ 1,000 เส้น จึงหยุดตั้งอยู่บริเวณที่ดอน แล้วจัดพิธีการฝังเสาหลักเมือง บริเวณนั้น ได้สร้างวัดชื่อ วัดดอนเมือง แต่ราษฎรนิยมเรียกว่า “วัดข้าวฮ้าว” อยู่ได้ประมาณ 6 เดือน เห็นว่าขาดแคลนแหล่งน้ำ จึงย้ายมาตั้งระหว่างคูขยงใหญ่กับหนองกระทุ่ม ซึ่งเป็นชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่บ้างแล้ว คือบ้านจาน ประกอบกับห่างออกไปเล็กน้อยทางทิศตะวันตกก็มีหนองหัวช้าง (บริเวณทิศใต้ของวัดนาควิชัย) และถัดจากหนองกระทุ่มออกไปเล็กน้อยก็เป็นห้วยกะคาง นับว่าเป็นชัยภูมิที่มีแหล่งน้ำสมบูรณ์ จึงได้ตั้งเป็นเมืองมหาสารคาม มีพระเจริญราชเดช (กวาด) เป็นเจ้าเมืองคนแรก ส่วนท้าวบัวทองได้พาผู้คนจำนวนหนึ่งไปตั้งถิ่นที่อยู่บริเวณบ้านลาดริมฝั่งลำน้ำชี ตามที่ตนเห็นเหมาะสมและเสนอตั้งเป็นเมืองตั้งแต่แรก โดยเมืองมหาสารคามเมื่อแรกตั้งยังตั้งอยู่ในความดูแลบังคับบัญชาของพระขัติยวงษา (จัน) เจ้าเมืองร้อยเอ็ด

พุทธศักราช 2456 หม่อมเจ้าพนมมาศ นวรัตน์ ได้รับการแต่งตั้งเป็นปลัดมณฑลประจำจังหวัด โดยความเห็นชอบของพระมหาอำมาตยาธิบดี (เส็ง วิริยะศิริ) และได้ย้ายศาลากลางจังหวัดมาตั้ง ณ ที่ศาลากลางหลังเดิมหรือที่ว่าการอำเภอเมืองมหาสารคามในปัจจุบัน ต่อมาในปีพุทธศักราช 2542 ได้ย้ายศาลากลางจังหวัดมาตั้งอยู่ ณ ที่ปัจจุบัน คือ บริเวณถนนเลี้ยวเมืองมหาสารคาม – ร้อยเอ็ด ตำบลแวงน่าง อำเภอเมืองมหาสารคาม จากอดีตจนถึงปัจจุบันจังหวัดมหาสารคาม มีผู้ดำรงตำแหน่งเจ้าเมืองและผู้ว่าราชการจังหวัด รวม 49 คน (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม, 2561)

2.1.2 ด้านภูมิศาสตร์

จังหวัดมหาสารคาม ตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพื้นที่ 5,291.683 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,307,301.87 ไร่ ลักษณะภูมิประเทศ โดยทั่วไปของจังหวัดมหาสารคาม เป็นพื้นที่ค่อนข้างราบเรียบถึงลูกคลื่นลอนลาด พื้นที่โดยทั่วไปมีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 130-230 เมตร ด้านทิศตะวันตกและทิศเหนือเป็นที่สูงในเขตอำเภอโกสุมพิสัย อำเภอเชียงยืน และอำเภอกันทรวิชัย ครอบคลุมพื้นที่ประมาณครึ่งหนึ่งของพื้นที่จังหวัด และค่อยๆ ลาดเทมาทางทิศตะวันออกและทิศใต้มีลำน้ำสำคัญสายหลักไหลผ่าน ได้แก่ ลำน้ำชี มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ทางทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดกาฬสินธุ์ ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดบุรีรัมย์ ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดกาฬสินธุ์ และจังหวัดร้อยเอ็ด ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดบุรีรัมย์

2.1.3 ด้านภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศของจังหวัดมหาสารคามมีลักษณะฝนตกสลับกับอากาศแห้ง (Wet and dry climate) มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ประมาณ 118 มิลลิเมตร/ปี อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีอยู่ที่ประมาณ 27.98 องศาเซลเซียส ในช่วงเดือนเมษายนของทุกปีจังหวัดมหาสารคามจะมีอุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ยประมาณ 39 องศาเซลเซียส ส่วนอุณหภูมิต่ำสุดวัดได้ในช่วงเดือนมกราคม อยู่ที่ประมาณ 15 องศาเซลเซียส อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดทั้งปีอยู่ที่ประมาณ 27 องศาเซลเซียส

มีฤดูกาลต่างๆ แบ่งเป็น 3 ฤดู คือ

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมไปจนถึงเดือนมิถุนายน

ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กรกฎาคมไปจนถึงเดือนตุลาคม

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนไปจนถึงเดือนกุมภาพันธ์

2.1.4 ด้านประชากร

มีประชากรจำนวน 963,072 คน เป็นชาย จำนวน 472,797 คน และเป็นหญิง จำนวน 490,275 คน (ข้อมูล ณ ธันวาคม 2560 กรมการปกครอง)

2.1.5 ด้านการปกครอง

แบ่งการปกครองแบ่งออกเป็น 13 อำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล 123 แห่ง เทศบาลเมือง 1 แห่ง เทศบาลตำบล 18 แห่ง และหมู่บ้าน 1,944 หมู่บ้าน (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม, 2561) อำเภอในจังหวัดมหาสารคาม ได้แก่

1. อำเภอเมืองมหาสารคาม
2. อำเภอบรบือ
3. อำเภอนาแก
4. อำเภอโกสุมพิสัย
5. อำเภอกันทรวิชัย
6. อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย
7. อำเภอเชียงยืน
8. อำเภอนาเชือก
9. อำเภอนาคู
10. อำเภอแกลง
11. อำเภอขามเฒ่า
12. อำเภอโกสุมพิสัย
13. อำเภอชื่นชม

2.1.6 ด้านการคมนาคม

จังหวัดมหาสารคาม ไม่มีทางรถไฟตัดผ่าน และยังไม่มีท่าอากาศยาน การคมนาคมจึงมีเพียงทางรถยนต์เท่านั้น

รถยนต์จากกรุงเทพฯ เส้นทางที่สะดวกและสั้นที่สุด คือ ใช้เส้นทางถนนพหลโยธินเข้าสู่จังหวัดสระบุรี และเลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนมิตรภาพ ผ่านจังหวัดนครราชสีมา เข้าสู่จังหวัดขอนแก่น แล้วเลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนแจ้งสนิท จนกระทั่งเข้าสู่จังหวัดมหาสารคาม

2.1.7 ด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดมหาสารคาม เป็นจังหวัดที่บรรยากาศของเมืองที่สงบเงียบและเรียบง่ายตามแบบฉบับของเมืองอีสาน ปัจจุบันมีความสำคัญในฐานะเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาแห่งหนึ่งของภูมิภาค เนื่องจากมีสถาบันการศึกษามากมาย จึงได้ชื่อว่าเป็น “ตักศิลาแห่งอีสาน” รวมถึงมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณี ผู้ที่มาเยี่ยมชมเมืองมหาสารคามจึงได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชาวอีสานที่เรียบง่ายนับเป็นเสน่ห์ที่หายากในสังคมเมืองในด้านประวัติศาสตร์นั้น มหาสารคามเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานเมืองหนึ่ง ปัจจุบัน

นับเป็นเมืองศูนย์รวมวัฒนธรรมของชาวอีสาน เนื่องจากชาวเมืองมีที่มาจากหลายชนเผ่า เช่น ชาวไทยพื้นเมืองที่พูดภาษาอีสาน ชาวไทยย้อ และชาวผู้ไทย ประชาชนใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย มีการไปมาหาสู่และช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกันตามแบบของคนอีสานทั่วไป

มหาสารคามนับเป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญ เนื่องจากพบชุมชนโบราณหลายแห่ง ทั้งชุมชนบ้านเชียงเหียนและหมู่บ้านปั้นหม้อของชาวบ้านหม้อ ตำบลเวา อำเภอเมืองฯ รวมทั้งพบศิลปะสมัยทวารวดีและอิทธิพลของวัฒนธรรมขอม เช่น กู่สันตรัตน์ กู่บ้านเวา กู่บ้านแดง และกู่อื่นๆ รวมถึงเทวรูปและเครื่องปั้นดินเผาที่พบอยู่ทั่วไปในหลายพื้นที่ของจังหวัด จึงนับได้ว่าจังหวัดมหาสารคามมีทรัพยากรการท่องเที่ยว (Maha Sarakham Attractions) ที่โดดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณี และเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวยังสามารถสัมผัสกับวิถีชีวิตชาวอีสานอันเรียบง่ายและบริสุทธิ์ เป็นเสน่ห์ที่นับวันจะหาได้ยากในสังคมเมืองปัจจุบัน ซึ่งจังหวัดมหาสารคาม มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประเพณีและวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รายละเอียดดังนี้

2.1.7.1 แหล่งท่องเที่ยวทางประเพณีและวัฒนธรรม

1) งานนมัสการพระธาตุนาดูนและประเพณี 12 เดือน อำเภอนาดูน เป็นงานประเพณีประจำปี ซึ่งจัดขึ้นในช่วงวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี เป็นสถานที่ค้นพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์โบราณคดี บริเวณที่ตั้งขององค์พระธาตุนาดูน แต่เดิมเป็นที่นาของนายทองดี ประวะภูตา ราษฎรหมู่บ้านนาดูน อันเป็นที่ตั้งเดิมของเมืองโบราณนครจำปาศรี ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2522 มีการขุดพบสถูปบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ขนาดเท่ากับเมล็ดข้าวสารหักสีขาวขุ่นคล้ายแก้วมุกดา ซึ่งบรรจุในพอบซ้อนกันสามชั้น ชั้นในเป็นทองคำ ชั้นกลางเป็นเงิน และชั้นนอกเป็นสำริด รวมถึงพระพุทธรูป พระพิมพ์หลายแบบจำนวนมาก เมื่อกรมศิลปากรมาสำรวจพบว่า บริเวณนี้เดิมเป็นที่ตั้งของเมืองโบราณนครจำปาศรี ซึ่งมีความสำคัญในฐานะศูนย์กลางพุทธศาสนาและวัฒนธรรมตั้งแต่สมัยทวารวดี ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 13-15 ต่อมาจึงได้สร้างองค์พระธาตุนาดูนขึ้นในบริเวณที่ขุดพบสถูป องค์พระธาตุมีความสูง 50.50 เมตร ภายในประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุที่ขุดพบก่อสร้างแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2530 เป็นปูชนียสถานที่สร้างขึ้นเพื่อสืริมงคลแก่ภูมิภาค พื้นที่โดยรอบได้ถูกพัฒนาเพื่อเป็นศูนย์กลางส่งเสริมกิจการพระพุทธศาสนาและศิลปวัฒนธรรม ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงเรียกขานว่าเป็น “พุทธมณฑลอีสาน” รอบองค์พระธาตุมีบริเวณกว้างขวางจัดแต่งเป็นสวนรุกขชาติ ปลูกต้นไม้ในพุทธประวัติ นับเป็นสถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา คู่บ้านคู่เมืองของชาวมหาสารคาม

รูปลักษณะพระธาตุนาดูน จำลองแบบจากสถูปสำริดที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ฐานประยุกต์แบบศิลปะทวารวดี ฐานกว้าง 35.70 X 35.70 เมตร มีความสูงจากฐานถึง

ยอด 50.50 เมตร ฐานรากและโครงสร้างทั่วไปเป็นคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งหมด ผนังภายนอก พระธาตุส่วนใหญ่ทำด้วยหินล้างเบอร์ 4 บางแห่งฉาบปูนเรียบสีขาว มีลวดลายลวดบัว เสาบัวต่างๆ จำลองแบบพระเครื่องพิมพ์ต่างๆ ที่ขุดพบมาประดิษฐานพระธาตุจำนวน 32 รูป และมีมารแบกขึ้น เป็นแบบนูนสูงประดับที่ฐานจำนวน 40 ตัว ตัวองค์พระธาตุจะแบ่งออกเป็น 16 ชั้น ลักษณะการก่อสร้างแบบคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งหมดภายในโปร่ง

ชั้นที่ 1 คือ ส่วนฐานที่เป็นองค์พระธาตุมีลักษณะกลม มีพื้นทางเดิน โดยรอบ และมีซุ้มประตูลายปูนปั้น 4 ประตูประจำทิศ ผนังประดับด้วยกระเบื้องด้านเกวียนศิลปะของภาคอีสาน พื้นปูด้วยกระเบื้องเซรามิกหกเหลี่ยม ผนังทั่วไปทำด้วยหินล้าง

ชั้นที่ 2 สูงจากชั้นที่หนึ่ง 5 เมตร มีเจดีย์องค์เล็กประจำทิศเหนือทั้ง 4 และพระพุทธรูปประจำซุ้ม 4 องค์ ผนังประกอบด้วยปูนปั้นเป็น รูปเสามิบัวเหนือเสา พื้นปูด้วยกระเบื้องเซรามิกหกเหลี่ยม ผนังทั่วไปทำด้วยหินล้างและประดับกระเบื้องด้านเกวียน

ชั้นที่ 3 สูงจากชั้นที่สอง 4.80 เมตร มีเจดีย์องค์เล็กประจำทิศเฉียง 4 องค์ เช่นเดียวกับชั้นที่ 2 พื้นปูด้วยกระเบื้อง เซรามิกหกเหลี่ยม

ชั้นที่ 4 สูงจากชั้นที่สาม 1.60 เมตร ประกอบด้วยฐาน 8 เหลี่ยม เป็นชั้นเริ่มต้นของ ตัวองค์พระธาตุ โครงสร้างประกอบ

ชั้นที่ 5 สูงจากชั้นที่สาม 1 เมตร ประกอบด้วยฐานบัวกลม ชั้นที่ 5 ถึงชั้นที่ 10 มีความสูง 11 เมตรเป็นตัวองค์ระฆังของพระธาตุ โดยเฉพาะชั้นที่ 8 จะเป็นชั้นที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ

ชั้นที่ 10 มีลักษณะองค์ระฆัง เป็นชั้นบัลลังก์

ชั้นที่ 11 ถึงชั้นที่ 14 มีความสูง 4.60 เมตร เป็นชั้นบัลลังก์ประกอบด้วย ลักษณะทรงกลมมีลายปูนปั้นเป็นกลีบบัว

ชั้นที่ 14 ถึงชั้นที่ 16 มีความสูง 6.80 เมตร เป็นชั้นปล้องไฉน มีทั้งหมด 6 ปล้อง

ส่วนชั้นที่ 16 ถึงยอดคือ ปลียอด มีชั้นปลี ชั้นลูกแก้ว และชั้นฉัตรยอด ส่วนฉัตรยอดด้วยโมเสกแก้วสีทอง

ในทุกๆ ปี จะมีการจัดงานนมัสการพระธาตุนาคูน เพื่อส่งเสริมกิจกรรมเนื่องในวันมาฆบูชา เป็นประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาของภาคอีสาน เพื่อเป็นการนมัสการองค์พระธาตุ ในงานมีขบวนแห่ประเพณี 12 เดือน การแสดงตำนาน นครจำปาศรี

2) กุ้งสันตรัตน์ บ้านกู่โนนเมือง ตำบลกู่สันตรัตน์ อำเภอนาคูน จัดเป็นโบราณสถานที่เป็นศาสนสถานประจำโรคยศาล (สถานพยาบาล) สร้างเนื่องในพุทธศาสนาลัทธิ

มหายาน สร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 18 สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 แห่งอาณาจักรเขมร ประกอบไปด้วย

(1) ปราสาทประธาน ก่อด้วยศิลาแลง แผนผังรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุมหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ก่อมุขยื่นด้านหน้า ผนังด้านทิศเหนือและทิศใต้ก่อเว้นเป็นช่องหน้าต่าง มุขมีหลังคารูปโค้งทรงประทุน ปราสาทประธานก่อเป็นผนังทึบทั้งสามด้านโดยทำเป็นประตูหลอก

(2) บรรณาลัย ก่อด้วยศิลาแลง เป็นอาคารรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศตะวันตก ด้านหน้าก่อเป็นมุขสั้นๆ ตั้งอยู่ทางมุมทิศตะวันออกเฉียงใต้ของปราสาทประธาน

(3) โคปุระหรือประตูซุ้ม ก่อด้วยศิลาแลง ตั้งอยู่กึ่งกลางของแนวกำแพงแก้วด้านทิศตะวันออก มีลักษณะแผนผังเป็นมุขสามด้าน คือด้านทิศเหนือ ทิศตะวันตก และทิศใต้ ที่ด้าน ทิศตะวันออกและทิศตะวันตกมีบันไดขึ้น-ลง หลังคาทรงโค้งประทุน

(4) กำแพงแก้ว ก่อด้วยศิลาแลง สร้างต่อเนื่องจากประตูซุ้มทิศตะวันออกล้อมรอบปราสาทประธาน และบรรณาลัย ชั้นบนสุดของแนวกำแพงมีร่องรอยการสกัดสำหรับวางทับหลังกำแพง

(5) สระน้ำ อยู่บริเวณด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือนอกกำแพงแก้ว มีแผนผังรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ลึกประมาณ 2 เมตร ขอบสระกรุด้วยศิลาแลงซ้อนลดหลั่นลงไปจนถึงก้นสระ

3) วัดหนองहुलिंग ตั้งอยู่ที่ตำบลมิตรภาพ อำเภอแกดำ เป็นวัดที่มีชื่อเสียงของมหาสารคาม ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2476 วัดหนองहुलिंगมีการสร้างโบสถ์อย่างสวยงามในรูปทรงเรืออนันตนาคราชสี่เหลี่ยมทองอร่าม พร้อมมณฑลต่างๆ ที่สวยงามและวิจิตรบรรจง ทุกส่วนของอุโบสถจะแฝงไว้ด้วยปริศนาธรรม ดังนี้

ทางขึ้นลงอุโบสถมี 4 ทิศ หมายถึง อริยสัจ 4 คือ ความจริงอันประเสริฐ ประกอบด้วย ทุกข์ สมุทัย นิโรธ มรรค

กำแพงแก้วด้านข้างทั้ง 4 ทิศรอบอุโบสถ เป็นรูปพระยานาคราช ที่แผ่พังพาน 5 เศียร หมายถึงศีล 5 เตือนใจให้พุทธศาสนิกชนประพฤติปฏิบัติอยู่ในศีล 5 ข้อ

รูปปั้นที่เป็นหงส์บริเวณส่วนท้ายเรือ เปรียบเสมือนการประทับประคองให้

มูมอุโบสถทั้ง 4 ทิศ ก็มีรูปปั้นท้าวจตุโลกบาล ยืนรักษาการคุ้มครองป้องกันอันตรายสิ่งที่ไม่ดีไม่สามารถกล้ากรายเข้าไปภายในเขตพระอุโบสถได้

ทางเข้าอุโบสถเรียกว่าประตูความดี ประตูถูกออกแบบให้ทุกคนที่เข้าไป ต้องก้มต่ำเป็นการแสดงความนอบน้อมต่อพระพุทธรูปประธานที่ประดิษฐานภายในพระอุโบสถ ทางเข้านอกจากจะมีรูปปั้นพระยานาคราชแล้วยังมีราหู ที่จะคอยกีดกันกิกิเลสมนุษย์ ก่อนเข้าไป กราบรูปเคารพองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าเป็นการเชิญชวนให้พุทธศาสนิกชน เข้าวัดปฏิบัติธรรม

พระพุทธรูปประธานที่ประดิษฐานภายในพระอุโบสถ เป็นปางปฐมเทศนา สร้างจากเนื้อนวโลหะ เหตุที่เลือกปางนี้เพื่อให้พุทธศาสนิกชนที่เข้ามาภายในอุโบสถ เปรียบเสมือนว่าได้เข้ามารับฟังพระธรรมคำสั่งสอนจากพระพุทธองค์

4) พระพุทธมณฑล เป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองชาวมหาสารคามอีกองค์หนึ่ง ตั้งอยู่ที่วัดพุทธมณฑล อำเภอกันทรวิชัย เป็นพระพุทธรูปยืนข้างต้นโพธิ์จน โคนต้นโพธิ์ห่อหุ้มไปบางส่วน มีลักษณะตามแบบศิลปะทวารวดีเช่นเดียวกับพระพุทธรูปมิ่งเมือง สร้างด้วยหินทรายแดงเช่นเดียวกัน สูงประมาณ 4 เมตร พระพุทธรูปทั้งสององค์นี้สร้างขึ้นในเวลาเดียวกันคือเมื่อ อำเภอกันทรวิชัยฝนแล้ง ผู้ชายสร้างพระพุทธรูปมิ่งเมือง ผู้หญิงสร้างพระพุทธรูปยืนมณฑล เสร็จพร้อมกันแล้วทำการฉลองขามโหฬาร ปรากฏว่าตั้งแต่ได้สร้างพระพุทธรูปทั้งสององค์แล้วฝนก็ตกต้องตามฤดูกาล ทำให้เกิดความอุดมสมบูรณ์แก่ท้องที่นี้เป็นอันมากพระพุทธรูปยืนมณฑล ชาวบ้านนิยมมากราบไหว้ขอพรกันอย่างไม่ขาดสาย พระพุทธมณฑลเป็นพระพุทธรูปสำคัญของจังหวัดมหาสารคาม ด้วยมีความเก่าแก่จนกรมศิลปากรได้ขึ้นทะเบียนให้เป็นวัตถุสำคัญและเป็นสมบัติของชาติ

5) พระพุทธมิ่งเมืองหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “หลวงพ่พระยีน” ตั้งอยู่ที่วัดสุวรรณาวาส ไม่ไกลจากพระพุทธมณฑล ด้วยเป็นพระที่มีตำนานการสร้างร่วมกัน ถูกสร้างขึ้นมาพร้อมๆ กันด้วยวัตถุประสงค์การสร้างเดียวกัน พระพุทธรูปองค์นี้เป็นปางทรงน้ำ มีความสูงตลอดองค์ 4 เมตร กว้าง 1 เมตร สร้างด้วยศิลาแลง เป็นพระพุทธรูปที่นิยมสร้างในสมัยก่อนยุคสุโขทัย พระพักตร์หันไปทางทิศใต้ เป็นพระพุทธรูปที่ทำวลินทอง เจ้าครองเมืองคันทรวิชัยในสมัยจุลศักราช 147 (1328) สร้างขึ้นเพื่อทดแทนคุณมารดา (นางบัวคำ) ถือเป็นปูชนียวัตถุเก่าแก่คู่บ้านคู่เมืองตามประวัติที่หาได้จากใบเสมาที่ฝังอลักษณะเป็นพระที่ทำมาจากศิลาแลงสูงราวเป็นศิลปะแบบทวารวดีเช่นเดียวกับพระพุทธมณฑล

6) วัดป่าวังน้ำเย็น หรือ “วัดพุทธวนาราม” ตั้งอยู่ตำบลเก็ง อำเภอเมืองมหาสารคาม วัดแห่งนี้มีศาลาปฏิบัติธรรม สร้างด้วยไม้สักทองขนาดใหญ่เสา 112 ต้น ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย สร้างจากไม้เนื้อแข็งประกอบด้วยไม้แดง ไม้ประดู่ ตกแต่งด้วยไม้สักทอง มูลค่ากว่า 80 ล้านบาท และหอระฆังสร้างจากไม้สักขนาดใหญ่เป็นต้น นอกจากนี้ ภายในวัดยังมีเจดีย์ศรี

มหาสารคาม ซึ่งองค์เจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ พระพุทธรูปทองคำ 3 องค์ พระเนื้อผง 84,000 องค์ พระบูชา 84,000 องค์ รวมถึงพระพิมพ์เก่าแก่จากกรุพระนาคน

7) พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น วัดมหาชัย เป็นสถานที่เก็บรวบรวม โบราณวัตถุของภาคอีสาน เช่น ใบเสมาหิน พระพุทธรูปโบราณ บานประตู คันทวยแกะสลัก อายุประมาณ 100-200 ปี นอกจากนี้ยังเป็นที่เก็บรวบรวมวรรณคดีภาคอีสาน และพระธรรมใบลานจำนวนมาก นอกจากนี้อาคารพิพิธภัณฑ์แล้ว ยังมีอาคารสำหรับเก็บ โบราณวัตถุขนาดใหญ่ เช่น พระพุทธรูป เทวรูป ใบเสมาหินทราย ธรรมาสันและกลอง และใช้เก็บเครื่องมือ เป็นต้น

8) พิพิธภัณฑ์บ้านเชียงเหียน ตั้งอยู่ที่บ้านเชียงเหียน ตำบลเขวา จังหวัดมหาสารคาม เป็นแหล่งรวบรวมของสะสมของอาจารย์บุญหมั่น คำสะอาด เป็นผู้สืบทอดคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมไทย เพื่อส่งมอบให้ลูกหลานได้เรียนรู้ เป็นเวลากว่า 50 ปีที่อาจารย์บุญหมั่น ได้แสวงหาและสะสมวัตถุทางประวัติศาสตร์และนำมารวบรวมเก็บไว้นับ 10,000 ชิ้น ซึ่งคุณสันติภาพ คำสะอาด บุตรชายได้สืบทอดเจตนารมณ์โดยการจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์ โดยชั้นล่างแสดงงานศิลปะ “Boonman Contemporary Art Gallery” ผลงานของอาจารย์บุญหมั่น และศิลปินทั่วไปที่หมุนเวียนกันแสดง ส่วนชั้นบนมีการจัดแสดงเครื่องมือ – เครื่องใช้ของชาวอีสาน เช่น จัดแสดงผ้าผะเหวดผืนเก่าแก่อายุกว่า 80-100 ปี รวมทั้งเครื่องมือ – เครื่องใช้ในอดีต และวัตถุอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นกะโหลก เขาควย ละอการ “หอรกาคเดือน” ซึ่งเป็นสถานที่จัดแสดงแหล่งท่องเที่ยว แนะนำแหล่งที่น่าสนใจในเส้นทางสายไหมอีสาน รวมถึงประวัติศาสตร์ชุมชน ดินแดนอันรุ่งรวยด้วยวัฒนธรรมแห่งนี้

แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงเหียน เป็นแหล่งโบราณคดีที่ค้นพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์ร่องรอยของเมืองโบราณ คาดการณ์ว่านี่อาจเป็นแรงบันดาลใจอย่างหนึ่งที่ทำให้ อาจารย์บุญหมั่น สนใจในประวัติศาสตร์และโบราณคดี มีการค้นพบว่าพื้นที่บริเวณบ้านเชียงเหียนเคยเป็นเมืองโบราณมาก่อน เพราะแผนที่ภาพถ่ายทางอากาศ ทำให้เห็นลักษณะเป็นเมืองโบราณขนาดใหญ่ รูปกลมรี ซึ่งคล้ายกับผังเมืองโบราณในสมัยทวารวดี มีคูน้ำคันดินล้อมรอบ และด้านนอกตัวเมืองโบราณยังมีเนินดินโบราณคดีอีก 5 แห่ง ได้แก่ ดอนข้าวโอ้ ดอนปู้ตา ดอนย่าเฒ่า ดอนยาคุ และดอนาง โดยจากการขุดค้นทางโบราณคดีครั้งแรก พบโครงกระดูกมนุษย์ และเครื่องใช้สำริดฝังร่วมอยู่ด้วยหลายโครง หลักฐานต่างๆ ที่ขุดค้นพบแสดงให้เห็นถึงการเริ่มต้นอยู่อาศัยในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ มีอายุประมาณ 2,000 – 1,500 ปี อีกทั้งยังพบภาชนะดินเผาเนื้อหยาบ ภาชนะดินเผาเคลือบ และภาชนะดินเผาเนื้อแกร่งมากมายทั่วบริเวณ ซึ่งถือเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญต่อประเทศไทยอย่างยิ่ง

9) งานบุญเบิกฟ้าและงานกาชาด จัดขึ้นในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี อยู่ระหว่างปลายเดือนมกราคมถึงต้นเดือนกุมภาพันธ์ ถือเป็นงานประเพณีประจำปีของชาวจังหวัดมหาสารคาม และเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ซึ่งมีแนวคิดในการฟื้นฟูการทำนา เพื่อให้คนตระหนักถึงความสำคัญของชาวนา และการบำรุงดิน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตข้าว เพื่อฟื้นฟูและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของอีสาน ในงานจัดให้มีขบวนแห่บุญเบิกฟ้า ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับพระแม่โพสพ เรื่องของพานบายศรีสู่ขวัญ ตลอดจนวัฒนธรรม การละเล่น ดนตรีพื้นบ้านและพิธีกรรมต่างๆ โดยงานกำหนดจัดขึ้น 10 วัน 10 คืน

10) งานออนซอนกลองยาวชาววาปี จัดขึ้นช่วงวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ สัปดาห์ที่ 2 ของเดือนมีนาคมของทุกปี เป็นงานประเพณีของชาวอำเภอลำทะเมนชัย ผู้คนส่วนใหญ่ของอำเภอลำทะเมนชัย มีการทำกลองยาวพื้นบ้านและกลองยาวประยุกต์ จะจัดงานเป็นประจำ ณ สนามที่ว่าการอำเภอลำทะเมนชัย ซึ่งทุกหมู่บ้าน มีคณะกลองยาว โดยมีการผลิตกลองยาวเสียงดี ไว้สำหรับประกวดกลองยาวชิงชนะเลิศระดับประเทศ มีการประกวดกลองยาวพื้นบ้านและกลองยาวประยุกต์ ขบวนแห่คณะกลองยาว การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านอีสาน การประกวดธิดากลองยาว ซึ่งจะจัดงานหลังวันมาฆบูชาประมาณ 1 เดือน หรือประมาณกลางเดือนมีนาคมของทุกปี

11) งานประเพณีแข่งเรือยาว ลอยกระทง ล่องเรือไฟ เป็นงานประเพณีชาวพุทธที่ได้ปฏิบัติสืบต่อกันมากระทั่งปัจจุบัน จะจัดขึ้นในวันออกพรรษา เพื่ออนุรักษ์ส่งเสริมประเพณีอันดีงาม สถานที่จัดงานบริเวณบึงบอน ตำบลหัวขวาง อำเภอโกสุมพิสัย

12) งานบุญพาสาวสิงห์หรือบุญเลี้ยงอาหารสิงห์ เป็นงานประจำปีของชาวอำเภอกอสุมพิสัย ยึดเอาวันที่ 2 เมษายนของทุกปีเป็นวันจัดงาน เพื่อหารายได้สมทบเป็นกองทุนจัดซื้ออาหารไว้เลี้ยงฝูงสิงห์ตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นการแสดงออกในการทำบุญให้ทานแก่สัตว์ แก่ลิงที่อาศัยอยู่ในเขตรวนอุทยานโกสัมพี ที่นี่ยังมีลิงที่พบเห็นได้ยากชนิดหนึ่งของโลก คือ "ลิงทอง"

13) ประเพณีบั้งไฟ อำเภอนาเชือก จัดขึ้นระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายนของทุกปี ณ ลานหน้าว่าการอำเภอนาเชือก ในงานมีการประกวดขบวนแห่บั้งไฟ การตกแต่งขบวนและประกวดบั้งไฟขึ้นสูง กลางคืนมีเวียนเทียน ทำบุญที่วัด มหรรสพ และงานรื่นเริงการละเล่นต่างๆ

2.1.7.2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1) สถาบันวิจัยลัญจกขเวช รมรินทร์ด้วยพรรณไม้ ทั้งสวนสมุนไพร ลานไฟพิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑ์เรือนอีสาน จำลองบ้านผู้ไทย บ้านประมง บ้านดนตรี บ้านเครื่อง มือดักสัตว์ บ้านผ้าทอ และบ้านหมอยา สวนวลัญจกขเวช จัดตั้งขึ้น ในปีพ.ศ. 2530 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งเดิมคือมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตมหาสารคาม และ

จังหวัดมหาสารคาม ได้ร่วมกันจัดทำโครงการสวนพฤกษชาติและศูนย์สวนเกษตรไม้อีสานขึ้น ซึ่งมีวัตถุประสงค์ ในการอนุรักษ์ และขยายพรรณไม้อีสานเมือง นอกจากนี้ยังได้จัดเอกสารเผยแพร่ และฝึกอบรมเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติให้กับประชาชนและเยาวชนด้วย ในระยะเริ่มต้นพื้นที่ ดำเนินการจัดการ จัดทำสวนพฤกษชาติ ได้ได้รับความอนุเคราะห์จากสภาตำบลเก็ง ให้ใช้ที่สาธารณะ ประโยชน์ทดแทน บ้านเก็ง ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ประมาณ 270 ไร่ ตารางวา เป็นแหล่งสะสมพรรณไม้อีสานโดยชื่อ “สวนพฤกษชาติและศูนย์สวนเกษตรไม้อีสาน”

ต่อมาได้รับพระกรุณาจากสมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ ทรงพระราชทานนามสวนแห่งนี้ว่า “สวนวลัยรุกขเวช” ในวันที่ 28 กันยายน 2531 จากความสำเร็จของโครงการ นี้ทางจังหวัดมหาสารคามจึงได้ขอ ให้ทางมหาวิทยาลัยขยายพื้นที่ โครงการโดยมอบพื้นที่สาธารณะ ประโยชน์ โภคดงเก็ง อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม ประมาณ 650 ไร่ ตารางวา การดำเนินงานระยะแรกได้รับงบประมาณสนับสนุนจากโครงการอีสานเขียว เป็นเวลา 4 ปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2532-2535 รวมงบประมาณทั้งสิ้น 20,689,520 บาท ต่อมาทางมหาวิทยาลัย มหาสารคาม ได้ดำเนินการขอจัดตั้งโครงการนี้ให้เป็นหน่วยงานหนึ่งของมหาวิทยาลัย ซึ่งได้รับ พระกรุณาจาก สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ ทรงพระราชทานนามหน่วยงานนี้ ว่า “สถาบันวิจัยวลัยรุกขเวช” เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2535 และประกาศจัดตั้งในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2536

2) วนอุทยานโกสัมพี ตั้งอยู่ที่บ้านหัวขวาง ตำบลหัวขวาง อำเภอโกสัมพีสัย มีเนื้อที่ประมาณ 150 ไร่ ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำชี มีสภาพเป็นป่าเบญจพรรณ มีต้นไม้หลากหลายชนิด ทำให้ทัศนียภาพร่มรื่น นอกจากนี้ยังมีฝูงลิงแสมขนสีทองอาศัยอยู่บนพันตัว ซึ่งเป็นพันธุ์หายาก นอกจากนี้ บริเวณยังมีแหล่งน้ำ เรียกว่า แก่งตาด ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนพฤษภาคมน้ำจะตื้นเขินมองเห็นหินตาด อีกทั้งยังมีลานข่อย ซึ่งมีต้นข่อยกว่า 200 ต้น ตกแต่ง ดัดแปลงเป็นไม้แคระ ตกแต่งเป็นรูปต่างๆ

3) เขตห้ามล่าสัตว์ป่าดูนลำพัน ตั้งอยู่ที่ตำบลนาเชือก อำเภอนาเชือก มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 350 ไร่ ภายในมีลักษณะเป็นป่าธรรมชาติ เป็นป่าพรุน้ำจืด หรือป่าทามผสมกับป่าบก มีน้ำไหลเฉพาะที่ตลอดเวลา หรือที่เรียกว่าป่าน้ำซับ ทำให้มีความหลากหลายของพันธุ์พืชและ สัตว์ป่า นอกจากนั้นยังมีพืชและสัตว์ที่ไม่ค่อยพบในที่อื่นๆ เช่น ดันลำพันหรือรูปฤาษี เห็ดลาบ ปลาออกั้ง ภูเขา อีกทั้งยังเป็นที่อยู่ของปูแป้ง ซึ่งเป็นปูที่หายากและพบเพียงแห่งเดียวที่ป่าดูนลำพัน ต่อมาสมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ ทรงพระราชทานชื่อ จึงเรียกว่า “ปูทุลกระหม่อม” ปูแป้งเป็นปูน้ำจืดที่สวยงามที่สุดในโลก ปูชนิดนี้ตัวใหญ่กว่าปูนา ลำตัวมีหลากหลาย

สี ทั้งม่วง ส้ม เหลือง และขาว ซึ่งจะพบเฉพาะที่ป่าดงดิบแห่งนี้เท่านั้น นอกจากนี้ป่าดงดิบยัง
เป็นแหล่งอนุบาลและศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศ

4) สระคืออีสานหรือบึงกุย ตั้งอยู่ที่หมู่ 13 ตำบลหัวขวาง อำเภอโกสุมพิสัย มีความเชื่อกันว่าที่นี่เป็นจุดศูนย์กลางของภาคอีสาน จึงเรียกกันว่าสระคืออีสาน มีลักษณะเป็นบึงน้ำ
ขนาดใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 2,750 ไร่ อุดมสมบูรณ์ไปด้วยสัตว์น้ำมากมาย เป็นแหล่งทำมา
หากินที่สำคัญของชาวมหาสารคาม อีกทั้งโดยรอบบึงยังมีทัศนียภาพที่สวยงาม บรรยากาศเงียบสงบ
นำมาเที่ยวพักผ่อน มีอาคารรูปทรงสวยงามตั้งเป็นสัญลักษณ์โดดเด่น ภายในพื้นที่มีอาณาเขตที่
กว้างขวาง มีการจัดตกแต่งเป็นสวนสาธารณะที่ร่มรื่น สามารถมองเห็นวิวสวยของ “บึงกุย” บึงน้ำ
ขนาดใหญ่ได้อย่างสวยงาม ซึ่งเหมาะแก่การเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจ และเก็บภาพประทับใจไว้
เป็นที่ระลึก ทั้งนี้ สระคืออีสานแห่งนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นสัญลักษณ์ที่เปรียบเสมือนเป็นจุดพิคัด
กึ่งกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักนิยมเดินทางมาเก็บภาพ
ประทับใจ เพื่อเป็นการบันทึกความทรงจำว่าครั้งหนึ่งได้เคยมาเยือนอยู่ ณ ศูนย์กลางของภาคอีสาน
แล้ว

5) อุทยานมัจฉาโขงกุดหวาย ตั้งอยู่ที่บ้านโขงกุดหวาย ตำบลเกิ้ง อำเภอเมืองมหาสารคาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เชิงชนบท มีพื้นที่เป็นเกาะล้อมรอบด้วยน้ำเป็น
แหล่งปลาชุกชุม บนเกาะมีสัตว์ป่าหลากหลายชนิดเหมาะสำหรับเป็นที่พักผ่อน และชมธรรมชาติ
ภายในอุทยานมัจฉาโขงกุดหวาย มีฝูงปลาหลายร้อยชนิดที่มาจากแม่น้ำชีได้ทะลักเข้ามาอยู่ตั้งแต่ตัว
เล็กๆ และส่วนมากเป็นปลาผาะ ซึ่งเป็นปลาเนื้ออ่อน ชาวบ้านจึงอนุรักษ์ไว้เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว
และแหล่งศึกษาพันธุ์ปลาชนิดต่างๆ

6) สระพานไม้วัดป่าวังเกาะเกิ้ง ตั้งอยู่ที่ตำบลเกิ้ง อำเภอเมืองมหาสารคาม
วัดป่าแห่งนี้มีดีที่สระพานไม้ ด้วยวัดป่าวังเกาะเกิ้งตั้งอยู่ในพื้นที่ดินที่ถูกถล่มน้ำชีหลงล้อมรอบ จนมี
สภาพเป็นเกาะ พระอาจารย์กมล (หลวงพ่อดู่ม) จึงได้ร่วมกับชาวบ้านและนักศึกษาที่มาออกค่าย
อาสาพัฒนาลงมือทำการก่อสร้างสระพานแห่งนี้ ตัวสระพานได้นำแบบมาจากสระพานมอญ และได้
เพิ่มศาลาพักตรงกึ่งกลาง เพื่อเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของผู้คน ทั้งนี้ บริเวณค้ำน้ำได้สระพานมีฝูงปลา
ชะ โดยยักษ์อาศัยอยู่จำนวนมาก นอกจากนี้ภายในวัดมีลักษณะเป็นป่ารกทึบ มีฝูงหมูป่าเป็นจำนวน
มาก

7) สระพานไม้แกดำ ตั้งอยู่ที่ตำบลแกดำ อำเภอแกดำ เป็นอีกหนึ่งสระพานไม้
เก่าแก่ในบรรยากาศแบบท้องทุ่ง เป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคามที่ควรค่าแก่
การอนุรักษ์ และเที่ยวชม เพื่อสัมผัสของกลิ่นไอแห่งความเป็นชาวบ้านกับสระพานที่ทอดตัวยาว
ท่ามกลางหนองน้ำแกดำไกลสุดตากว่า 1 กิโลเมตร ท่ามกลางบึงบัวและพืชน้ำสีเขียวและความ

หลากหลายธรรมชาติ ถือว่าเป็นสะพานสุด unseen อีกแห่งหนึ่ง ที่ควรค่าแห่งการเดินทางมาเช็คอิน เป็นสะพานไม้ยาวทอดจากชายฝั่งหนองแกคำด้านวัดดาวดึงษ์แกคำไปยังหมู่บ้านหัวขัว คำว่า ขัว ภาษาอีสาน แปลว่า สะพาน ชื่อหมู่บ้านที่ตั้งมานี้ น่าจะเป็นไปได้ว่า สะพานและหมู่บ้านสร้างขึ้นมาพร้อมกัน คนแก่คนเฒ่าที่รู้จักในหมู่บ้านอายุ 80 กว่าปี ก็บอกว่าเกิดมาก็เห็นสะพานอยู่อย่างนี้แล้ว เหมือนกัน แต่ถ้าถามถึงผู้สร้างสะพานล้นล้มหายตายจากไปหมดแล้ว จึงประมาณอายุของสะพาน ได้น่าจะ 100 ปี สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการไปมาหาสู่กันระหว่างคนที่อาศัยอยู่ 2 ฝากฝั่งหนองแกคำ

สะพาน ไม้ที่ทอดยาวไปยังอ่างเก็บน้ำหนองแกคำซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติของอำเภอแกคำ มีเนื้อที่ประมาณ 1,000 ไร่ ครอบคลุม 3 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านแกคำ บ้านหัวขัว บ้านโพธิ์ศรี เป็นแหล่งน้ำธรรมชาติที่มีความสำคัญต่อชาวอำเภอแกคำ เพราะเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลา มีความหลากหลายทางชีวภาพทั้งสัตว์น้ำ พืชน้ำ เช่น บัวแดง แหน สาหร่าย หางกระรอก เป็นต้น นอกจากนี้ในหน้าหนาวยังสามารถพบนกเป็ดน้ำบินหนีหนาวมาจากไซบีเรีย มาอาศัยในบริเวณหนองแกคำด้วย

8) หาดวังโก อำเภอโกสุมพิสัย เป็นหาดทรายธรรมชาติ เกิดจากแม่น้ำไหลผ่านโค้งน้ำ ตะกอนทรายจะไหลไปทับถมเกิดเป็นหาดทรายธรรมชาติ หาดวังโกตั้งอยู่บนโค้งของแม่น้ำชี ซึ่งมีความยาว 1 กิโลเมตร จัดว่าเป็นทะเลน้ำจืดของจังหวัดมหาสารคาม

9) อ่างเก็บน้ำแก่งเลิงจาน หรือแก่งเลิงจาน (Kaeng Leng Chan) ตั้งอยู่ที่ทิศตะวันตกของตัวเมือง ตำบลแก่งเลิงจาน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีลักษณะเป็นบึงน้ำกว้าง ภายในมีสวนสุขภาพแก่งเลิงจานที่กว้าง โล่ง ต้นไม้ใหญ่ร่มรื่น เหมาะแก่การพักผ่อนและการออกกำลังกาย พิชิตกังหัน ศาลากลางน้ำ และอื่น ๆ เพื่อให้ผู้ที่ผ่านไปมาและนักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและทัศนศึกษา นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของสถานีประมง ทำการเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดให้หลายจังหวัดในภาคอีสาน หากท่านมีเวลาก็น่าไปพักผ่อนหย่อนใจและศึกษาธรรมชาติแถบนี้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งยามพระอาทิตย์กำลังจะตกดินจะมีทัศนียภาพที่สวยงามมาก

10) ทุ่งปอเทือง ตั้งอยู่บริเวณทุ่งนาริมถนนหมายเลข 12 หลักกิโลเมตรที่ 588+100 ในเขตตำบลโพหนอง อำเภอเชียงยืน จังหวัดมหาสารคาม กลายเป็นจุดสนใจของผู้คนที่สัญจรผ่านไปมา เนื่องจากจังหวัดมหาสารคาม ได้มีการรณรงค์ให้เกษตรกรในพื้นที่ลดการเผาตอซัง แล้วหันมาปลูกพืชบำรุงดิน ดังนั้น อำเภอเชียงยืน จึงได้ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานเกษตรอำเภอเชียงยืน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำปอเทืองมาปลูกเพื่อให้เป็นปุ๋ยพืชสด จนกระทั่งปอเทืองที่ปลูกไว้ ออกดอกสีเหลืองอร่ามสวยงามเต็มทุ่งนา สร้างจุดสนใจให้ผู้คนผ่านไปมาได้จอดรถข้างทาง เพื่อแวะถ่ายภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึกด้วยความประทับใจ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

Holloway (1995) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่น ในระยะเวลาสั้น ๆ และทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเยี่ยมชมภูมิทัศน์ หรือพักผ่อนท่องเที่ยว

Lawson and Baud Bovy (1998) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่อยู่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อความเพลิดเพลิน โดยมีเงื่อนไขทั้ง 3 ประการ คือ 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยเดิมไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) เป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

คำว่า “การท่องเที่ยว” อาจทำให้หลายคนนึกถึงการเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ หรือเพื่อไปร่วมกิจกรรม เยี่ยมเยือนญาติมิตร ไปประชุม (เลิศพร ภาระสกุล และคณะ, 2551)

องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี 2506 ได้ให้นิยามการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง 3 ประการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)

1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมชม
3. ต้องมีจุดหมายของการเดินทาง

จุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ต้องเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
3. เพื่อการศึกษา
4. เพื่อการกีฬาและการบันเทิง
5. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. เพื่องานอดิเรก
7. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
8. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
9. เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เป็นต้น โดยเป็นการเดินทางไปพักชั่วคราว เมื่อเสร็จสิ้นภารกิจก็เดินทางกลับ

2.2.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว

Ogilvie (1993) นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่อยู่ห่างจากบ้านในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่ไม่เกินหนึ่งปี และใช้เงินในสถานที่ซึ่งพวกเขาไปเยี่ยมชม โดยไม่ได้รับรายได้ใดๆ จากสถานที่นั้น

Cohen (1974) นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยหวังจะได้รับความสุขจากสิ่งแปลกใหม่และประสบการณ์ที่เปลี่ยนไปในการเดินทางที่ยาวนานและจะไม่เกิดขึ้นอีก

องค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN, n.d. อ้างถึงใน จิตรานุช รักสัจจา, 2550) ได้ให้ความหมาย นักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุผลใดก็ตามที่มีใช้ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ การจำแนกประเภทของผู้มาเยือนแบ่งตามช่วงเวลาที่ใช้ไปในการไปเยือนและมีการพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น ดังนั้น ผู้มาเยือนจึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาเยือนเป็นการชั่วคราว ซึ่งมาอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี
2. นักทัศนจร (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวแบบเช้าเย็นกลับ ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราว ในระยะเวลาสั้นๆ อยู่ในประเทศที่ไปเยือนนั้นไม่ถึง 24 ชั่วโมง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป. อ้างใน จิตรานุช รักสัจจา, 2550) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือ บุคคลที่มีได้พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย หรือเดินทางเข้ามาประกอบภารกิจ ทั้งนี้ต้องมีได้รับเงินค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นๆ
2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

2.2.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

Foster (1985) แบ่งวัตถุประสงค์ออกเป็น 9 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) เป็นการเดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจ จากการทำงานและเรียกพลกำลังกลับคืนมา สำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ บางคนอาจจะไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางเพื่อที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะนาพรรณในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่างๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนกิจ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยายวิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ ไปฝึกอบรมระยะสั้นเกี่ยวกับวิชาการโรงแรมที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นการเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเขต การไปเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกบันเทิงใจ เช่น การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การชมทิวทัศน์ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นการเดินทางเพื่อไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย ปราสาทหินพนมรุ้ง เป็นต้น

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

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

8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางเพื่อทำธุรกิจเป็นหลัก แม้ว่าการเดินทางเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็จัดเป็นการท่องเที่ยวอีก

รูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจไปเยือน และนักธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ ณ สถานที่นั้นเพื่อที่จะทำงานหารายได้ อย่างเดียว หากต้องบริโภคนสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งหมายถึงการเข้าพักในโรงแรม การใช้บริการห้องประชุม ชื่อของฝากของที่ระลึกต่าง ๆ

9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ และเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่ประชุมสัมมนา เช่น เมืองพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เป็นต้น

2.2.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2547) แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ 8 ประการ ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง หมายถึง การคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
2. ที่พัก
3. ร้านอาหาร
4. บริการนำเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา รวมไปถึง ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี โบราณสถาน สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และต้องการที่จะมาเยี่ยมชม อาจจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่แล้วในทางธรรมชาติ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้
6. ร้านขายของที่ระลึก
7. ความปลอดภัย
8. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

2.2.5 ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) แบ่งประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติที่มีความสวยงามน่าสนใจต่อการเดินทางไปเที่ยวชม ซึ่งรวมถึงบริเวณที่มนุษย์เข้าไปปรุงแต่งเพิ่มเติมจากสภาพธรรมชาติในบางส่วน แบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อย คือ

1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทภูมิอากาศ เป็นสถานที่ที่มีลักษณะอากาศที่เกิดขึ้นตามสภาพธรรมชาติของแต่ละภูมิภาคของโลก ประกอบไปด้วยองค์ประกอบเบื้องต้น คือ อุณหภูมิ ความดัน ลม ความชื้นในอากาศ ทำให้ประเทศต่างๆ มีความสวยงามของธรรมชาติตามลักษณะภูมิอากาศที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงฤดูกาล

1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภททิวทัศน์สวยงาม เป็นสถานที่ที่มีทิวทัศน์ทางธรรมชาติสวยงามแปลกตา สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยี่ยมชมเยือนได้

1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทสัตว์ป่า เป็นสถานที่ที่มีความงดงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปศึกษาสัตว์ป่าที่อยู่ตามธรรมชาติ โดยศึกษาได้ตามแหล่งอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าและสวนสัตว์ เป็นต้น

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์ในอดีต และได้สร้างเสริมขึ้นในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนั้นว่าสมัยโบราณมีความเจริญด้านไหนบ้างและเหลือเป็นมรดกตกทอดมายังชนรุ่นหลังอย่างไร โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ

2.1 ประเภทโบราณสถาน เป็นสถานที่ที่มีอายุนับร้อยปี หรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของสถานที่นั้น เป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือทางโบราณคดี เช่น ศาสนสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ กำแพงเมือง คูเมือง พระราชวัง เป็นต้น กรมศิลปากรแบ่งโบราณสถานออกเป็น 7 ประเภท คือ

1) โบราณสถานสัญลักษณ์แห่งชาติ หมายถึงโบราณสถานที่มีความสำคัญสูงสุด เช่น พระบรมมหาราชวัง

2) อนุสาวรีย์แห่งชาติ หมายถึง อนุสรณ์สถานที่ได้สร้างขึ้นเพื่อบุคคลหรือเรื่องราวที่สำคัญในประวัติศาสตร์ หรือเป็นที่เคารพอย่างสูงในชาติ เช่น ศาลหลักเมือง พระบรมรูป เป็นต้น

3) อาคารสถาปัตยกรรมแห่งชาติ หมายถึง อาคารสิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมอันทรงไว้ซึ่งคุณค่าทางศิลปะ อันแสดงถึงการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ในยุคอดีตที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตปัจจุบัน หรือเกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญ หรือ เหตุการณ์สำคัญของชาติ เช่น สะพานพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก สนามหลวง เป็นต้น

4) ย่านประวัติศาสตร์ หมายถึง พื้นที่ที่มีความหนาแน่นทางสถาปัตยกรรม เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การวางผังเมือง และสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น

โดยมีอาคารสิ่งก่อสร้าง ถนนหนทางและองค์ประกอบอื่น ๆ ในพื้นที่รวมด้วย เช่น ย่านประวัติศาสตร์ภูเก็ต ย่านประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรมเกาะรัตนโกสินทร์

5) อุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง พื้นที่ที่มีเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมกับสภาพแวดล้อมทั้งที่เกิดตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นอันทำให้ประวัติศาสตร์ยังคงดำรงไว้ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น

6) นครประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง เมืองหรือนครที่มีแบบอย่างทางวัฒนธรรม การวางผังเมือง สาระสำคัญทางประวัติศาสตร์และองค์ประกอบของเมือง สถาปัตยกรรม วิศวกรรม และชีวิตความเป็นอยู่ เช่น เมืองอยุธยา เมืองเชียงใหม่ เป็นต้น

7) ซากโบราณสถานและแหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์แห่งชาติ หมายถึง แหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์และซากโบราณสถาน ซึ่งเป็นหลักฐานแสดงถึงประวัติศาสตร์อันสำคัญของชาติในอดีต

2.2 ประเภทวัตถุโบราณ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งประดิษฐ์หรือที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งของโบราณสถาน ที่เป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดีของแต่ละจังหวัดเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเป็นความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่ เช่น ภาพเขียนโบราณ วัตถุโบราณ รูปปั้น เป็นต้น

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมแต่ละกลุ่มชน ที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยถือปฏิบัติสืบต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมที่มีผลต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน อาจแยกประเภทได้ 3 ประเภท คือ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม

วิมล จิโรจน์พันธ์และคณะ (2548) กล่าวว่า การจำแนกที่หมายปลายทางทางการท่องเที่ยวได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreation Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา แชน้ำพุ น้ำแร่รักษาโรค เป็นต้น การสมาคมในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจสถานที่ดังกล่าว เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tour) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อให้รางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อดูงานการนันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต ได้แก่ พิพิธภัณฑ โบสถ์ อนุสาวรีย์ วัดต่างๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุมหรือพบปะหรือสัมมนา ซึ่งมักรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย

5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและในบางครั้งเข้าร่วมในกิจกรรมเหล่านั้น เช่น การแต่งกายตามประเพณี การรำพื้นบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมโบราณ เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสังเกตแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ รวมถึงการเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมต่างๆ การเข้าร่วมพิธีทางศาสนา

7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เน้นสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการถ่ายรูป การปีนเขา ล่องแก่งและการตั้งแคมป์

2.2.6 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558 อ้างใน เพ็ญนภา เฟื่องประไพ, 2558) ได้จัดแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. โบราณสถาน ได้แก่ พระราชวัง เมืองโบราณ อนุสาวรีย์
2. ศาสนสถาน ได้แก่ วัด โบสถ์ เจดีย์ สถานปฏิบัติธรรม
3. ธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก
4. ศิลปวัฒนธรรมรวมถึงประเพณีและกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เทศกาลงานบุญต่าง ๆ

5. สถานเริงรมย์ ได้แก่ โรงภาพยนตร์
6. อุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมทอผ้า ทาร์ม
7. แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ได้แก่ สวนสนุก สวนสาธารณะ สวนสัตว์ หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดจากกิจกรรมของประชาชน เช่น ห้างสรรพสินค้า เขาวราช แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบถาวร มีกิจกรรมท่องเที่ยวสม่ำเสมอหรืออาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเฉพาะช่วงเวลาที่มืเทศกาลเท่านั้น

2.2.7 การท่องเที่ยวเมืองหลัก เมืองรอง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) มีแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ซึ่งมีการกำหนดเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยทั้งประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยมีทิศทางการส่งเสริมตลาดในประเทศที่ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่จะทำให้นักไทยรักและ

ภาคภูมิใจในประเทศไทย สร้างความต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมและรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย ด้วยรูปแบบการเที่ยวแบบลึกซึ้งและเข้าถึงผ่านความร่วมมือร่วมกับคนท้องถิ่นหรือ Local Hero ผู้อนุรักษ์วิถีชีวิต วัฒนธรรม สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ และทำให้คนไทยได้รับมุมมองใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยวผ่านแคมเปญสื่อสารการตลาด “Amazing ไทยเท่” ซึ่งเรื่องราวประสบการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคที่จะนำเสนอเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยเรื่องราวศิลปวัฒนธรรมที่บอกเล่าวิถีชาวเหนือ (More Authentic) เรื่องราวอาหารที่ถ่ายทอดวิถีคนอีสาน (More Gastronomy) เรื่องราวมรดกแห่งสยามในภาคกลาง ทั้งศิลปกรรมชั้นสูง การหลอมรวมวัฒนธรรมนานาชาติและวิถีชาวน้ำ (More Legacy) เรื่องราวกิจกรรมแสนสนุกที่จะเติมสีสันให้ชีวิตในภาคตะวันออก (More Fun) และเรื่องราวนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในภาคใต้ (More Inspired) ภายใต้การดำเนินงาน 3 ทิศทางหลัก ได้แก่

1. กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวกระแสหลัก (Gen-Y, Multigenerational Family และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมไลฟ์สไตล์ ได้แก่ อาหาร กีฬาและดนตรี) และนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย (Silver Age กลุ่มผู้หญิง Millennial Family รวมถึงกลุ่มเฉพาะและกลุ่มความสนใจพิเศษ (กลุ่ม Couple และกลุ่มผู้มีรายได้สูง) โดยแต่ละภูมิภาคจะดำเนินงานด้วยแนวทางที่แตกต่างกัน โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีการปรับภาพลักษณ์ให้เป็น Cool I-san ที่ดูทันสมัย เท่และเก๋ไก๋ ด้วยโครงการ “Cool I-san เด้อ” นำเสนออาหารท้องถิ่น งานฝีมือและเทศกาลที่ต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ และขยายฐานกลุ่ม Silver Age ด้วยการเข้าร่วมงานบุญตามประเพณีฮีต 12 คอง 14 รู้จักวิถีชีวิตของคนอีสานผ่านอาหารในงานประเพณี ปฏิบัติธรรม ชมงานหัตถกรรมและทำกิจกรรม D.I.Y

2. ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง ทั้งนี้ จะแบ่งเมืองรองเป็น 3 ประเภทตามศักยภาพ ได้แก่

- 2.1 เส้นทางเมืองหลักเชื่อมเมืองรอง (Additional): เชียงใหม่-ลำพูน-ลำปาง ขอนแก่น-มหาสารคาม และหาดใหญ่-พัทลุง

- 2.2 เมืองรองศักยภาพ (Brand New): แม่ฮ่องสอน เพชรบูรณ์ อุทัยธานี เลย์ อุบลราชธานี บุรีรัมย์ สกลนคร จันทบุรี ตราด ราชบุรี สมุทรสงคราม สตูล นครศรีธรรมราช

- 2.3 เส้นทางเมืองรองเชื่อมเมืองรอง (Combined): สุโขทัย-กาแพงเพชร น่าน-แพร่ อุตรธานี-หนองคาย นครพนม-มุกดาหาร สิงห์บุรี-อ่างทอง นราธิวาส-ยะลา-ปัตตานี

3. ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรทางท่องเที่ยวที่สำคัญของท้องถิ่น โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคกลางและภาคใต้ ผ่านโครงการ “เมืองไทยสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม - ลด โลก เลอะ” ที่ต้องการฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งทะเลและพื้นที่ลุ่มแม่น้ำ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการ “โครงการเมืองรองต้องลอง” เพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองรอง เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่พื้นที่เมืองรองเพิ่มขึ้น โดยในช่วงครึ่งปีหลังมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองทั้ง 55 เมือง โดยกระจายนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ จากอำเภอหลักไปอำเภอรองเพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพกระจายรายได้สู่ชุมชน พร้อมทั้งเพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งรวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้คงอยู่ นโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองจะต้องสร้างมุมมองใหม่ให้ “แปลก ใหม่ใหญ่ ดั่ง” เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แปลกและใหม่ คือ แปลกในเรื่องของแนวความคิดและสร้างมุมมองความแตกต่างให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยการสร้างกระแสต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ว่าเป็นมุมมองใหม่ ใหญ่คือ ความรับรู้ถึงความตื่นเต้นประทับใจเป็นสิ่งที่ใหม่และ ดั่ง หมายถึง สิ่งที่ได้ประชาสัมพันธ์ออกไปนั้นได้ต้องถูกบอกต่อและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว และในขณะนี้การท่องเที่ยวเมืองรองได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จนทำให้รัฐบาลพึงพอใจและสนับสนุนโครงการนี้ในหลาย ๆ เรื่อง เช่น การลดหย่อนภาษีจังหวัดเมืองรอง และโครงการเที่ยว กิน หลักร้อยหลักพันชิงรางวัลหลักล้าน เป็นต้น (สยามรัฐ, 2562)

ที่ผ่านมาเมืองรองยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนัก การกระจายรายได้ถึงชุมชนท้องถิ่นจึงแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวหลัก อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2561 ที่ผ่านมากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้พยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนผลักดันมาตรการเสริมต่างๆ เช่น สิทธิการลดหย่อนภาษี เพื่อให้การท่องเที่ยวเมืองรองเป็นกลไกสร้างรากฐานแข็งแกร่งและกระจายรายได้สู่ชุมชน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายภาครัฐที่ต้องการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำให้กับประชาชนภายในประเทศ ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเมืองรองเป็นกลไกที่ช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชน สร้างรากฐานที่แข็งแกร่ง นำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำของสังคม หลังจากที่ผ่านมาสัดส่วนท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง คิดเป็น 80:20 เท่านั้น แต่ในอนาคตหวังว่าสัดส่วนดังกล่าวอาจปรับเปลี่ยนเป็น 60:40 หรืออาจเป็น 50:50 ก็เป็นไปได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

หากมองในอีกมิติหนึ่งจะเห็นว่าการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองนี้ ไม่เพียงแต่จะสร้างเม็ดเงินให้เข้าสู่ชุมชน นโยบายท่องเที่ยวเมืองรองไม่มีใครสามารถตอบได้ว่าจะสิ้นสุดเมื่อไหร่

เพราะจะเป็นรูปแบบที่ค่อยๆ เคลื่อนเข้าไปพื้นที่เมืองรองเรื่อยๆ ซึ่งผู้คนในเมืองรองก็จะค่อยๆ เรียนรู้ไปด้วย สร้างประสบการณ์ให้กับแขกผู้มาเยือน เรียนรู้และฝึกการเป็นเจ้าของบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว พுகุยสื่อสาร ตอบคำถามกับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีประกาศ พรบ.มัคคุเทศก์ เพื่อให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมากขึ้น เปรียบเสมือนการคืนอำนาจให้คนท้องถิ่นได้มีโอกาสเล่าเรื่องในพื้นที่ตัวเองมากขึ้น

ขณะที่เกณฑ์การพิจารณาว่าเมืองใดเป็นเมืองรองหรือไม่นั้น กำหนดว่าหากเมืองใดมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวเกินกว่า 6 ล้านคนขึ้นไปยังถือว่าไม่ใช่เมืองรอง ผวนกับพิจารณาจากข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ที่ประกอบไปด้วยการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ทั้งการประกอบอาชีพ อัตราค่าครองชีพ การเข้าถึงสาธารณูปโภคต่างๆ ที่นำมาประเมินว่าเข้าเกณฑ์การเป็นเมืองรองหรือไม่

สำหรับเมืองหลักการท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วย 22 จังหวัด ดังนี้

- 1) ภาคเหนือ 1 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่
- 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น และนครราชสีมา
- 3) ภาคกลาง 8 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี

พระนครศรีอยุธยา สมุทรปราการ สมุทรสาคร และสระบุรี

4) ภาคตะวันออก 6 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และ ระยอง

- 5) ภาคใต้ 5 จังหวัด ได้แก่ กระบี่ พังงา ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และสงขลา

เมืองรองที่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 55 จังหวัด ดังนี้

1) ภาคเหนือ 16 จังหวัด ได้แก่ กำแพงเพชร เชียงราย ตาก นครสวรรค์ น่าน พะเยา พิษณุโลก เพชรบูรณ์ พิจิตร สุโขทัย ลำพูน อุตรดิตถ์ ลำปาง แม่ฮ่องสอน แพร่ และอุทัยธานี

2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 จังหวัด ได้แก่ อุดรธานี อุบลราชธานี หนองคาย เลย มุกดาหาร บุรีรัมย์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์ สกลนคร นครพนม ร้อยเอ็ด มหาสารคาม บึงกาฬ กาฬสินธุ์ ยโสธร หนองบัวลำภูและอำนาจเจริญ

3) ภาคกลาง 7 จังหวัด ได้แก่ ลพบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสงคราม ชัยนาท อ่างทอง สิงห์บุรี และราชบุรี

- 4) ภาคตะวันออก 5 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว ตราด จันทบุรี ปราจีนบุรี และนครนายก

5) ภาคใต้ 9 จังหวัด ได้แก่ นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง นราธิวาส ยะลา และปัตตานี

เมืองรองทั่วไทยเที่ยวได้ทั้งปี โดยแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว Amazing Thailand Go Local : เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต แบ่งออกเป็น 7 กิจกรรม ได้แก่

1) Enjoy Local เที่ยวชุมชนได้ลึกได้เต็ม ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ Google Local Guide วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง รวมถึงสร้างแรงจูงใจในการใช้จ่าย เช่น e-Coupon ส่วนลดสินค้าและบริการตลอดเส้นทางท่องเที่ยว และการสะสมแต้ม TAT Point ผ่านระบบออนไลน์ โดยจะมีการบริหารจัดการ Big Data แบบ Real Time

2) SET in the Local กระตุ้นการจัดประชุม สัมมนา และกิจกรรม CSR (MICE) ในเมืองรอง โดยเน้นการเดินทางในวันธรรมดา

3) Local Link รวบรวมและคัดกรองชุมชนทั่วประเทศที่มีศักยภาพ รวมไปถึงจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเมืองรอง อาทิ เส้นทาง Green, เส้นทางจักรยาน และการออกแบบเส้นทางตามไลฟ์สไตล์ใหม่ เช่น เส้นทางงานฝีมือ, เกษตรกรรม, วิถีชีวิต และอาหาร เป็นต้น โดยหวังเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางจังหวัดท่องเที่ยวหลักไปยังจังหวัดท่องเที่ยวรองสัดส่วน 65 : 35

4) Eat Local ประชาสัมพันธ์อาหารถิ่น (Locallicious) อาหารอร่อย อาหารห้ามพลาด โดยส่งเสริมการนำเที่ยวประเภท Local Food Tours การเยี่ยมชมแหล่งผลิต แหล่งวัตถุดิบด้านอาหารท้องถิ่น

5) Our Local สร้างสรรค์และสนับสนุนการจัดกิจกรรม Community Events กระจายทุกพื้นที่ทุกสัปดาห์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในเทศกาลงานประเพณีประจำท้องถิ่น

6) Local Heroes - Towards Global Sustainable Tourism Council และ B2D (Business to Digital) เป็นการสนับสนุนวิทยากร นักวิชาการ ศิลปิน ผู้มีชื่อเสียงผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบ และแนะนำแหล่งทุน เพื่อการพัฒนาคน สร้างเสริมความเข้มแข็งให้ชุมชนจากองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง และการแข่งขันในอนาคต (Digital Age)

7) Local Strength พัฒนา Creative Tourism โดยสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว (Travel Tech & Start-up Business in services)

เป้าหมายเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรอง จำนวน 10 ล้านคน เพื่อกระจายรายได้ 10,000 ล้านบาท

2.2.8 สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย พ.ศ. 2557-2561 และแนวโน้ม พ.ศ. 2562

1) สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ปี 2557

สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยในปี 2557 มีการเติบโตอยู่ในระดับปานกลาง อันเป็นผลมาจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงปลายปี

2556 และสภาพเศรษฐกิจของไทยที่อยู่ในภาวะทรงตัว อย่างไรก็ตาม คาดว่าตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเติบโตด้านรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 7 สถานการณ์ในช่วงครึ่งปีแรก แม้ว่าจะเกิดเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 จนถึงเดือนพฤษภาคม 2557 รวมถึงปัญหาค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง แต่เหตุการณ์ดังกล่าวไม่ได้ส่งผลให้ภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยหยุดชะงักลง มีเพียงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในประเทศและภาวะเศรษฐกิจของไทยมากขึ้น โดยหันมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้และใช้จ่ายลดลงสถานการณ์ในช่วงครึ่งปีหลัง ภายหลังมีการจัดตั้งรัฐบาลใหม่เข้ามาบริหารประเทศ ทำให้การเมืองมีเสถียรภาพมากขึ้น ผนวกกับทุกภาคส่วนให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ช่วยกระตุ้นให้สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศขยายตัวได้ดียิ่งขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

2) สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ปี 2558

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มุ่งเน้นการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มกระแสหลักให้ออกเดินทางท่องเที่ยว ด้วยการประกาศให้ปี 2558 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย” สร้างกระแส ภาคภูมิใจในความเป็นไทย ดึงคนไทยเที่ยวในประเทศ ด้วยแนวคิด “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ไม่เหมือนใคร” สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว ในแบบฉบับของตนเอง และบอกต่อคุณค่าที่ได้รับไปยังผู้อื่น ทั้งยังมี แนวทางการดำเนินการตลาดที่เจาะกลุ่มตลาดที่มีความสนใจเฉพาะผ่านการดำเนินงานร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรทุกภาคส่วน สร้างสรรค์ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการและ รูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่าง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้มุ่งเน้นการสร้าง สมดุลทางการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และเวลา ด้วยการส่งเสริม การท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เมืองรองที่มีศักยภาพและกระตุ้นการท่องเที่ยว ในวันธรรมดา เพื่อลดความแออัดและการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว รวมทั้งให้ความสำคัญในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตคนไทยจากการ เดินทางท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสอดแทรกคุณค่าเรื่อง ความผูกพันในครอบครัว การเรียนรู้จากประสบการณ์ท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านการดำเนินงานในรูปแบบ ต่าง ๆ

จากการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประกอบด้วยสถานการณ์ต่างๆ ที่เป็น ปัจจัยบวกส่งเสริมให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ อาทิ ราคาน้ำมันขายปลีกที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง การเปิดเส้นทางบิน ใหม่ ๆ ของสายการบินต้นทุนต่ำสู่เมืองท่องเที่ยว อาทิ จังหวัดน่าน จังหวัดเลย จังหวัดลำปาง และจังหวัดบุรีรัมย์ การประกาศวันหยุดต่อเนื่อง รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการศึกษาดูงานภายใน ประเทศ คาดว่าจะส่งผลให้รายได้ทางการท่องเที่ยวของตลาดในประเทศ ปี 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปี 2557

อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยยังคงอยู่ในภาวะชะลอตัว ประชาชนขาดความเชื่อมั่น ในการจับจ่ายใช้สอย โดยเฉพาะกับการท่องเที่ยว รวมถึงเหตุการณ์ ระเบิดที่สี่แยกราชประสงค์ซึ่งส่งผลกระทบต่อประชาชนคนไทยบางส่วน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้ส่งสารสร้างความเชื่อมั่นด้านท่องเที่ยวผ่านแคมเปญ “กอดเมืองไทย ให้หายเหนื่อย” เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ทางด้านท่องเที่ยว ตลอดจนกระตุ้นให้คนไทยเกิดความรู้สึกอยากมีส่วนร่วมสร้างบรรยากาศ ของความสุขกลับคืนมา จากการออกเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

3) สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ปี 2559

ภาพรวมสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปี 2558 จากปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญด้านเศรษฐกิจไทยที่เริ่มฟื้นตัวและการสนับสนุนของภาครัฐ ทั้งนโยบายเพิ่มกำลังซื้อ/การจับจ่ายใช้สอยให้ประชาชน และการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ รวมทั้งต้นทุนการเดินทางที่ลดลงจากน้ำมันเชื้อเพลิงและบัตรโดยสารเครื่องบินราคาถูกลง ผนวกกับการรุกรุกทำตลาดอย่างต่อเนื่องของ ททท. โดยมุ่งเน้นการกระจายการท่องเที่ยวสู่เมืองรอง ภายใต้แคมเปญ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด Plus” และ “เขาเล่า..ว่า” ช่วยสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เป็นที่รู้จักและกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้ ในปี 2559 การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทยจะเติบโตบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สร้างรายได้หมุนเวียนภายในประเทศเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 8 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

4) สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ปี 2560

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มุ่งเน้นการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมการออกเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มกระแสหลักและกลุ่มศักยภาพต่อเนื่องจากปี 2559 โดยสร้างกระแสการเดินทางผ่านการสื่อสารภายใต้แนวคิด “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ชิลล์ซึ้ง” ให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสัมผัสเสน่ห์อันทรงคุณค่าของวิถีไทยรอบตัว ผ่านประสบการณ์เฉพาะถิ่นที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค ซึ่งกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก ความสำเร็จในภาพรวมสามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง 1,161 ล้านคน-ครั้ง เกิดการซื้อขายและบริการท่องเที่ยวผ่านพันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการกว่า 478.066 ราย และคนไทยเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวจากการรับสื่อ คิดเป็นร้อยละ 81.97

การกระตุ้นการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ เพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้หญิง รวมถึงกลุ่มเฉพาะและความสนใจพิเศษ ความสำเร็จในภาพรวมสามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง 439 ล้านคน-ครั้ง เกิดการซื้อขายและบริการท่องเที่ยวผ่านพันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการกว่า 342,543 ราย ส่งเสริมการกระจายตัวของ

นักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รอง เพื่อลดการกระจุกตัวของพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก มุ่งให้เกิดการเติบโตของรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยการต่อยอดการดำเนินงาน โครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด Plus และคัดเลือกพื้นที่ใหม่ที่มีศักยภาพเพื่อส่งเสริมเป็นจังหวัดหลัก ความสำเร็จในภาพรวมสามารถสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายถึง 175 ล้านคน-ครั้ง เกิดการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวผ่านพันธมิตรที่เข้าร่วม โครงการกว่า 241,523 ราย อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง ร้อยละ 6.95 และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ทุกกลุ่ม ทั้งนักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และประชาชนทั่วไปในพื้นที่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ ททท. ในทุกโครงการมากกว่าร้อยละ 90

5) สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ปี 2561

การดำเนินงานของ ททท. ในปีงบประมาณ 2561 ด้านตลาดในประเทศยังคงมุ่งเน้นการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวด้วยการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก สร้างกระแสการเดินทางผ่านการสื่อสารภายใต้แนวคิด “Amazing ไทยเท่” นำเสนอคุณค่าทางการท่องเที่ยวแบบลงลึกถึงท้องถิ่น รวมทั้งนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้และเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิต โดยมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อกระตุ้นการเดินทางข้ามภูมิภาคและกระตุ้นการท่องเที่ยวในวันธรรมดา เพื่อเพิ่มวันพักค้าง และกระจายช่วงเวลาในการท่องเที่ยว รวมทั้งยังคงสานต่อการตลาดแบบเจาะกลุ่มเพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวศักยภาพที่มีการใช้จ่ายสูง นอกจากนี้ ททท. ยังได้มุ่งเน้นการสร้างสมดุลทางการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และเวลาด้วยการส่งเสริมการเดินทางไปยังพื้นที่เมืองรองที่มีศักยภาพ และส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อลดความแออัดจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้สังคมและสิ่งแวดล้อม ขยายโอกาสทางการท่องเที่ยวในวงกว้าง ตลอดจนปลูกฝังการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ทั้งนี้มีการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลักปลูกกระแสการเดินทางท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นปี ด้วยการจัดงาน “เทศกาลเที่ยวเมืองไทย” ครั้งที่ 38 ณ สวนลุมพินี เพื่อประชาสัมพันธ์กระตุ้นการออกเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย โดยนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของภูมิภาคต่าง ๆ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว สร้างแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวผ่านการจำลองวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีผู้เข้าชมงานถึง 687,783 คน มีเงินหมุนเวียน ภายในงานรวมกว่า 390 ล้านบาท สร้างการรับรู้และปลูกกระแสการออกเดินทางท่องเที่ยว โดยเผยแพร่ภาพยนตร์โฆษณา พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลในรูปแบบสกู๊ปท่องเที่ยว เพื่อสื่อสารข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ทั้งช่องทางหลัก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ

วิทยุ และสื่อออนไลน์ รวมทั้งสื่อสารผ่านกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความคิด รวมไปถึงชุมชนออนไลน์ที่ได้รับความนิยม

การส่งเสริมให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคผ่านโครงการ “ทำเที่ยวข้ามภาค ปี 2” เน้นการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรทั้งในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย โดยจัดทำโปสเตอร์ฉบับพิเศษ โดยสารบินข้ามภาคราคาพิเศษ และแพ็คเกจบัตรโดยสารพร้อมที่พัก ร่วมกับสายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส จัดกิจกรรมออนไลน์ต่างๆ และกิจกรรมประกวดถ่ายภาพ “ลองมอง เมืองรอง” ร่วมกับนิตยสาร อสท. โดยเจาะตลาดกลุ่ม GEN-Y เพื่อให้เป็นผู้ปลูกกระแสการเดินทางท่องเที่ยวจากการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ รวมทั้งได้จัดกิจกรรม Travel Fair มหกรรมข้ามภาค จัดรายการนำเที่ยว และสร้างการรับรู้ผ่านเว็บไซต์ www.พาเที่ยวข้ามภาค.com อีกด้วย

6) แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2562

ปี 2562 คาดว่าการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจะเติบโตด้วยดี ต่อเนื่องจากปี 2561 จากปัจจัยหลักด้านภาวะเศรษฐกิจไทยที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามลำดับ สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนกล้าใช้จ่ายใช้สอยและเกิดบรรยากาศในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งคาดว่า การเดินทางท่องเที่ยวจะกระจายสู่เมืองท่องเที่ยวรองมากขึ้น จากการสานต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในปี 2561 โดยเน้นส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้ชัดเจน เพื่อให้เกิดความแตกต่างและน่าสนใจ ผนวกกับการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมหลายโครงการ จะแล้วเสร็จเริ่มเปิดให้บริการในปี 2562 ช่วยให้การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคสะดวก รวดเร็ว ทำให้มีเวลาสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เมืองรองง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญที่ต้องติดตาม ได้แก่ เสถียรภาพทางการเมืองภายหลังการเลือกตั้งทั่วประเทศในเดือนกุมภาพันธ์ 2562 และการบริหารจัดการความสามารถ ในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนในเมืองรอง ซึ่งเริ่มเห็นปัญหาตั้งแต่ในปี 2561 อาทิ ปัญหาขยะล้นชุมชน รถติดและความแออัดในชุมชนจากนักท่องเที่ยวปริมาณมาก อย่างไรก็ตาม ผลจากเศรษฐกิจไทยที่เข้มแข็งขึ้น ผนวกกับมีการกระจายลงสู่ท้องถิ่นมากขึ้น คาดว่า รายได้ทางการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจะสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด ไว้ที่อัตราการเติบโตร้อยละ 10

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ปรีชา ศรีสุวรรณ (2557) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบกิจกรรมด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผลิตบริการอย่างใดอย่างหนึ่งด้านการท่องเที่ยว ที่

ก่อให้เกิดความสะดอกสบายหรือความพึงพอใจ และขายบริการด้านการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวให้แก่อุตสาหกรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) อธิบายว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบกิจกรรมด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผลิตบริการอย่างใด อย่างหนึ่งด้านการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสะดอกสบายหรือความพึงพอใจ และ ขายบริการทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะผลิต ทั้งสินค้าและบริการผสมกัน แต่ส่วนใหญ่จะผลิตบริการที่ไม่มีตัวตนมากกว่า โดยจะ ปรากฏให้เห็นในลักษณะของคุณค่าทางจิตใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ เช่น ความพึงพอใจ ความสุข เป็นต้น

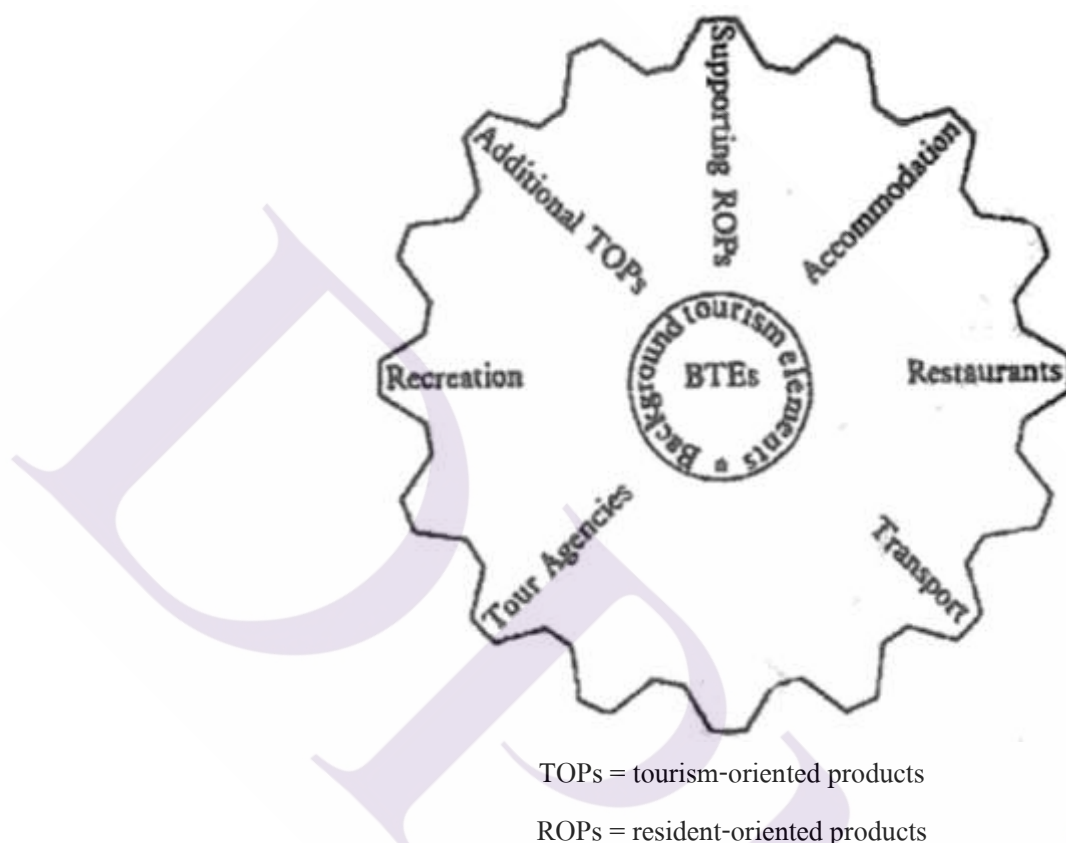
นิตา ชัชกุล (2554) อธิบายความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (tourism industry) หมายถึง ธุรกิจขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูง ใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organization) การควบคุม (controlling) และการตลาด (marketing) และครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม

ฉันทัช วรรณถนอม (2552) กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยว เป็นการซื้อด้วยสินค้าที่มองเห็นด้วยสายตา การผลิตสินค้า คือ บริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งก่อให้เกิดรายได้อย่างมหาศาลแก่ประเทศ และช่วยให้เกิดอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน คลาย วามตึงเครียด พร้อมกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่น ได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

2.3.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Witt and Moutinho (1995) ได้เปรียบองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นดัง “ตะกร้าสินค้าและบริการของตลาดการท่องเที่ยว” (Tourism Market Basket of Goods and Services) การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ใด พวกเขาจะเลือกตะกร้าที่ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจหรือองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Background Tourism Elements: MTEs) ที่เขาต้องการ และพวกเขาจะซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Products) ต่างๆ นำมาวางไว้ในตะกร้าที่เลือก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือในตะกร้าสินค้าและบริการนั้นจะ

ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถพิจารณาจากแบบจำลองต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ที่มา: Witt and Moutinho, Tourism Marketing and Management Handbook 1995. Coventry

แบบจำลองของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้ ได้แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (Tourism-oriented Products: TOPs) ได้แก่ โรงแรมที่พัก ร้านอาหารภัตตาคารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ หรือองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Background Tourism Elements: BTEs) สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทดังต่อไปนี้

1.1 องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural BTEs) หมายถึง ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติต่าง ๆ เช่น แหล่งน้ำ (ได้แก่ ทะเล ทะเลสาบ น้ำตก) สภาพดินฟ้าอากาศ ป่าไม้ ภูเขา ฯลฯ

1.2 องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural BTEs) หมายถึง โครงสร้าง และวิธีการทางสังคม ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา และการเมือง เป็นต้น

1.3 องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made BTEs) หมายถึง สิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ โบราณสถานอนุสาวรีย์ หรือแม้แต่สถาปัตยกรรมสมัยใหม่ต่าง ๆ ทั้งนี้ไม่มีความจำเป็นที่องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวจะต้องจำกัดอยู่ในประเภทใดประเภทหนึ่ง ในความเป็นจริงแล้วมีการผสมผสานกันอยู่ในองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภท

2. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (Resident oriented Products: ROPs) ได้แก่ ระบบโครงสร้างพื้นฐาน การจราจร การคมนาคมขนส่ง การสื่อสารโทรคมนาคม ไฟฟ้า ประปา การให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ ตำรวจ โรงพยาบาล ความปลอดภัย ฯลฯ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่สามารถดำเนินอยู่ได้ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (TOPs) แต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (ROPs) มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับที่ต่างๆ กัน อันที่จริงแล้วการด้อยคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (ROPs) จะส่งผลให้ความน่าสนใจในการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นลดลงด้วย อย่างไรก็ตาม เราไม่สามารถลากเส้นแบ่งที่ชัดเจนได้ว่าสินค้าหรือบริการใดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (TOPs) หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อผู้อยู่ ประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (ROPs) ได้ แท้ที่จริงแล้วทั้งผลิตภัณฑ์ทั้งสองกลุ่มในหลายๆ กรณีมีความผสมผสานกันอยู่ และอาจถูกบริโภคโดยทั้งนักท่องเที่ยวหรือประชาชนที่อยู่อาศัยก็ได้

2.3.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ได้สรุปความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไว้ดังต่อไปนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ

ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ

สิ่งแวดล้อม บทบาทที่เด่นชัดบทบาทหนึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจซึ่งอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ที่สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ

2. ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปกติรูปแบบวิถีชีวิตของคนในสังคมในทุกๆ สังคม จะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอยู่แล้ว จะช้าหรือเร็วก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยจากทั้งภายในและภายนอกมาเป็นตัวกระตุ้น จะพัฒนาไปในทางที่ดีหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งสองนั้นตลอดจนสภาพสังคมนั้นประกอบด้วย เช่นเดียวกับการที่หากสังคมใดต้องการเปลี่ยนตัวเองจากสังคมเดิมตามปกติมาเป็นสังคมที่เปิดกว้างพร้อมรับการเข้ามาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สังคมนั้นก็จะยังมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นหลายเท่าตัว เนื่องจากการท่องเที่ยวต้องเกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจหลายฝ่าย ต้องเกี่ยวข้องกับคนหลายคน ต้องเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมความต้องการของคนที่หลากหลาย

ผลของการท่องเที่ยวอาจไม่ได้ส่งผลต่อการทำให้วัฒนธรรมของท้องถิ่นต้องเปลี่ยนแปลงอย่างทันทีทันใด แต่อาจค่อยๆ ซึมซับอย่างช้าๆ ธุรกิจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาคต่างๆ ที่มีความล่อแหลมต่อความรับผิดชอบในวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ จึงควรตระหนัก หมั่นสังเกตติดตาม พัฒนานำวัฒนธรรมในสิ่งที่ดี และวัฒนธรรมภายนอกที่แตกต่างจากของตนมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแต่ต้องไม่ลืมคุณค่าวัฒนธรรมเดิมของตนด้วย

3. ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ย่อมทำให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นเหตุให้มีการมีการช่วยกันรักษาสภาพภูมิทัศน์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชน เพื่อสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มขึ้น และสามารถอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวมาสนับสนุนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อันเป็นการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า

2.3.4 ประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว

การจำแนกประเภทของธุรกิจการท่องเที่ยว อาจกระทำได้หลายวิธี (วิระพล ทองมา และคณะ, 2553) ดังนี้

1) การจำแนกประเภทของธุรกิจนำท่องเที่ยวตามลักษณะของการจัดบริการนำเที่ยวได้แก่

1.1) ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (domestic tour operator) หมายถึง การจัดทำนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในประเทศ เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นๆ เช่น การจัดทำนักท่องเที่ยวไทยในเมืองไทย

1.2) ธุรกิจจัดทำเที่ยวนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศไปยังแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ (inbound tour operator) เช่น ชาวอังกฤษหรือชาวเยอรมันเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.3) ธุรกิจจัดทำเที่ยวภายในประเทศเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศ (outbound tour operator) เช่น คนไทยเดินทางไปเที่ยวฮ่องกงหรือสหรัฐอเมริกา

2) การจำแนกประเภทของธุรกิจนำเที่ยวตามลักษณะและขอบเขตของการบริการได้แก่

2.1) ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการแบบเหมารวม (package tour) เป็นธุรกิจจัดทำเที่ยวโดยรวมค่าบริการต่าง ๆ ในราคาแบบเบ็ดเสร็จ การนำเที่ยวมีกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวและระยะเวลาที่แน่นอนและมักเดินทางเป็นกลุ่ม แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

(1) บริการเหมารวมที่มีผู้นำเที่ยว (escorted tour) นำเที่ยวแบบนี้จะมีผู้ดูแลหรือที่เรียกว่า หัวหน้าทัวร์ (tour escort) คอยอำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาการเดินทาง

(2) บริการเหมารวมที่ไม่มีผู้นำเที่ยว (unescorted tour) เป็นการนำเที่ยวที่ให้บริการด้านต่าง ๆ ในราคาแบบเบ็ดเสร็จโดยไม่มีหัวหน้าร่วมเดินทางอำนวยความสะดวกด้วย แต่จะมีผู้ประกอบการภาคพื้นดินมารับ โดยนักท่องเที่ยวจะถือตั๋ว (voucher) ที่มีรายละเอียดการให้บริการต่างๆ ไปยื่นให้กับผู้ให้บริการ เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สวนสนุก

2.2) ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการเฉพาะกลุ่ม (group inclusive tour) เป็นการจัดบริการตามความต้องการหรือความสนใจของกลุ่ม ที่มักจะเป็นสมาชิกของสโมสร สมาคม หรือองค์การธุรกิจ ได้แก่ การนำเที่ยวชมด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น วัด ปราสาทราชวัง หรือด้านธรรมชาติ เช่น ดูนก เดินป่า ใต้เขา หรือด้านกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำดูปะการัง สมาชิกองค์การต่างๆ นิยมเดินทางเป็นกลุ่ม เช่น 15 คนขึ้นไป เพราะประหยัดค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะในเรื่องค่ายานพาหนะ

2.3) ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการอิสระ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศและในประเทศเฉพาะราย (foreign individual tour and domestic individual tour) เป็นการจัดทำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดที่พักแรม พาหนะ การรับ-ส่งที่สนามบินหรือสถานขนส่ง อาหารบางมื้อ โดยอาจจัดให้มีการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวรวมอยู่ในโปรแกรมด้วยกัน

2.4) ธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการลักษณะพิเศษ (specialty intermediaries/channelers) เป็นธุรกิจที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิต เช่น โรงแรม ภัตตาคาร แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ กับลูกค้าในการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือประชุม นิทรรศการ หรือเป็นผู้จัดเดินทางท่องเที่ยวที่ได้รับมอบอำนาจจากบริษัท หรือเป็นนายหน้าบริษัทโดยสาร

2.3.5 โครงสร้างของธุรกิจการท่องเที่ยว

โครงสร้างของธุรกิจการท่องเที่ยว มีการกำหนดรูปแบบโครงสร้างในการบริหารงานออกเป็น 3 รูปแบบ (คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2560)

คือ

1) โครงสร้างการบริหารงานแบบแนวตั้ง เป็นโครงสร้างที่เน้นบุคคลเดียวให้สามารถทำหน้าที่ทุกอย่างตั้งแต่ต้นจนจบ

ข้อดี

- 1) ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบงานจะเป็นผู้ที่รู้จักสินค้าเป็นอย่างดี
- 2) สามารถคุมโครงการได้
- 3) เป็นการเน้นความสามารถพิเศษ

ข้อเสีย

1) คนเดียวไม่น่าจะมีความสามารถทุกอย่างลึกซึ้ง
 2) เมื่อเกิดเจ็บป่วยไม่มีใครสามารถทำแทนได้
 2) โครงสร้างการบริหารงานแบบแนวนอน เป็นการจัดโครงสร้างตามการบริหารงานหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงาน โครงสร้างรูปแบบนี้จัดดำเนินการในบริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีบุคลากรจำนวนมาก แต่ละแผนกจะรับผิดชอบเฉพาะงาน

3) โครงสร้างการบริหารงานแบบผสม บริษัทนำเที่ยวบางบริษัทอาจจะใช้รวมโครงสร้างแบบแนวตั้ง และแนวนอนไว้ด้วยกัน จะทำให้มีแผนกน้อยแต่มีภาระหน้าที่มาก

2.3.6 โครงสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

โครงสร้างของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบไปด้วยโครงสร้างที่สำคัญ 6 ประการ (สภาพัฒน์แห่งชาติ, 2558) คือ

- 1) แหล่งท่องเที่ยว
- 2) การคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางการท่องเที่ยว
- 4) บริการด้านการท่องเที่ยว
- 5) บุคลากรทางการท่องเที่ยว

6) ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของคำว่าความพึงพอใจ

Morse (1955) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ลดความตึงเครียดของพนักงานให้น้อยลงถ้ามีความตึงเครียดมากก็จะเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน ความตึงเครียดเป็นผลรวมจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อคราวใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ความเครียดน้อยลง ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจ จากคำนิยามของนี้ ทำให้มีนักวิชาการอีกหลายท่านได้ให้ความหมายไปในทิศทางที่คล้ายคลึงกัน โดยเน้นว่าความพึงพอใจ เกิดจากการได้รับการตอบสนอง

Kotler (2003) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของลูกค้าว่าเป็นระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลที่ได้รับหรือประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของบุคคล

Chaplin (2010) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หรือ ความพอใจ ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยา ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น

เยาวภา จันทร์สอน (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติด้านบวกที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งและแสดงออกมา เช่น ความชอบ ความพอใจ เมื่อได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ ฉะนั้น ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับการรับบริการตอบสนอง ความพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เราควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง เป็นความรู้สึกของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์ได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบ หากสิ่งนั้นตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ก็จะเกิดความรู้สึกบวก รู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวังจะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

สรชัย พิศาลบุตร (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ หมายถึง การที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ต้องการแต่ต้องอยู่ในขอบเขตที่ผู้ให้บริการสามารถจัดหาบริการให้ได้โดยไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดีงาม

สมหมาย เปียถนอม (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุข เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไปและเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ ความพึงพอใจจะทำให้บุคคลเกิดความสบายใจหรือสนองความต้องการทำให้เกิดความสุข รวมทั้งสภาพแวดล้อมต่างๆที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งที่ได้พบเห็นและได้สัมผัส อาจแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง หรือการพูด ความพึงพอใจขึ้นอยู่กับสิ่งที่ได้รับรู้ด้วยตนเอง และสิ่งที่คาดหวังนั้น แบ่งออกเป็น 3 ระดับ กล่าวคือ หากประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พึงพอใจ หากประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมมีความพึงพอใจ และหากประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวัง จะทำให้ลูกค้าย่อมเกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น และลูกค้าย่อมผูกพันทางใจกับตราสินค้านั้นจนเป็นความภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งผู้ผลิตมักจะพยายามผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพตรงกับสิ่งที่ลูกค้ายคาดหวังไว้เพื่อให้ลูกค้ายเกิดความพึงพอใจสูงสุด การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ายด้วยคุณภาพการบริการและมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นเป็นวิธีการเอาชนะลูกค้ายและคู่แข่งกัน โดยใช้การจัดการการตลาดเพื่อให้ลูกค้ายได้รับการตอบสนองความต้องการจนได้รับความพึงพอใจ

2.4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

Milllett (1954) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการไว้ว่าจะต้องมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) หมายถึง ผู้รับบริการจะได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก โดยใช้มาตรฐานการบริการเดียวกัน
2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง การให้บริการที่ตรงเวลา ตรงตามความต้องการ
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม ดังนั้น การให้บริการที่เท่าเทียมและตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้าบริการที่ให้ไม่เพียงพอ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอและดูแลจนกว่าจะหาย
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดการพัฒนาต่อไป

ศรัณยู วรากุลวิทย์ (2546) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้แก่

1. การคมนาคมขนส่ง เป็นปัจจัยสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การคมนาคมขนส่งมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ เส้นทาง สถานีขนส่ง ยานพาหนะ ราคาและระบบการขนส่ง

2. การพักผ่อน สถานที่พักผ่อนหรือที่พักผ่อน ได้แก่ โรงแรมหรือสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นที่พักชั่วคราว และที่พักเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวย่อมต้องการที่พักที่เป็นสถานที่ที่สะดวกสบาย

3. ร้านอาหาร อาหารและเครื่องดื่มเป็นปัจจัยสำคัญที่จะดึงดูดให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เป็นจุดเด่น สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

4. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) คือ บุคคลหรือบริษัทที่ซื้อบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบกันเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและนำผลิตภัณฑ์นั้นไปจำหน่ายให้แก่ผู้ที่สนใจ

5. แหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ก่อให้เกิดผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวชมและเกิดความพึงพอใจ

6. สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนและนำกลับไปยังภูมิลำเนา เนื่องจากประทับใจแหล่งท่องเที่ยวจึงซื้อสินค้าที่ระลึก ซึ่งเป็นของฝากซึ่งของที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในท้องถิ่นและมีเอกลักษณ์ เมื่อกล่าวถึงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

7. ความปลอดภัย การเดินทางท่องเที่ยวจะต้องมีความปลอดภัย หากนักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความปลอดภัยจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจท่องเที่ยว

8. การอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่จะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีในการมาท่องเที่ยว

9. การจัดบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการคมนาคมขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ร้านอาหาร ที่พัก ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

2.4.3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

นิตยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวถึงความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการบริการสามารถแบ่งออกได้ถึงคุณภาพของการบริการซึ่งสามารถแบ่งระดับของจิตความรู้สึกของลูกค้าได้รับจากการบริการต่าง ๆ ออกเป็น 4 ระดับ คือ

1. ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าไม่ได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจากบริการนั้น ๆ
2. ความพึงพอใจ (Satisfaction) เกิดขึ้นจากเมื่อลูกค้าได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจากบริการนั้น ๆ
3. ความประทับใจ (Delighted) เกิดขึ้นจากเมื่อลูกค้าได้รับผลประโยชน์มากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวังจะได้จากบริการนั้น ๆ
4. ความภักดี (Loyalty) เกิดขึ้นจากเมื่อลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและประทับใจกับการบริการที่ได้รับเขาไม่พยายามที่จะหาบริการอื่นมาทดแทนจะใช้บริการนั้น ๆ จากผู้ให้บริการเดิมต่อไป

2.4.4 ผลของความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการ

นิตยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจมีผลต่อการจัดการธุรกิจหลายประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ
ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจในการบริโภคของลูกค้าและก่อให้เกิดการซื้อซ้ำที่ก่อให้เกิดยอดขาย และการรักษาระดับความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอจะมีผลต่อความสำเร็จของบริษัท เนื่องจากส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้าเป็นการสร้างชื่อเสียงให้ธุรกิจ การมีความจงรักภักดีสูงจะช่วยขจัดอุปสรรคที่เกิดขึ้นในใจออกไปได้ง่าย ลูกค้าอาจจะมองข้ามความผิดพลาดเล็กน้อยบางอย่างไป ลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะทำการซื้อซ้ำพูดต่อกับเพื่อนๆ ไม่สนใจสินค้าอื่นๆ
2. ความพึงพอใจของลูกค้าช่วยให้องค์การมีองค์ประกอบของการแข่งขันทางธุรกิจที่เหนือกว่า

เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปแล้วว่า การมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ ไม่สามารถช่วยธุรกิจให้ดำรงอยู่ได้ แต่ความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นอาวุธในการแข่งขันที่ดี เนื่องจากการมีความพึงพอใจของลูกค้าสูงจะช่วยให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ เพราะความพึงพอใจของลูกค้าจะมีผลต่อ ภาวลักษณะของธุรกิจ และมีผลกระทบในทางบวกต่อชื่อเสียงโดยตรง ปัจจุบันธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสร้าง

ฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ทั้งนี้ก็เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม การซื้อ และการบริโภคของลูกค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้านั่นเอง

3. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลกำไรของธุรกิจ

ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถเพิ่มอัตราผลกำไรให้เกิดธุรกิจได้ไม่ใช่แค่เพียงสร้างให้เกิดการซื้อซ้ำ (Repurchase) แต่โดยการใช้ความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูงเป็นจุดแข่งขันเปรียบเทียบ (Benchmark) ถ้าธุรกิจสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้สูงกว่า หรืออย่างน้อยเท่ากับจุดความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า จะเป็นการสร้างความภักดีของลูกค้า

4. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการเปรียบเทียบ (Benchmark) เพื่อเสริมธุรกิจและสวัสดิภาพทางสังคม

Formeli & Wemerfelt (1998 อ้างถึงใน นิตยาพร เสมอใจ, 2550) แนะนำว่า ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจะต้องเปิดโอกาสให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็น รับฟังคำร้องเรียนจากลูกค้า และตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงคุณภาพในการตอบสนองต่อความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งจะมีผลต่ออัตราผลกำไรของธุรกิจโดยตรงตัววัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวเปรียบเทียบ สำหรับเสริมธุรกิจของชาติ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ว่าผลงานทางเศรษฐกิจด้านสวัสดิการประชาชน นโยบายสาธารณะ และกลุ่มผู้บริโภค สร้างเป้าหมายของสวัสดิการของผู้บริโภคสำหรับความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างไรบ้าง

จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจไม่ใช่เพียงสร้างผลประโยชน์แก่ธุรกิจเท่านั้น แต่ยังส่งผลถึงระบบเศรษฐกิจและสังคมที่มีประสิทธิภาพอีกด้วย การสร้างความพึงพอใจจึงควรได้รับความสนใจจากทุกธุรกิจมากกว่าปัจจุบันที่เป็นอยู่เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคมให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประโยชน์ที่สำคัญของการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า คือ การนำมาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากความพึงพอใจทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและทำการซื้อซ้ำรวมถึงการมีความจงรักภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งส่งผลกำไรในระยะยาว โดยทั่วไปแล้วลูกค้าจะรู้สึกถึงความพึงพอใจต่อเมื่อรู้สึกถึงความคุ้มค่าของผลประโยชน์ที่ตนได้รับจากผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่เขาตั้งใจไว้ตอนแรก ซึ่งความคาดหวังเกิดจากความรู้อะไรและประสบการณ์ในอดีตของบุคคล หากผลประโยชน์เป็นไปตามที่เขาคาดหวังหรือเหนือกว่าย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และความประทับใจ (Impression) หรือความปิติสุขใจ (Delight) ตามลำดับ

2.4.5 วิธีการสร้างความพึงพอใจให้มีประสิทธิภาพในการบริการ

วิธีการทำให้มีประสิทธิภาพในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ต้องพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1. สร้างความแตกต่างด้านการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ในตลาดมีหลากหลายชนิด และการแข่งขันนับวันจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น หากธุรกิจไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับตนเองและผลิตภัณฑ์ก็ยากที่จะเข้าสู่ตลาดและอยู่รอดในเวทีการแข่งขันได้

2. การสร้างมูลค่ารวมสำหรับลูกค้า มูลค่ารวมสำหรับลูกค้า หมายถึง ผลประโยชน์ (Benefit) ที่ลูกค้าได้รับหรือ อรรถประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ อันเกิดมาจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้าง ความแตกต่างทางการแข่งขัน อันเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคได้รับ

3. ต้นทุนรวมของลูกค้า คือ ต้นทุนในการซื้อและการบริโภคผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ ของลูกค้า ซึ่งมาจากราคา ของผลิตภัณฑ์ เวลา และพลังงานที่ต้องสูญเสียในการซื้อ-การใช้ รวมถึงต้นทุนด้านจิตวิทยาที่ลูกค้า ต้องยอมรับจากการซื้อ-การใช้ผลิตภัณฑ์

4. มูลค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า เป็นความแตกต่างระหว่างมูลค่ารวมสำหรับลูกค้าและต้นทุนรวมของลูกค้า ดังนั้นมูลค่ารวมสำหรับลูกค้าและต้นทุนรวมของลูกค้า จึงเป็นเกณฑ์สำหรับธุรกิจในการกำหนด และประเมินมูลค่าที่จะส่งมอบให้แก่ลูกค้าของตน โดยอย่างน้อยต้องส่งมอบมูลค่าให้ได้ตามที่ลูกค้า คาดหวังหรือที่ลูกค้าได้จ่ายมากับต้นทุนทั้งหมด ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มที่นี้จึงหมายความว่า การ สร้างมูลค่าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าต้องสูงกว่าต้นทุนของลูกค้าหรือราคาของสินค้า

5. ความคาดหวังของลูกค้า คือลูกค้าจะคาดหวังกับสิ่งที่จะได้รับจากการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งความ คาดหวังของลูกค้าเกิดจากความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คุณประโยชน์ของ ส่วนประสมตัวผลิตภัณฑ์ การทดลองใช้ ฟังคำบอกเล่าและประสบการณ์ในอดีตของลูกค้า ธุรกิจต้องส่งมอบมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า เพราะหากเขาได้รับมูลค่าที่เขาคาดหวังสูงก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้ามูลค่าที่ได้รับต่ำกว่าที่คาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ

2.4.6 ความพึงพอใจการท่องเที่ยว

Cadotte (1982 อ้างถึงใน ปันยสา สิริรุ่งโรจน์กนก, 2559) กล่าวว่า ในด้านการท่องเที่ยว ความพึงพอใจเป็นที่เข้าใจกันว่า หมายถึง ความคาดหวังที่มีก่อนที่จะเดินทาง และประสบการณ์ที่ได้รับภายหลังจากการเดินทาง และได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เป็นไปในช่วงของการกระทำ เมื่อประสบการณ์ดังกล่าวมีความแตกต่างในทางลบจากความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้น แต่ถ้าเป็น ไปตามที่คาดหวังไว้ จะทำให้เกิดความพึงพอใจ

Pearce (1988 อ้างถึงใน ปณิสา สิริรุ่งโรจน์กนก, 2559) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความชอบที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทาง และส่งผลต่อการประเมินความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวภายหลังการเดินทางไปเยือนในสถานที่แห่งนั้นแล้ว โดยพบว่าถ้าความชอบในแหล่งท่องเที่ยวมีอยู่มากเป็นทุนเดิมก่อนการเดินทาง ก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจหลังการเดินทางไปในทางบวก และสรุปเป็นทฤษฎีได้ว่าถ้า นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวก็อาจกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือมีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ หรืออาจแสดงออกทางคำพูดชื่นชมในแหล่งท่องเที่ยววนั้น แต่ในทางตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวเกิดความไม่พอใจก็อาจจะทำให้ไม่กลับไปเยือนแหล่งท่องเที่ยววนั้นอีก ไม่มีการแนะนำให้นักท่องเที่ยวคนอื่นมาเที่ยวหรืออาจพูดถึงแหล่งท่องเที่ยวในด้านลบ และทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความเสียหายทางการตลาดได้

Hughes และ Pizam (1991 อ้างใน ปณิสา สิริรุ่งโรจน์กนก, 2559) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นความพึงพอใจที่มีความหลากหลาย ซึ่งประกอบไปด้วย ความพึงพอใจต่อมิติต่าง ๆ ในแต่ละด้าน เช่น สิ่งต่างๆ ที่ได้รับประสบการณ์ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อาทิเช่น ความพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก (การคมนาคม ร้านอาหาร ฯลฯ) ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ (ความสวยงาม ความเป็นธรรมชาติ ทิวทัศน์ ฯลฯ) หรือความพึงพอใจต่อการบริการต่างๆ การที่ระบุความพึงพอใจโดยแยกเป็นด้านจะทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเรื่องใดบ้าง และอะไรทำให้นักท่องเที่ยวไม่พอใจในการท่องเที่ยว

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว ความคาดหวังมักเกิดขึ้นก่อนการเดินทาง และประสบการณ์จากการเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นผลลัพธ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวประเมินว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจนั้นประกอบไปด้วยหลายด้าน เช่น ความพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก (การคมนาคม ร้านอาหาร ที่พัก ฯลฯ) ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ (ความสวยงาม ความเป็นธรรมชาติ ทิวทัศน์ ฯลฯ) หรือความพึงพอใจต่อการบริการต่าง ๆ เป็นต้น หากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีและได้รับการตอบสนองเท่าที่คาดหวังหรือเกินกว่าที่หวังไว้ ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดี ไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวเกิดความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวก็ จะทำให้มีการแนะนำบอกต่อกับนักท่องเที่ยวคนอื่นให้มาเยี่ยมชม แต่ถ้าความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นก็

อาจทำให้ไม่มีการบอกต่อหรือกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวในด้านลบซึ่งนั่นจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสียหายได้

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชลิตา เณิมรักชาติ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการมาเยี่ยมชมวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย 2) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า One-Way ANOVA ค่า Pearson Correlation และค่า Chi-square ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท หรือน้อยกว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมมาท่องเที่ยวต่อวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยววัดร่องขุ่น (ก่อนหน้านี้) 1 ครั้ง ทราบข้อมูลข่าวสารของวัดร่องขุ่นจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก เดินทางมากับครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางจาก โรงแรมหรือที่พักไปเยี่ยมชมวัดร่องขุ่นในแต่ละครั้ง (เฉลี่ยต่อครั้ง 1 คน) ต่ำกว่า 500 บาท ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดร่องขุ่นโดยรวมมากที่สุด แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดร่องขุ่นโดยรวมมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดร่องขุ่นโดยรวมมีความพึงพอใจมากในทุกด้าน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติ แรงจูงใจในการมาเยี่ยมชมวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงรายแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติ แรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุ่น (ความถี่การเดินทางมาท่องเที่ยว) และ(ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทย (แหล่งข้อมูลข่าวสารของวัดร่องขุ่น) เพศ ระดับการศึกษา อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย (พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว) อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ค่าใช้จ่ายในการเดินทางจาก โรงแรมหรือที่พักไปเยี่ยมชมวัดร่องขุ่นในแต่ละครั้ง) และ

ทัศนคติ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่อง
 ชุ่น จังหวัดเชียงรายมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันทิศ
 ทางบวกในระดับสูงมาก

ณัฐริการ์ ปานมาศ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
 นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี วัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความ
 พึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำเพื่อทราบแนวทางการท่องเที่ยวอำเภอเกาะสมุย จังหวัด
 สุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำเพื่อทราบ
 แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะสมุยให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้
 แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มา
 เที่ยวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 200 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ
 ต่างกัน อายุที่ต่างกันระดับการศึกษาที่ต่างกัน อาชีพที่ต่างกัน รายได้เฉพาะต่อ
 เดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
 ไม่แตกต่าง มีเพียงสถานภาพที่ต่างกัน ที่มีความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะ
 สมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษาความสัมพันธ์
 ระหว่างความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำเกาะสมุยกับพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา
 ทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ระดับ 0.01

สุวิทย์ จันทร์เพ็ญ (2558) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
 มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อเปรียบเทียบ
 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนต์ เขา
 ใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
 ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 381 คน เครื่องมือ
 ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามปลายปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติ
 เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) t-test และ One-Way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า
 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่
 รุ่งนกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก จากการ
 พิจารณารายด้านนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านสถานที่สูงที่สุด
 รองลงมา ด้านเจ้าหน้าที่พนักงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมในไร่รุ่งน ด้านความ

ปลอดภัย ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนต์เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

แคทรียา ปันทะนะ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite population) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งมาเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 คน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ไปกลับวันเดียว ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในด้านการให้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ด้านสถานที่จัดงาน ด้านความสะดวกในการเดินทาง/ท่องเที่ยว และด้านราคา ตามลำดับ โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ายาจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อจำแนกตามอายุ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน และเมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

พิกุลแก้ว สุขขำ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบจำลอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบจำลองออกกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบจำลอง จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Samples t-test, One-Way ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรสและโสด การศึกษาปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน รายได้ 20,001-30,000 บาท นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ส่วนใหญ่กับผู้ร่วมเดินทาง 4 คน โดยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดั้งเดิมและจำลองเป็นครั้งแรก ขับรถมาเองและไม่พักค้างคืน กิจกรรมที่ทำ คือ รับประทานอาหารในตลาดน้ำ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 2,040.59 บาท มีการศึกษาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตก่อนการมาเที่ยวตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำแน่นอน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้แตกต่าง

กัน ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการศึกษาต่างกันมีผลทำให้การกลับมาตลาดน้ำแตกต่างกัน ค่าใช้จ่ายต่างกันและการแนะนำบุคคลอื่นมาเที่ยวแตกต่างกัน

อาริยา พนมไพร (2557) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย - สปป.ลาว) อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย - สปป.ลาว) อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการจุดล่องเรือแม่น้ำโขง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้สถิติทดสอบค่าที สถิติไคสแควร์ โดยทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมดนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการวิจัยพบว่า 1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด การศึกษาค่ากว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท 2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาใช้บริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย – สปป.ลาว) เป็นครั้งที่ 2 ใช้เวลาในการท่องเที่ยวตลาดปลอดภาษี (สปป.ลาว) ประมาณ 1.30 ชั่วโมง โดยมาใช้บริการกับครอบครัว/ญาติพี่น้องในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ พาหนะที่ใช้เดินทางมาส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เรือที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นเรือหางยาว/เรือสองตอน (1 – 5 คน) และจะกลับมาใช้จุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง อีกในครั้งต่อไป 3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย - สปป.ลาว) ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย - สปป.ลาว) ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน 5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย - สปป.ลาว) ด้านโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวครั้งต่อไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย - สปป.ลาว) ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวครั้งต่อไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 7. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจุดบริการ

ล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย - สปป.ลาว) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจุดบริการล่องเรือแม่น้ำโขง (ไทย - สปป.ลาว) อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน

เจนจิรา บรรจงนิ๊ก (2555) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดน่าน 2) สำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่าน จำนวน 400 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแตกต่าง (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 25-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้ทักษะแรงงาน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทและมีภูมิลำเนาทางภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดน่านด้านปัจจัยผลักดันเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (ระดับมาก) และน้อยที่สุดคือ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.0 (ระดับน้อย) และให้ความสำคัญกับปัจจัยดึงในประเด็นความสวยงามทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตกมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ความเงียบและสงบของเมืองน่านค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (ระดับมาก) และน้อยที่สุดคือความเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งปลูกสร้างทรงล้านนาโบราณค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 (ระดับปานกลาง) ด้านความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ(แหล่งท่องเที่ยว)มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านที่พัก ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (ระดับมาก) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 (ระดับมาก) ด้านคมนาคม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 (ระดับมาก) ตามลำดับจากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่านด้านต่างๆ ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนา ส่งเสริม หรือวางกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน เช่น การจัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ มีการจัดทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหรือแคมเปญต่างๆ เป็นต้น หน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน หรือผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรกำหนดทิศทางการพัฒนา และการจัดการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน

สินารถ สรรพกิจ (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมและความพึงพอใจ ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยทำการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ราย ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากภาคกลางและกรุงเทพมหานคร จำนวน 236 ราย และนักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ จำนวน 164 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคกลางและกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 33 ปี มีสถานภาพโสด เป็นนักเรียน/นักศึกษา การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ส่วนบุคคล 17,883 บาท/เดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลมากเป็นอันดับ 1 คือ ด้านราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ รองลงมา คือ ด้านสถานที่ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของแหล่งท่องเที่ยว และด้านบุคลากร ได้แก่ อธิษาศัยและความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น ตามลำดับ วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีเฉลี่ย 4 ครั้ง บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุด คือ สะพานข้ามแม่น้ำแคว และการล่องแพชมแม่น้ำแคว กลุ่มตัวอย่างที่จัดการท่องเที่ยว ด้วยตนเองมีค่าใช้จ่ายคนละ 1,442 บาท/วัน ระยะเวลาในการพักผ่อนเฉลี่ยคนละ 3 วัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเที่ยวคนละ 1,854 บาท/วัน ระยะเวลาในการพักผ่อนเฉลี่ย คนละ 2 วัน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 34 ปี มีสถานภาพโสด เป็นข้าราชการ/พนักงานของรัฐ การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ส่วนบุคคล 19,171 บาท /เดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลมากเป็นอันดับ 1 คือ ด้านราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ได้แก่ อธิษาศัยและความเป็นมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น และด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสวยงามและหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว เทศกาล ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและพิพิธภัณฑ์ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีเฉลี่ย 4 ครั้ง บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คือ ครอบครัว /ญาติพี่น้อง แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุด คือ สะพานข้ามแม่น้ำแคว และการล่องแพชมแม่น้ำแคว กลุ่มตัวอย่างที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมีค่าใช้จ่ายคนละ 1,573 บาท/วัน ระยะเวลาในการพักผ่อนเฉลี่ยคนละ 3 วัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวมี

ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวคนละ 1,767 บาท/วัน ระยะเวลาในการพักผ่อนคนละ 2 วัน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

เอกวิทย์ เกษจันทร์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาและเพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาซึ่งระดับความพึงพอใจนั้นแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ และด้านความปลอดภัย ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการมาอยู่ที่ 1-3 ครั้ง การเดินทางกับครอบครัว (ลูก สามี หรือภรรยา) มากที่สุด มีค่าใช้จ่าย (เฉพาะของตนเอง) 1,001 –3,000 มากที่สุด มีจุดประสงค์หลักส่วนใหญ่ มาจากความบันเทิง/ พักผ่อน มีการใช้จ่ายานพาหนะส่วนใหญ่ ใช้รถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่พักบ้านญาติ/ บ้านเพื่อน มากที่สุด มีการเดินทางมาท่องเที่ยวขึ้นอยู่กัโอกาส มากที่สุด ส่วนใหญ่มีจะค้างคืน แหล่งข้อมูลที่ทำให้เดินทางมาส่วนใหญ่มาจากเพื่อน และส่วนใหญ่เดินทางเอง มากที่สุด และผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า โดยภาพรวมมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย มากที่สุด รองลงมา คือด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสินค้าและบริการ ตามลำดับ

ชาญวิทย์ ฐิติเจริญศักดิ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสวนสัตว์นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมชมสวนสัตว์นครราชสีมา ในด้านสิ่งดึงดูด ด้านกิจกรรมต่างๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักอาศัย และด้านการเข้าถึง 2) เพื่อหาแนวทางพัฒนาสวนสัตว์นครราชสีมาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเยี่ยมชมสวนสัตว์นครราชสีมา จำนวน 400 ราย ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ ผลการวิจัยพบว่า ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์นครราชสีมา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึง ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านกิจกรรมต่างๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านที่พักของสวนสัตว์ นครราชสีมาอยู่ในระดับปานกลาง โดยผลที่ได้จากการวิจัยทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม และสามารถใช้ในการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขปัญหาการบริการด้านต่างๆ ของสวนสัตว์ ได้ต่อไป ในส่วนของแนวทางในการพัฒนาของสวนสัตว์นครราชสีมา ควรมีการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในสวนสัตว์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น และ อีกสิ่งหนึ่งที่ควร

ปรับปรุง คือในเรื่องของที่พักอาศัยภายในสวนสัตว์ ควรมีการเพิ่มจำนวนและการจัดการเรื่องความสะอาดของห้องพักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักภายในอนาคตต่อไป

พัศตร์ หิรัญญการ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของวัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม โดยวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของวัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ในการหาค่าพยากรณ์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับที่มาก ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง

จิรภัทร บุญรักษา (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน จำนวน 400 ราย พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรก คือ การลดราคาที่พัก ด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ การจะกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต คือ ยังไม่แน่ใจ จะบอกต่อและจะแนะนำให้เพื่อน/ญาติให้มาเที่ยวแน่นอน

สิริกมล กันทะวัง (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ผลการศึกษาพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนาในภาคกลาง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ประจำเฉลี่ย 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยไม่เกี่ยวข้องกับฤดู ต้องการไปเยี่ยมชมธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีเหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต ในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางด้วยตัวเองทั้งหมด โดยส่วนใหญ่มาเที่ยวอำเภอปายเป็นครั้งแรก ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ และเดินทางมากับเพื่อน โดยมีระยะเวลาในการพักที่อำเภอปายเป็นเวลา 2 คืน โดยพักที่รีสอร์ท และไปเที่ยวที่ถนนคนเดินมากที่สุด ในการเดินทางครั้งนี้เลือกมาเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพราะความต้องการด้านกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเอง โดยก่อนการเดินทางครั้งนี้ มีการหาข้อมูลจากคำบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด โดยมีความเห็นว่าแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากที่สุดคือ คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ มีการเตรียมการท่องเที่ยวโดยเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า

อภิรัตน์ คารงศักดิ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ และสภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายสะอาด ปลอดภัย และด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเช่า รถสาธารณะ มีเพียงพอ

ภรณ์ทิพย์ หงส์ขาว (2553) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ F-test ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับรายได้ 10,000 - 15,000 บาท ภูมิลำเนาเป็นคนจังหวัดกระบี่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน ผลการเปรียบเทียบของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลำเนา มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดมหาสารคาม โดยมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 วิธีดำเนินการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ยังแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือนสิงหาคม-ตุลาคม พ.ศ. 2562 ได้แบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 385 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป แบบพักค้างคืน และแบบไป-กลับ

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับ

ความเชื่อมั่น 95% จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 385 คน และสำรอง จำนวน 15 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 คน (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2540)

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

เมื่อ N คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อ Z คือ ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ คือ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

เมื่อ E คือ สัดส่วนของค่าความคาดเคลื่อน ในการวิจัยครั้งนี้ต้องการคาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ($E = .05$) ด้วยความเชื่อมั่น 95%

คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} N &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ &= 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ เท่ากับ 385 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บจำนวนตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างอีก 15 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 400 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดมหาสารคาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-end) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่พักและภูมิลำเนา โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบคำถามปลายปิด โดยคำถามจะมีหลายคำตอบให้เลือก

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดมหาสารคาม โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบคำถามปลายปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรา

ส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามหลักของ Likert โดยกำหนดระดับให้เลือกตอบ 5 ระดับ ดังนี้ (Sekaran and Bougie, 2010)

5	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การแปลผลโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณ ช่องกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จะได้ช่วงระหว่างชั้นเท่ากับ 0.80 คะแนน แล้วนำมาจัดช่วงคะแนนเฉลี่ย และเกณฑ์ ความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามชนิดปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวน

3.3.2 การตรวจสอบเครื่องมือ

1) การหาความเที่ยงตรง (validity) ในการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหาว่าสามารถวัดได้ตรงตามประเด็นการศึกษา และความแตกต่างสอดคล้องกับทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบของการศึกษา

2) การหาความน่าเชื่อถือ (reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ไปตรวจสอบ โดยการนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา (Try out) จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่า

สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) โดยอ้างอิงจาก Sekaran and Bougie (2010) ซึ่งกล่าวไว้ว่าถ้าค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามน้อยกว่า 0.6 ถือว่าใช้ไม่ได้ (Poor) 0.7 ยอมรับได้ (Acceptable) มากกว่า 0.8 ดี (Good) หากค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ขึ้นไป สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Method) โดยการใช้แบบสอบถามทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดมหาสารคาม ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ 2) ด้านสถานที่ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านความปลอดภัย และ 5) ด้านการประชาสัมพันธ์

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ ตำรา หนังสือ วิทยานิพนธ์ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณและประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำค่าที่ได้ มาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage)

2) ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดมหาสารคาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3) การทดสอบสมมติฐาน โดยการหาค่าสถิติทดสอบ t-test ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 2 กลุ่ม สำหรับการวิเคราะห์ความแปรปรวน เมื่อพบความแตกต่างจำทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ Scheffe โดยกำหนดการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระยะเวลาที่พัก และภูมิลำเนา สามารถนำเสนอผลการศึกษาได้ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง ระยะเวลาในการท่องเที่ยวและเข้าพักอยู่ในจังหวัดมหาสารคามของนักท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามกับใคร การรับข้อมูลท่องเที่ยว ภูมิลำเนา และสถานที่ที่มาท่องเที่ยว รายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	158	41.04
หญิง	227	58.96
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 และเป็นเพศชาย จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 30 ปี	226	58.70
31 – 40 ปี	106	27.53
มากกว่า40ปีขึ้นไป	53	13.77
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมา อายุ 31-40 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.53 และอายุมากกว่า 40 ปี ขึ้นไป จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	41	10.65
ปริญญาตรี	301	78.18
สูงกว่าปริญญาตรี	43	11.17
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 78.18 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	41	10.65
พนักงานบริษัทเอกชน	116	30.13
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	186	48.31
พนักงานมหาวิทยาลัย/รัฐวิสาหกิจ	31	8.05
ข้าราชการ	11	2.86
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.31 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.13 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.65 พนักงานมหาวิทยาลัย/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.05 และข้าราชการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 9,000 บาท	61	15.84
9,001 – 15,000 บาท	134	34.81
15,001 – 25,000 บาท	136	35.32
25,001 – 35,000 บาท	32	8.31
35,001 บาทขึ้นไป	22	5.71
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.32 รองลงมา รายได้ 9,001 – 15,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.81 รายได้ไม่เกิน 9,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.84 รายได้

25,001 – 35,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.31 และรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง

รายจ่ายเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	207	53.77
5,001 – 10,000 บาท	135	35.06
10,001 – 15,000 บาท	21	5.45
15,001 – 20,000 บาท	11	2.86
มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	11	2.86
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้งไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 53.77 รองลงมา รายจ่ายเฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.06 รายจ่ายเฉลี่ย 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 รายจ่ายเฉลี่ย 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 และรายจ่ายเฉลี่ยมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวและเข้าพักอยู่ในจังหวัดมหาสารคามของนักท่องเที่ยว

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 วัน	125	32.47
2 วัน	103	26.75
3 วัน	114	29.61
มากกว่า 5 วันขึ้นไป	43	11.17
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวและเข้าพักอยู่ในจังหวัดมหาสารคามของนักท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 รองลงมา ใช้ระยะเวลา 3 วัน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.61 ใช้ระยะเวลา 2 วัน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และใช้ระยะเวลา มากกว่า 5 วันขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีในการเดินทาง

วิธีในการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	345	89.61
รถโดยสารสาธารณะ	20	5.19
รถจักรยานยนต์	20	5.19
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้วิธีในการเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 89.61 รองลงมา รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.19 และรถจักรยานยนต์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่ร่วมเดินทาง

ผู้ที่ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครอบครัว	136	35.32
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	175	45.45
คนรัก	22	5.71
เดินทางคนเดียว	52	13.51
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมา ครอบครัว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.32 เดินทางคนเดียว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51 และคนรัก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

การรับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คำบอกกล่าวจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	218	56.62
เว็บไซต์/Facebook/Line	126	32.73
โทรทัศน์/วิทยุ/สื่อสิ่งพิมพ์/วารสาร	20	5.19
นิตยสารการท่องเที่ยว	21	5.45
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำบอกกล่าวจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.62 รองลงมา จากเว็บไซต์/Facebook/Line จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.73 จากนิตยสารการท่องเที่ยว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 และจากโทรทัศน์/วิทยุ/สื่อสิ่งพิมพ์/วารสาร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค

การรับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	300	77.92
ภาคกลาง	74	19.22
ภาคใต้	11	2.86
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 77.91 รองลงมา ภาคกลาง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.22 และภาคใต้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่มาท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พระธาตุนาคูน	198	51.43
วัดป่าวังน้ำเย็น	82	21.30
กุ้งสันตรัตน์	33	8.57
วนอุทยานโกสัมพี	21	5.45
สะพานไม้แกดำ	20	5.19
พระพุทธมิ่งมงคล	31	8.05
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวพระธาตุนาคูน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.43 รองลงมา วัดป่าวังน้ำเย็น จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 กุ้งสันตรัตน์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 พระพุทธมิ่งมงคล จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.05 วนอุทยานโกสัมพี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 และสะพานไม้แกดำ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.19 ตามลำดับ

4.1.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ทำการศึกษาความพึงพอใจใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม ด้านสินค้าและบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านบริการ ดังตาราง

ตารางที่ 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ร้อยละของความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความ พึง พอใจ	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การ แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)			
1. ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางศาสนา มากน้อยเพียงใด	35.06	56.62	8.31	-	-	4.27	0.60	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจต่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติภายในจังหวัด	35.06	43.12	21.82	-	-	4.13	0.74	มาก
3. ความพึงพอใจต่อความน่าสนใจวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่ชัดเจน มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	32.73	29.35	37.92	-	-	3.95	0.84	มาก
รวม						4.12	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางศาสนา อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติภายในจังหวัด และความพึงพอใจต่อความน่าสนใจ วิถีชีวิตของคนในชุมชนที่ชัดเจนมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการคมนาคม

ความพึงพอใจ ด้านการคมนาคม	ร้อยละของความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย ความ พึง พอใจ	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การ แปลผล
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)			
1. ความพึงพอใจต่อป้ายบอกเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด	27.01	48.57	19.22	5.19		3.97	0.82	มาก
2. ความพึงพอใจต่อถนนมีความ สะอาด ภายในจังหวัดและอำเภอ	24.42	45.71	24.68	5.19	-	3.89	0.83	มาก
3. ความพึงพอใจต่อเส้นทาง การเดินทางภายในจังหวัดและอำเภอ	32.73	27.01	35.06	5.19	-	3.87	0.93	
4. ความพึงพอใจต่อความสะดวกใน การเดินทางไปจังหวัดมหาสารคาม	21.56	43.38	29.87	5.19		3.81	0.83	มาก
รวม						3.89	0.82	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการคมนาคม พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อป้ายบอกเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด รองลงมา ความพึงพอใจต่อถนนมีความสะอาด ภายในจังหวัดและอำเภอ ความพึงพอใจต่อเส้นทางเดินทางภายในจังหวัดและอำเภอ และความพึงพอใจต่อความสะดวกในการเดินทางไปจังหวัดมหาสารคาม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสินค้าและบริการ

ความพึงพอใจ ด้านสินค้าและบริการ	ร้อยละของความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย ความ พึง พอใจ	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การ แปลผล
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)			
1. ความพึงพอใจต่อค่าอาหาร	21.56	21.56	19.22	5.19	-	3.92	0.78	มาก
2. ความพึงพอใจต่อราคาสินค้าและ ของที่ระลึก/ของฝาก	26.75	43.64	24.42	5.19	-	3.92	0.84	มาก
3. ความพึงพอใจต่อค่าที่พัก	24.42	45.97	24.42	5.19	-	3.90	0.83	มาก
4. ความพึงพอใจต่อค่าเข้าชม สถานที่ท่องเที่ยว	21.56	43.12	35.32	-	-	3.86	0.74	มาก
รวม						3.90	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสินค้าและบริการ พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อค่าอาหาร รองลงมา ความพึงพอใจต่อราคาสินค้าและของที่ระลึก/ของฝาก ความพึงพอใจต่อค่าที่พัก และความพึงพอใจต่อค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง ท่องเที่ยว	ร้อยละของความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย ความ พึง พอใจ	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การ แปลผล
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)			
1. ความพึงพอใจต่อที่จอดรถสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว	21.56	59.22	19.22	-	-	4.02	0.64	มาก
2. ความพึงพอใจต่อสัญญาณ โทรศัพท์ที่ชัดเจนในแหล่ง ท่องเที่ยว	21.56	59.48	13.77	5.19	-	3.97	0.75	มาก
3. ความพึงพอใจต่อร้านอาหารที่ สะอาดให้บริการในแหล่ง ท่องเที่ยว	21.56	48.57	29.87	-	-	3.92	0.71	มาก
4. ความพึงพอใจต่อห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอในแหล่งท่องเที่ยว	27.27	37.66	29.87	5.19	-	3.87	0.87	มาก
5. ความพึงพอใจต่อร้านค้าจำหน่าย สินค้าและของที่ระลึกในแหล่ง ท่องเที่ยว	27.01	38.18	29.61	5.19	-	3.87	0.87	มาก
รวม						3.93	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.16 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่าโดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อที่จอดรถสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา ความพึงพอใจต่อสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อร้านอาหารที่สะอาดให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอในแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อร้านค้าจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านบริการ

ความพึงพอใจ ด้านบริการ	ร้อยละของความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย ความ พึง พอใจ	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การ แปลผล
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)			
1. ความพึงพอใจต่อช่วงเวลาในการเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยว	21.56	53.77	24.68	-	-	3.97	0.68	มาก
2. ความพึงพอใจต่อการบริการด้านความปลอดภัย เช่น มีจุดแจ้งเหตุ เหตุการณ์ เหตุร้าย ในแหล่งท่องเที่ยว	24.42	51.17	19.22	5.19	-	3.95	0.80	มาก
3. ความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว	21.56	54.03	19.22	5.19	-	3.92	0.78	มาก
รวม						3.94	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.17 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านบริการ พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา ความพึงพอใจต่อการบริการด้านความปลอดภัย เช่น มีจุดแจ้งเหตุ เหตุการณ์ เหตุร้าย ในแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อช่วงเวลาในการเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

4.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระยะเวลาที่พัก และภูมิลำเนา

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระยะเวลาที่พัก และภูมิลำเนา ดังตาราง

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน
จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดมหาสารคาม	เพศ	จำนวน	t-test			
			Mean	S.D.	t	Sig
	ชาย	158	4.00	0.57	0.999	0.000**
	หญิง	227	3.93	0.77		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่ง
ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน
จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ โดยรวม

ความพึงพอใจ	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อแหล่ง ท่องเที่ยวในจังหวัด มหาสารคาม	ระหว่างกลุ่ม	25.790	2	12.895	30.810	0.000**
	ภายในกลุ่ม	159.876	382	.419		
	รวม	185.666	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่ง
ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างจำแนกตามอายุ รายการที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ รายคู่

ความพึงพอใจ	อายุ		Sig
ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด มหาสารคาม	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	0.965
		มากกว่า40 ปีขึ้นไป	0.000*
	31 – 40 ปี	20 – 30 ปี	0.965
		มากกว่า40 ปีขึ้นไป	0.000*
	มากกว่า40 ปีขึ้นไป	20 – 30 ปี	0.000*
		31 – 40 ปี	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ รายคู่ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี และมี 1 คู่ คือ อายุ 20 – 30 ปี กับอายุ 31 – 40 ปี ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม

ความพึงพอใจ	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อแหล่ง ท่องเที่ยวในจังหวัด มหาสารคาม	ระหว่างกลุ่ม	39.013	4	9.753	25.272	0.000**
	ภายในกลุ่ม	146.653	380	.386		
	รวม	185.666	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่าง รายคู่ ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายคู่

ความพึงพอใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		Sig
ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด มหาสารคาม	ไม่เกิน 9,000 บาท	9,001 – 15,000 บาท	0.000*
		15,001 – 25,000 บาท	0.000*
		25,001 – 35,000 บาท	0.905
		35,001 บาทขึ้นไป	0.034*
	9,001 – 15,000 บาท	ไม่เกิน 9,000 บาท	0.000*
		15,001 – 25,000 บาท	0.003*
		25,001 – 35,000 บาท	0.000*
		35,001 บาทขึ้นไป	0.000*
	15,001 – 25,000 บาท	ไม่เกิน 9,000 บาท	0.000*
		9,001 – 15,000 บาท	0.003*
		25,001 – 35,000 บาท	0.000*
		35,001 บาทขึ้นไป	0.000*
	25,001 – 35,000 บาท	ไม่เกิน 9,000 บาท	0.905
		9,001 – 15,000 บาท	0.000*
		15,001 – 25,000 บาท	0.000*
		35,001 บาทขึ้นไป	0.071
	35,001 บาทขึ้นไป	ไม่เกิน 9,000 บาท	0.034*
		9,001 – 15,000 บาท	0.000*
		15,001 – 25,000 บาท	0.000*
		25,001 – 35,000 บาท	0.071

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 2 คู่ คือ รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 9,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 25,001 – 35,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 25,001 – 35,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 25,001 – 35,000 บาท ที่มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระยะเวลาที่พัก โดยรวม

ความพึงพอใจ	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อแหล่ง ท่องเที่ยวในจังหวัด มหาสารคาม	ระหว่างกลุ่ม	10.450	3	3.483	7.574	0.000*
	ภายในกลุ่ม	175.217	381	.460		
	รวม	185.666	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระยะเวลาที่พัก โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระยะเวลาที่พัก รายคู่

ความพึงพอใจ	ระยะเวลาที่พัก		Sig
ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด มหาสารคาม	1 วัน	2 วัน	0.000*
		3 วัน	0.000*
		มากกว่า 5 วันขึ้นไป	0.007*
	2 วัน	1 วัน	0.000*
		3 วัน	0.855
		มากกว่า 5 วันขึ้นไป	0.766
	3 วัน	1 วัน	0.000*
		2 วัน	0.855
		มากกว่า 5 วันขึ้นไป	0.870
	มากกว่า 5 วันขึ้นไป	1 วัน	0.007*
		2 วัน	0.766
		3 วัน	0.870

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระยะเวลาที่พัก รายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวและเข้าพักอยู่ในจังหวัดมหาสารคาม 1 วัน มีความพึงพอใจแตกต่างจากระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน 3 วัน และมากกว่า 5 วัน ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน กับ 3 วัน และ มากกว่า 5 วันขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ รายได้ ระยะเวลาที่พัก และภูมิลำเนา สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 58.96 มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 78.18 มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.31 มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.32 มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้งไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 53.77 ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวและเข้าพักอยู่ในจังหวัดมหาสารคามของนักท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 ใช้วิธีการเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 89.61 เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำบอกกล่าวจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.62 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 77.91 มาท่องเที่ยวพระธาตุนาดูน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.43

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางศาสนา อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติภายในจังหวัด และความพึงพอใจต่อความน่าสนใจ วิถีชีวิตของคน ในชุมชนที่ชัดเจนมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ตามลำดับ ด้านการคมนาคม

พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อป้ายบอกเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด รองลงมา ความพึงพอใจต่อถนนมีความสะอาด ภายในจังหวัดและอำเภอ ความพึงพอใจต่อเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัดและอำเภอ และความพึงพอใจต่อความสะดวกในการเดินทางไปจังหวัดมหาสารคาม ตามลำดับ ด้านสินค้าและบริการ พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อร้านอาหาร รองลงมา ความพึงพอใจต่อราคาสินค้าและของที่ระลึก/ของฝาก ความพึงพอใจต่อค่าที่พัก และความพึงพอใจต่อค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อที่จอดรถ ความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา ความพึงพอใจต่อสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อร้านอาหารที่สะอาดให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอในแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ด้านบริการ พบว่า โดยรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา ความพึงพอใจต่อการบริการด้านความปลอดภัย เช่น มีจุดแจ้งเหตุ เหตุฉุกเฉิน เหตุร้าย ในแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อช่วงเวลาในการเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมี 1 คู่ คือ อายุ 20 – 30 ปี กับอายุ 31 – 40 ปี ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีเพียง 2 คู่ คือ รายได้เฉลี่ย ไม่เกิน 9,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท ที่มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน จำแนกตามระยะเวลาที่พัก โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณา

เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวและเข้าพักอยู่ในจังหวัดมหาสารคาม 1 วัน มีความพึงพอใจแตกต่างจาก ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน 3 วัน และมากกว่า 5 วัน ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน กับ 3 วัน และ มากกว่า 5 วันขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา ด้านบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ และด้านการคมนาคม ตามลำดับ โดยด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางศาสนา ด้านบริการ ได้แก่ ความพึงพอใจต่อช่วงเวลาในการเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความพึงพอใจต่อที่จอดรถสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ ได้แก่ ความพึงพอใจต่อค่าอาหาร และความพึงพอใจต่อราคาสินค้าและของที่ระลึก/ของฝาก และด้านการคมนาคม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อป้ายบอกเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามอายุ โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามระยะเวลาที่พัก โดยรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ชลิตา เฉลิมรัชชาติ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดร่องขุนโดยรวมมีความพึงพอใจมากในทุกด้าน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติ แรงจูงใจในการมาเยี่ยมชมวัดร่องขุน จังหวัดเชียงรายแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีทัศนคติ แรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของฉวีริการ์ ปานมาศ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ แตกต่างกัน อายุที่ต่างกัน ระดับการศึกษาที่ต่างกัน อาชีพที่ต่างกัน รายได้เฉพาะต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ไม่แตกต่าง มีเพียงสถานภาพที่แตกต่างกัน ที่มีความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำเกาะสมุยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับการศึกษาของสุวิทย์ จันทร์เพ็ญ (2558) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่รุ่งนกราน มอนเดี เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของแคทรียา ปันทะนะ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในด้านการให้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ด้านสถานที่จัดงาน ด้านความสะดวกในการเดินทาง/ท่องเที่ยว และด้านราคา ตามลำดับ การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อจำแนกตามอายุ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของพิกุลแก้ว สุขขำ (2557) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบจำลอง พบว่า รายได้แตกต่างกัน ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการศึกษาต่างกันมีผลทำให้การกลับมาตลาดน้ำแตกต่างกัน ค่าใช้จ่ายต่างกันและการแนะนำบุคคลอื่นมาเที่ยวแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของสินารถ สรรพกิจ (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมระดับมาก และความพึงพอใจในการเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของเอกวิทย์ เกษจันทร์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า โดยภาพรวมมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของพัศตร์ หิรัญญูการ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของวัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม พบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ

จิรภัทร บุญรักษา (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ และด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับมาก ด้านโรงแรมที่พัก และด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับการศึกษาของภรณ์ทิพย์ หงส์ขาว (2553) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอที่ได้จากการศึกษา

1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางศาสนามากที่สุด ซึ่งควรรักษาไว้เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดมหาสารคามและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามได้เป็นอย่างดีและทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ส่วนความพึงพอใจที่น้อยที่สุด ได้แก่ ความน่าสนใจ วิถีชีวิตของคนในชุมชนที่ชัดเจนมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ดังนั้นควรปรับปรุงและให้ความสนใจในการดำเนินวิถีชีวิตในชุมชน ทำการส่งเสริมสนับสนุนเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนเพิ่มขึ้น และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

2) ด้านการคมนาคม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจต่อป้ายบอกเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด ซึ่งการมีป้ายเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จึงควรสำรวจป้ายต่างๆ อยู่เสมอ เพื่อให้ป้ายอยู่ในสภาพดี ส่วนความพึงพอใจต่อความสะดวกในการเดินทางไปจังหวัดมหาสารคาม ระดับความพึงพอใจน้อยกว่าข้ออื่น ดังนั้น ควรมีการปรับปรุงโดยทำการสำรวจเส้นทางคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม หากพบว่าเส้นทางคมนาคมโดยเฉพาะทางรถยนต์เกิดการชำรุด ควรมีการซ่อมแซมเพื่อให้อยู่ในสภาพที่ดีและช่วยให้การคมนาคมสะดวก ปลอดภัย และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

3) ด้านสินค้าและบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อค่าอาหารมากที่สุด การที่ค่าอาหารมีความเหมาะสมต่อคุณภาพและบริการถือเป็นจุดเด่นที่สำคัญที่สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามมากขึ้น ส่วนความพึงพอใจต่อค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจน้อยกว่าข้ออื่น ดังนั้น ควรมีการปรับค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้มีความเหมาะสม จะช่วยให้นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามเพิ่มมากขึ้น และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อที่จอดรถสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด จะเห็นได้ว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางด้วยพาหนะของตนเอง การที่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัย เป็นสิ่งที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นจุดหนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ส่วนความพึงพอใจต่อห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอในแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจน้อยกว่าข้ออื่น ดังนั้น ควรมีการพัฒนาปรับปรุงห้องน้ำให้มีความสะอาด และเพียงพอต่อการให้บริการในทุกแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม ส่วนร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

5) ด้านบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อช่วงเวลาในการเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการ เปิด-ปิดสถานที่ท่องเที่ยวตามกำหนดเวลาที่ชัดเจนเป็นสิ่งดีที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการมาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถกำหนดเวลาในการเดินทางไปยังสถานที่จุดต่างๆ ได้ ช่วยให้ผู้สามารถท่องเที่ยวภายในจังหวัดมหาสารคามได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ส่วนความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจน้อยกว่าข้ออื่น ดังนั้น ควรมีการพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ และเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้ดูแลนักท่องเที่ยวได้สม่ำเสมอทั่วถึง และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

5.3.2 ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม
- 2) ควรศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม

3) ควรมีการศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยว ในจังหวัดมหาสารคาม

4) ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างในด้านปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจมาท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง



บรรณานุกรม

- กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ. (2550). รายงานการวิจัย เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์พิษณุโลก. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระตุ้นเที่ยวไทยกระจายรายได้สู่ 55 เมืองรอง ชู “จันทบุรี” ต้นแบบเมืองรอง. ค้นเมื่อ 24 กันยายน 2562 จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/09/tourism-thailand-less-visit-city-chanthaburi/>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2562 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2019). ค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2562. จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=525&filename=index
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). รายงานจำนวนนักท่องเที่ยว ปี 2560-2561. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). รายงานประจำปี 2557. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). รายงานประจำปี 2558. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). รายงานประจำปี 2559. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานประจำปี 2557. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). นโยบายการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- คณะกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2560). การวางแผนและดำเนินการจัดนำเที่ยว. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2562, จาก [http:// http://tourism-utcc.blogspot.com/2017/01](http://http://tourism-utcc.blogspot.com/2017/01)

- แคทรียา ปันทะนะ. (2557). รายงานการวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติ
ดอยอินทนนท์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาควิชาชีพ เชียงใหม่.
- จิตรานุช รักสัจจา. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2562, จาก
http://202.143.168.214/uttvc/newweb/2701_1001/g1c.html
- จิรภัทร บุญรักษา. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด
ลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่.
- เจนจิรา บรรจงนึก. (2555). แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวจังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2550). การวางแผนและการตลาดท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นัทรยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- นันทัช วรรณถนอม. (2552). ความหมายและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 28
กรกฎาคม 2562. จาก [https://tourismatbuu.wordpress.com/อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว/
ความหมายและความสำคัญขอ/](https://tourismatbuu.wordpress.com/อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว/ความหมายและความสำคัญขอ/)
- นันทัช วรรณถนอม. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทาง
ท่องเที่ยวภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชลิตา เกลิมรักชาติ. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุน จังหวัด
เชียงราย. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชาญวิทย์ ฐิติเจริญศักดิ์. (2554). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสวนสัตว์
นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชฎิล มาตรา. (2559). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของพระบรมธาตุนาถูน
อำเภอนาถูน จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- ณรงค์ฤทธิ์ เรียมศรี. (2554). **ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย**. ค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2562, จาก http://narongrit-riemsri.blogspot.com/2011/05/blog-post_8251.html
- ณัฐริการ์ ปานมาศ. (2560). **ความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นราศรี ไหววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2540). **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตา ชัชกุล. (2554). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. งานนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปรีชา ศรีสุวรรณ. (2557). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คืออะไร สำคัญอย่างไร**. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.facebook.com/487643448028956/posts/573996916060275/>
- พัสดร์ หิรัญญการ. (2554). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของวัดพระปฐมเจดีย์จังหวัดนครปฐม**. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิกุลแก้ว สุขขำ. (2557). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำแบบดั้งเดิมและตลาดน้ำแบบจำลอง**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เพ็ญภา เพ็งประไพ. (2558). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ภรณ์ทิพย์ หงส์ขาว. (2553). การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว
ในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจ. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- เยาวภา จันทร์สอน. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดหนองมน
จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม
(สหสาขาวิชา). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลินจง โพชารี. (2559). การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนสะพานไม้แกดำ อำเภอแกดำ จังหวัด
มหาสารคาม. โครงการบริการวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา. มหาสารคาม: คณะการ
ท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิมล จิโรจพันธ์และคณะ. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- วีระพล ทองมา และคณะ. (2553). รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
อย่างยั่งยืน ของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่:
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้าปรีณัตติง.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). สถานการณ์ท่องเที่ยวราย
จังหวัด ปี 2562 P : สรุปสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้จากผู้เยี่ยม
เยือน เดือนมกราคม-พฤศจิกายน 2562 (P). [https://intelligencecenter.tat.or.th/wp-
content/uploads/2019/12/OR_2019_Nov.pdf](https://intelligencecenter.tat.or.th/wp-content/uploads/2019/12/OR_2019_Nov.pdf)
- สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). วาระพัฒนาที่ 1 : การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สมหมาย เปียถนอม. (2551). รายงานการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับบริการ
จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สยามรัฐ. (2562). ททท. เดินหน้าโครงการท่องเที่ยวเมืองรอง. ค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2562. จาก
<https://siamrath.co.th/n/78993>
- สรชัย พิศาลบุตร. (2550). คู่มือการทำวิจัยตลาดเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒนา.
- สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม. (2561). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม: สำนักงาน
จังหวัด.

- สินารด สรรพกิจ. (2555). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิริกมล กันทะวัง. (2553). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- สุวิทย์ จันทร์เพ็ญ. (2558). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาไร่รุ่งนกราน มอนเต้ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา**. สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เอกวิทย์ เกษจันทร์. (2555). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา**. งานนิพนธ์นี้ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Chaplin, D.D. (2010). Overview of the immune response. **J Allergy Clin Immunol**, 125, S3-23.
- Foster, D. (1985). **Travel and Tourism management**. London: Macmillan.
- Holloway, J.C. (1995). **Marketing for Tourism**. 3rd ed. Harlow, Essex: Addison Wesley Longman.
- Kotler, P. (2003). **Marketing and Induction**. New Jersey. Pearson.
- Lawson, F. & Baud-Bovy, M. (1998). **Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design (Architectural Press Planning and Design Series)**. Woburn, M.A.: Architectural Press.
- Millett, J.D. (1954). **Management in the Public Service**. New York: McGraw-Hill.
- Morse, N.C. (1955). **Satisfaction in the White Collar Job**. Michigan: University of Michigan Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). **Research Methods. For Business : A Skill Building Approach**. 5th ed. West. Sussex, UK: John Wiley & Sons.
- Witt, S.F. & Moutinho, L. (1995). **Tourism Marketing and Management Handbook**. Prentice Hall.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม เป็นการสอบถามข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยการศึกษาอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ไม่เกิน 20 ปี

2) 20 – 30 ปี

3) 31 – 40 ปี

4) มากกว่า 40 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1) มัธยมศึกษาตอนต้น

2) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

3) อนุปริญญาตรี/ปวส

4) ปริญญาตรี

5) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1) นักศึกษา

2) พนักงานบริษัทเอกชน

3) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

4) พนักงานมหาวิทยาลัย/รัฐวิสาหกิจ

5) ข้าราชการ

6) อื่นๆ (ระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1) ไม่เกิน 9,000 บาท

2) 9,001 – 15,000 บาท

3) 15,001 – 25,000 บาท

4) 25,001 – 35,000 บาท

5) 35,001 บาทขึ้นไป

6. รายจ่ายเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง

1) ไม่เกิน 5,000 บาท

2) 5,001 – 10,000 บาท

3) 10,001 – 15,000 บาท

4) 15,001 – 20,000 บาท

5) มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป

7. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวและเข้าพักอยู่ในจังหวัดมหาสารคามของนักท่องเที่ยว

- 1) 1 วัน 2) 2 วัน 3) 3 วัน
 4) 4 วัน 5) 5 วัน 5) มากกว่า 5 วันขึ้นไป

8. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามด้วยวิธีใด

- 1) รถยนต์ส่วนตัว 2) รถโดยสารสาธารณะ
 3) รถจักรยานยนต์ 4) วิธีอื่นๆ โปรดระบุ.....

9. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามกับใคร

- 1) ครอบครัว 2) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน 3) คนรัก
 4) เดินทางคนเดียว 5) ญาติ

10. ท่านทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามจากที่ใด

- 1) คำบอกกล่าวจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก 2) เว็บไซต์/Facebook/Line
 3) โทรทัศน์/วิทยุ/สื่อสิ่งพิมพ์/วารสาร 4) นิตยสารการท่องเที่ยว
 5) บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว 6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. ภูมิลำเนาของท่าน (โปรดระบุ) จังหวัด.....

12. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านมาเที่ยวในครั้งนี้ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อ
 จนครบทุกข้อ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านแหล่งท่องเที่ยว					
1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ และยังคงความสมบูรณ์ของ ธรรมชาติไว้ได้					
2. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความน่าสนใจ มีการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของ คนในชุมชนที่ชัดเจนมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)					
3. แหล่งท่องเที่ยวทางสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง มีความสวยงามสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของ ชาวมหาสารคามได้เป็นอย่างดี					
ด้านการคมนาคม					
1. ถนนมีความสะอาด การสัญจรสะดวก					
2. ป้ายบอกเส้นทางท่องเที่ยวชัดเจน เข้าใจง่าย					
3. ความสะดวกในการเดินทางมายังจังหวัด มหาสารคาม					
4. ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว					
ด้านสินค้าและบริการ					
1. ค่าเข้าชมสถานที่					
2. ค่าที่พัก					
3. ค่าอาหาร					
4. ค่ายานพาหนะ					
5. ราคาสินค้าและของที่ระลึก/ของฝาก					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. มีสัญญาณโทรศัพท์ที่ชัดเจน					
2. มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ					
3. ที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย					
4. โรงแรมที่พักสะดวกสบาย					
5. มีร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก					
6. มีร้านอาหารที่สะอาดให้บริการ					
7. มีถังขยะเพียงพอ					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านบริการ					
1. การบริการของเจ้าหน้าที่					
2. การบริการด้านความปลอดภัย เช่น มีจุดแจ้งเหตุ เหตุด่วน เหตุร้าย การมีสถานพยาบาลและ เจ้าหน้าที่ดูแลประจำ					
3. การบริการด้านสุขอนามัย เช่น ห้องน้ำสะอาด					
4. การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
5. สถานที่จอดรถ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

*****ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม*****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นายอิทธิชัย แก่นวงศ์คำ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2556 ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

เจ้าหน้าที่งานแนะแนวและงานกองทุนให้กู้ยืม

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตมหาสารคาม

