



การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

TA VAN CUONG

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปีการศึกษา 2566

A STUDY OF BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS
WHEN TRAVELING TO UDON THANI PROVINCE

TA VAN CUONG

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality,
Dhurakij Pundit University
Academic Year 2023



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี
เสนอโดย นาย Ta Van Cuong
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.อนันต์ เชื้อชาญกิจการ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยพล ทรงสุนทรวงศ์)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.อนันต์ เชื้อชาญกิจการ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(อาจารย์วสุกานต์ วิศาลสวัสดิ์)

วันที่ 14 เดือน กันยายน พ.ศ. 2566

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี
ชื่อผู้เขียน	Ta Van Cuong
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.อนันต์ เชี่ยวชาญกิจการ
หลักสูตร	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยว)
ปีการศึกษา	2566

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีและศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีจำนวน 400 คน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test ค่าสถิติ One Way ANOVA ในขั้นตอนการทดสอบเพื่อหาค่าความแตกต่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลในด้านประชากรศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานีของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเป็นผู้หญิง 223 คน ร้อยละ 55.8 มีอายุส่วนใหญ่ อยู่ในช่วง 20 – 30 ปี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นผู้ที่สมรสมากที่สุด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดมีจำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 นักท่องเที่ยวอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 มีภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีผู้ร่วมเดินทางเป็นคู่รัก จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 เดินทางเพื่อการพักผ่อนมีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเคยเดินทางมา 1 ครั้ง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมาจากเพื่อน / บุคคลใกล้ชิด จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ใช้เวลาท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีส่วนใหญ่อเลือกเดินทางแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65

ความพึงพอใจแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีมีความพึงพอใจระดับปานกลาง (Mean =3.17, S.D = 0.347) เมื่อทำการพิจารณารายด้าน ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean =3.31, S.D = 0.641) ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean =3.18, S.D = 0.664) ด้านแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.13, S.D = 0.451) ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean =3.07, S.D = 0.692) ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจนักท่องเที่ยว


.....

Thesis Title	A STUDY OF BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI TOURISTS WHEN TRAVELING TO UDON THANI PROVINCE
Author	Ta Van Cuong
Thesis Advisor	Anan Chieochankitkan, Ph.D.
Program	Master of Arts (Tourism Management)
Academic Year	2023

ABSTRACT

The purpose of this research study was to study the tourism behavior of Thai people traveling to Udon Thani and to study the satisfaction of tourists when traveling to Udon Thani. The sample group consisted of 400 Thai tourists traveling to Udon Thani Province. The statistics used in data analysis were percentage, frequency, standard deviation, t-test, and One Way ANOVA. Find the difference between the mean scores of the sample.

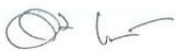
Information about the demographics of Thai tourists traveling. Udon Thani Province of a sample of 400 people found that most of the tourists were female, 223 people, representing 55.8%, aged between 20 and 30 years, the most number of 270 people, representing 67.5%. The most capable of 222 people, representing 55.5 percent. Tourists have the most bachelor's degree, with 255 people being bachelor's degree. accounted for 63.7 percent, most of the tourists were company employees with 123 people, representing 30.8 percent, most of them had an average monthly income of 10,000 - 20,000 baht with 147 people, representing 36.8 percent. most northeast There were a total of 146 people, representing 36.5 percent.

Behavior of Thai tourists traveling in Udon Thani Province Of the 400 sample group, it was found that most of the participants were couples, 120 people, representing 30 percent, with the purpose of traveling for leisure, 146 people, representing 36.5 percent, most of which were tourists who had traveled once. 175 people, representing 43.8 percent, the source of tourism news comes from friends / close people, 198 people, representing 49.5 percent, spending 1 day traveling, 181 people, representing 45.3 percent, most of them choose to travel to heritage sites. Lok Ban Chiang, number 261 people, representing 65%

Satisfaction in each aspect of Thai tourists traveling in Udon Thani Province found that Thai tourists traveling in Udon Thani Province were satisfied at a moderate level (Mean =

3.17, S.D = 0.347) when considering each aspect. Personnel in tourist attractions were at a moderate level (Mean =3.31, S.D = 0.641). Personnel in tourist attractions were at a moderate level (Mean =3.18, S.D = 0.664). Tourist attractions were at a moderate level (Mean =3.13, S.D = 0.451) public utilities in tourist attractions were at a moderate level (Mean =3.07, S.D = 0.692), respectively

Keyword: Tourist behavior, Tourist satisfaction



.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยได้ เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาจากท่านอาจารย์ ดร.อนันต์ เชี่ยวชาญกิจการ ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ท่านได้ให้คำแนะนำ ความคิดเห็นต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ ข้อเสนอแนะที่ตีมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ ดร.อัศวินแสงพิกุลรวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความกรุณาในการแก้ไข ให้คำแนะนำของงานวิจัย ทั้งยังคอยติดตามให้กำลังใจ และให้คำแนะนำตลอดการศึกษาที่ผ่านมา

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ โสรัจ พิศชวนชม คอยไถ่ถามด้วยความห่วงใย

ขอขอบพระคุณนางสาวชฎาภรณ์ พรนำโชคชัย ดูแลและให้คำแนะนำ

TA VAN CUONG

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ณ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ต
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.4 คำถามงานวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	4
1.6 คำนียามศัพท์เฉพาะ.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.3 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดอุดรธานี.....	15
2.4 กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	17
2.5 สมมติฐานงานวิจัย.....	18
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	19
3.1 ประเภทของงานวิจัย.....	19
3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	19
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	20
3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	21
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	22
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ.....	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	24
4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์.....	24
4.2 วิเคราะห์ข้อมูลตามการสมมติฐาน.....	32
4.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง.....	67
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	72
5.1 ผลของการวิจัย.....	73
5.2 อภิปรายผลของงานวิจัย.....	76
5.3 ข้อเสนอจากผลของงานวิจัย.....	78
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	78
บรรณานุกรม.....	80
ภาคผนวก.....	85
แบบสอบถามการวิจัย.....	86
ประวัติผู้เขียน.....	89

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2563.....	2
1.2 สรุปจำนวนผู้เยี่ยมเยือน ตั้งแต่ปี 2556 – 2560.....	2
4.1 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามเพศ.....	24
4.2 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามอายุ.....	25
4.3 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามสถานภาพ.....	25
4.4 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามระดับการศึกษา.....	26
4.5 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามอาชีพ.....	26
4.6 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	27
4.7 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามภูมิลำเนา.....	27
4.8 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว.....	28
4.9 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามจุดประสงค์เดินทาง.....	28
4.10 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามครั้งที่เคยเดินทาง.....	29
มาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี	
4.11 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสาร.....	29
การท่องเที่ยว	
4.12 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว.....	30
ครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี	
4.13 สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี.....	31
4.14 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว.....	32
จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบทางเพศ	
4.15 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว.....	33
จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านอายุ	
4.16 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสาธารณสุขบุคคลในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	34
ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.17 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	34
ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.18 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว.....	35
จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านสถานภาพ	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสาธารณสุขบุคคลในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ.....	36
ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ.....	36
ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.21 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว.....	37
จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านระดับการศึกษา	
4.22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับ.....	38
การศึกษาทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี.....	38
จำแนกตามระดับการศึกษา ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.24 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว.....	39
จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านอาชีพ	
4.25 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนกเป็นอาชีพโดย.....	40
การเปรียบเทียบ	
4.26 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็นอาชีพ.....	40
โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.27 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณสุขบุคคลในแหล่งท่องเที่ยว.....	41
จำแนกเป็นอาชีพ โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.28 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว...	42
จำแนกเป็นอาชีพ โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.29 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว.....	43
จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านรายได้ต่อเดือน	
4.30 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลรวมทั้ง 4 ด้าน จำแนกเป็นรายได้.....	44
ต่อเดือน โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.31 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี.....	44
จำแนกเป็นรายได้ต่อเดือน โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.32 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว...	45
จังหวัดอุดรธานี จำแนกเป็นรายได้ต่อเดือน โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.33 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว..... จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านภูมิลำเนา	46
4.34 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี..... จำแนกเป็นภูมิลำเนา โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	47
4.35 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของ..... จังหวัดอุดรธานีจำแนกเป็นภูมิลำเนา โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	48
4.36 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว..... จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบจากผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	49
4.37 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี..... จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	50
4.38 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว..... จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	51
4.39 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว..... จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบจากจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว	52
4.40 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี..... จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	53
4.41 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว..... จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่	54
4.42 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด..... อุดรธานี จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	55
4.43 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว..... จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว	56
4.44 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว..... จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	57
4.45 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว..... จังหวัดอุดรธานี จำแนกจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	58
4.46 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด..... อุดรธานีจำแนกจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.47 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนก.....	60
จากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.48 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว.....	61
จังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบตามระยะเวลาท่องเที่ยว	
4.49 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด.....	62
อุดรธานี จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.50 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว...	63
จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.51 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตาม....	64
ระยะเวลาท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	
4.52 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.....	65
4.53 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	66
4.54 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	67
ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านแหล่งท่องเที่ยว	
4.55 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	68
ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว	
4.56 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	69
ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	
4.57 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	70
ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด อุดรธานี	
4.58 ผลรวมความพึงพอใจแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยว.....	71
จังหวัดอุดรธานี	

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แผนที่จังหวัดอุดรธานี.....	15
2.2 แสดงแผนที่จังหวัดอุดรธานี.....	16
2.3 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	17

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของปัญหา

เศรษฐกิจโลกและประเทศไทยมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของแต่ละประเทศต่างกันแต่มีความสัมพันธ์อย่างมาก เนื่องจากมีการค้าระหว่างประเทศการลงทุนระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นทำให้เศรษฐกิจไปตามแนวทางใหม่ สินค้าของแต่ละประเทศได้ส่งไปทั่วโลก

ในปี 2562 มีการแข่งขันจาก World Economic Forum (WEF) มีทั้งหมด 140 ประเทศเข้าร่วมการแข่งขัน ประเทศไทยเป็นอันดับที่ 31 ในการแข่งขันนั้น มีรายงานสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวมากขึ้น การเข้าร่วมช่วยให้แต่ละประเทศมีการวางแผนให้ให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของตัวเองช่วยในการปรับตัวและพัฒนาเศรษฐกิจดีขึ้น

การท่องเที่ยวก็เป็นเช่นเดียวกันข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นได้แปลเป็นหลายภาษาทำให้การเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายและสะดวกการเดินทางมีการบริการทั้งเครื่องบินรถไฟทางเรือทางบกทำให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกมาประเทศไทยท่องเที่ยวสะดวกมากขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ภาพรวมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตสูงขึ้นอย่างมีคุณภาพ เป็นอันดับ 4 ของโลก มีรายได้ 3.08 ล้านล้านบาท มีการเติบโตและการพัฒนาในเชิงคุณภาพทั้งเมืองใหญ่และกระจายไปยังเมืองรองต่าง ๆ มีการส่งเสริมเช่นลดหย่อนภาษีในการจัดกิจกรรม การสัมมนาต่าง ๆ โครงข่ายถนนเชื่อมโยงกับโครงข่ายหลักของประเทศและเชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้านสปป. ลาวกัมพูชาและสามารถเชื่อมโยงไปยังเวียดนามและจีนตอนใต้ การส่งเสริมนี้ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจากปี 2554 ที่มีจำนวน 50 ล้านคน เป็น 90 ล้านคน นอกจากนั้นในช่วงเดือนมกราคม – พฤศจิกายน 2562 จำนวนผู้มาเยือนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้นเป็น 40.819.475 คน ทำให้ธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหารและการขนส่งผู้โดยสารมีการเติบโตด้วย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2563

(หน่วย : คน)

	โรงแรม	เกสต์เฮาส์	รีสอร์ทและที่พักอื่น ๆ*	ที่พักที่ไม่กำหนดค่าตอบแทน	รวม	นักท่องเที่ยว	รวมทั้งหมด
1.เครื่องบิน	908.718,00	19.073,00	494.050,00	189.353,00	1.611.194	162.240	1.773.434
2.รถไฟ	715.353,00	10.971,00	415.322,00	187.516,00	1.329.162	730.436	2.059.598
3.รถประจำทาง	2.594.662,00	48.626,00	2.161.010,00	1.059.420,00	5.863.718	4.609.744	10.473.462
4.พาหนะส่วนบุคคล	6.459.446,00	138.428,00	5.685.913,00	2.294.796,00	14.578.583	11.934.398	26.512.981
5. อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-
รวม	10.678.179,00	217.098,00	8.756.295,00	3.731.085,00	23.382.657	17.436.818	40.819.475

ปัจจุบันอุดรธานีมีสถานที่ท่องเที่ยวในหลายรูปแบบและสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามเช่น พิพิธภัณฑ์เมืองอุดร แหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ทะเลบัวแดง อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท อนุสรณ์สถานโฮจิมินห์ ฯ จึงทำให้จังหวัดอุดรธานีกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่ต้องแวะชม

ตารางที่ 1.2 สรุปจำนวนผู้เยี่ยมเยือน ตั้งแต่ปี 2556 – 2560 (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี, 2560)

(หน่วย : คน)

ปี พ.ศ	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4	รวมทั้งปีงบประมาณ
2561	-	-	-	-	-
2560	864,661	728,618	876,549	881,213	3,451,061
2559	945,256	650,229	823,815	865,696	3,284,996
2558	923,431	634,915	812,004	853,333	3,223,683
2557	915,297	623,867	328,369	798,220	3,065,753
2556	853,238	597,529	745,016	776,125	2,971,908

เนื่องจากจังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดที่รู้จักเป็นจังหวัดที่ต้องมาเยี่ยมเยือน ห้ามพลาดในการท่องเที่ยว ทำให้มีจำนวนผู้เข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จากนั้นรายได้การท่องเที่ยวของจังหวัดมีการขยายมาก เช่น จังหวัดเชียงใหม่ อุดรธานี น่านและจังหวัดเลย เพื่อมีการวางแผนการท่องเที่ยวที่ดีและยั่งยืนผู้วิจัยจึงมี

ความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดอุดรธานีเพื่อการท่องเที่ยว

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

วิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี”

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามประชากรศาสตร์และจำแนกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามประชากรศาสตร์

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีดังต่อไปนี้

1.3.1 ด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและมีการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีจากนั้นนำข้อมูลสถิติได้มาจากการเก็บข้อมูลด้วยการใช้เครื่องมือแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

1.3.2 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีไม่มีการประกอบวิชาชีพและหารายได้ใด ๆ

1.3.3 ด้านพื้นที่

สถานที่เก็บข้อมูลครั้งนี้คือจังหวัดอุดรธานี

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยมีการเก็บข้อมูลช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 - เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565

1.4 คำถามงานวิจัย

1.4.1 ความพึงพอใจเมื่อเข้ามาที่อุดรธานีสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวได้แบ่งเป็นระดับไหนบ้าง ?
จำแนกตามด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร และด้านสาธารณูปโภค
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นอย่างไร ?

1.4.2 ความพึงพอใจเมื่อเข้ามาที่อุดรธานีสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวได้แบ่งเป็นระดับไหนบ้าง ?
จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไร ?

1.4.3 ความพึงพอใจเมื่อเข้ามาที่อุดรธานีสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวได้แบ่งเป็นระดับไหนบ้าง ?
จำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไร ?

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

วิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว
จังหวัดอุดรธานี” การศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยและศึกษา
ความพึงพอใจในการใช้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี

1.5.1 เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้สนใจ นักวิจัยที่กำลังศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี

1.5.2 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว ด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านที่พักแรม
ร้านอาหาร ด้านการขนส่ง ฯ ในจังหวัดอุดรธานีให้รับรู้ถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความต้องการในการเข้า
มาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี

1.5.3 เพื่อนำไปใช้กับการพัฒนา การวางแผนในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัด
อุดรธานีจากผลการศึกษาในครั้งนี้

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึงผู้ที่มาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีเพื่อพักผ่อน สัมผัสวิถีชีวิตของคน
ในพื้นที่ เพื่อพบเพื่อนใหม่ ๆ ไม่มีแผนในการอยู่อาศัยถาวรที่จังหวัดอุดรธานี

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist behavior) หมายถึงเป็นการกระทำทั้งตั้งใจหรือไม่ เพื่อความ
ต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือการใช้บริการต่าง ๆ สินค้าต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีและ
ขบวนการของการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก เช่นเวลาการเดินทางท่องเที่ยว เวลาและความถี่ของการที่
เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีหรือความรู้สึกยังไม่ดี ความสุขที่มีความสัมพันธ์กันทำให้เกิด
เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น ดังนั้นบุคคลต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกัน

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงการเดินทางของบุคคลจากที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่น
เป็นเวลาชั่วคราว การเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้เช่นการเดินทางเพื่อการ
พักผ่อน การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ เป็นต้น

สถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น สิ่งนั้นมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว เป็นรูปธรรมสามารถสัมผัสได้และเป็นรูปธรรมไม่สามารถสัมผัสได้

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้สะดวกในเวลาท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งนั้นเป็นที่ทำให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยว เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิจัยศึกษาเรื่อง: “ การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ” เนื้อหาเกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ผู้วิจัยศึกษาและเป็นแนวทางในการวิจัยและการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดอุดรธานี

2.4 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

2.5 สมมติฐานงานวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว

คำจำกัดความของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อหลายด้านเช่น ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นอกจากนั้นการท่องเที่ยวมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายธุรกิจเช่นธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจคมนาคมฯ เพราะธุรกิจนั้นเป็นสิ่งทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการ มีหลายหน่วยงานให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO: World Tourism rganization) ให้ความหมายว่าเป็น การเดินทางของบุคคลเมื่อมีการออกเดินทางจากที่พักอาศัยไปพื้นที่อื่นเวลาไม่เกิน 1 ปีที่ติดต่อกันละการเดินทางนั้นไม่ประกอบอาชีพหรือหารายได้วัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหาประสบการณ์ใหม่หรือติดต่อดูระ

ส่วนพัฒนาการท่องเที่ยวการตลาด สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ (2559) ได้กล่าวถึงความหมายการท่องเที่ยว เป็นการเดินทางเป็นชั่วคราว การเดินทางนั้นไม่ถูกบังคับเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ เดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์ให้กับผู้เดินทางและผู้ร่วมการเดินทางนั้น

Holloway (1983) ได้ระบุความหมายของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางออกจากพื้นที่พักประจำเป็นเวลาหนึ่ง ในเวลาเดินทางนั้นมีการใช้บริการพักชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทางมีวัตถุประสงค์การเดินทางคือเดินทางท่องเที่ยว ไปเยี่ยมญาติ เพื่อนหรือวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่หารายได้

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่นเป็นชั่วคราว จากนั้นมีการใช้บริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การเข้าพักแรม ใช้บริการร้านอาหาร ซื้อของที่ระลึก เป็นต้น การเดินทางนั้นไม่มีวัตถุประสงค์ในการหารายได้และทำงาน รูปแบบของการท่องเที่ยวได้สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประเทศไทย (2550) ได้มีการระบุรูปแบบของการท่องเที่ยวตามข้อมูลดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) คือ การท่องเที่ยวในพื้นที่ประเทศของตนเอง คือ ผู้พำนักอาศัยในประเทศนั้นและมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศนั้น
2. การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism) คือ ผู้อาศัยที่มีที่อยู่อาศัยในประเทศหนึ่งและเดินทางมาอีกประเทศหนึ่ง
3. การท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) คือ ผู้พำนักอาศัยที่มีถิ่น พำนักอยู่ประเทศหนึ่งและทำการเดินทางออกนอกประเทศนั้นเพื่อท่องเที่ยวประเทศอื่น
4. การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) มีการประกอบด้วยการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และรูปแบบการท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism)
5. การท่องเที่ยวระดับชาติ (National Tourism) คือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และการท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism)
6. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) คือ การท่องเที่ยวขาเข้าและการท่องเที่ยวขาออก

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศมีมากมายและเป็นเพราะตัวของประเทศนั้น ๆ ทรัพยากรนั้นเป็นความดึงดูดใจผู้คนที่มาท่องเที่ยวหาความแปลกใหม่และมาศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่คนสนใจ นอกจากนั้นอาจจะเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นารายได้เข้าสู่พื้นที่ท่องเที่ยวและประเทศนั้น

ประเทศไทยมีความสวยงามทางธรรมชาติทั้งความสวยงามจากทะเลภูเขาแม่น้ำน้ำตกด้วยความสวยงามธรรมชาตินั้นทำให้มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมแต่ละภาคนิเวศวัฒนธรรมต่างกันวิถีชีวิตต่างกันนั้นเป็นแรงดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวมาเยือนและหาประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยว

ทรัพยากรเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมีความสำคัญมากทรัพยากรนั้นเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นเป็นสิ่งที่ได้รับการโฆษณาเผยแพร่ให้เป็นที่ที่ผู้คนที่รู้สึกสวยงามและเกิดความต้องการไปเที่ยวชม (นคร ลักษณะกาญจน์, 2546 น. 9)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยวทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเพื่อวัตถุประสงค์อื่นทรัพยากรได้แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติสภาพธรรมชาติที่มีความสวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขาหาดทรายป่าไม้ดงระบบนิเวศน์ทะเลเกาะ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวข้องทางประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณคดีและศาสนสถานศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมต่าง ๆ แสดงถึงวิถีชีวิตของสังคมนั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) ได้ให้ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยวหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม มีนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเข้าเยี่ยมชมโดยแบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่นภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์โบราณวัตถุโบราณสถานและศาสนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์และบอกให้ทราบถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของชาติ ได้แก่ วัดโบราณอุทยานประวัติศาสตร์พิพิธภัณฑสถานกำแพงเมืองอนุสาวรีย์ เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในพื้นที่

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

คำจำกัดความประชากรศาสตร์

สันทัด เสริมศรี (2541) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง ความเข้าใจของมนุษย์เกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และปัจจัยอื่น ๆ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ภูมิฐานะ ภาษา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สถานภาพการทำงาน อาชีพและรายได้

Hanna and Wozniak (2001) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) เป็นข้อมูลพื้นฐานที่นักวิจัย นักการตลาดใช้ในการวิเคราะห์ แบ่งส่วนการตลาด เช่น การศึกษา เพศ อายุ รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ภูมิฐานะ เป็นต้น ข้อมูลนี้จะนำไปเชื่อมโยงกับข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ ความชอบ การซื้อสินค้าของผู้บริโภคและสะดวกต่อการประเมินผล

สรุปด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ความต่างต่างนั้นทำให้การเลือกใช้บริการการท่องเที่ยว เลือกสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น เพศ อายุแตกต่างกันทำให้การเลือกใช้สถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

สุปัญญา ไชยชาญ (2551) ได้กล่าวถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับขนาด องค์ประกอบ การกระจายและการเปลี่ยนแปลงของประชากร โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ และอาชีพรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศทำให้การรับข้อมูลหรือการติดต่อสื่อสารต่างกัน เช่น เพศหญิงจะมีการรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย แต่เพศชายการติดต่อสื่อสารนอกจากการส่งข้อมูลนั้นยังมีการ

สร้างความสัมพันธ์อีกด้วย เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันในหลายด้านเช่น เกี่ยวกับความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากบทบาทและกิจกรรมของทั้งสองเพศต้องรับผิดชอบต่างกัน

2. อายุ (Age) อายุเป็นเวลาที่ดำรงชีวิตอยู่ เวลาชั่วชีวิตหรือเวลาตั้งแต่เกิดจนถึงเวลาที่กล่าวถึง อายุปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เพราะประสบการณ์จะมีมากหรือน้อยอายุเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกประสบการณ์นั้น เช่นผู้ใหญ่สอนเด็กทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการเรียนรู้สิ่งรอบตัว เป็นต้น เมื่ออายุเพิ่มขึ้นประสบการณ์สูงขึ้น ความคิดและความรู้เปลี่ยนแปลงทำให้สิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลง

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร เช่นการที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกันในช่วงเวลาและยุคสมัยต่างกัน หรือการศึกษาที่แตกต่างกันจะทำให้ประสบการณ์ความคิดแตกต่างกันไป การศึกษาเป็นขบวนการของการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองของบุคคล การเรียนรู้นั้นเป็นการได้รับถ่ายทอดความรู้จากผู้อื่น การศึกษาด้วยตนเอง การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์ เป็นต้น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม สังคม

4. ปัจจัยด้านอาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลมีผลต่อความต้องการสินค้า บริการแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่นเกษตรกรจะเลือกสินค้าที่จำเป็นในการใช้ชีวิต ข้าราชการซื้อสินค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับตัวเอง พนักงานที่ทำงานในบริษัทซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ เป็นต้น ๆ ดังนั้นการตลาดเกี่ยวกับสินค้าและบริการต้องหาได้กลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มอาชีพเป้าหมาย เพื่อเตรียมสินค้าที่ตอบสนองความต้องการให้เหมาะสมที่สุด

5. ปัจจัยด้านรายได้ (Income) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและใช้บริการ ดังนั้นรายได้เป็นสิ่งสำคัญมากของบุคคลหนึ่งและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น บุคคลที่มีรายได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ ส่วนคนที่มีรายได้สูง จะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูง นอกจากรายได้ที่เป็นสิ่งมีผลต่อการตัดสินใจ การศึกษา อาชีพมีส่วนสัมพันธ์กัน การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของบุคคลต่างกัน เพราะความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ การศึกษา อาชีพต่างกัน ทำให้ความต้องการเปลี่ยนไปตามความสัมพันธ์นั้น

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2539) ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเช่น

1. เพศ (Sex) ลักษณะของเพศชายและเพศหญิงที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่แตกต่างกัน เช่น เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมต่างกัน ตัวอย่างนักท่องเที่ยวเพศชายชอบการท่องเที่ยวแบบใช้แรงมากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง เช่น การเล่นกีฬา เดินป่า

2. อายุ (Age) เป็นคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน คือทัศนคติและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ได้รับ

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) คือคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับด้านอาชีพ ด้านรายได้ ด้านเชื้อชาติ ด้านครอบครัว แต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรม ความคิดแตกต่างกันไป เนื่องจากแต่ละบุคคลนั้นมีประสบการณ์และได้รับวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

สรุปแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นทำให้การตัดสินใจในการเลือกผลิตภัณฑ์ การใช้บริการการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป

ทัศนางค์ ทองแก้ว (2554) นำข้อมูลด้านอายุ เพศ อาชีพ รายได้และที่อยู่อาศัยเป็นข้อมูลพื้นฐานของการรับรู้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มอายุ แต่ละบุคคลจะมีการตัดสินใจเดินทางที่ต่างกัน แต่ละด้านของบุคคลจะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเช่น ด้านอาชีพให้เห็นภาพของสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล ด้านรายได้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการท่องเที่ยว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้ให้ความหมายของลักษณะประชากร (Demographic) เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด

1. เพศ มีผลต่อการแบ่งส่วนการตลาด เพศแตกต่างกันทำให้การเลือกใช้และตัดสินใจซื้อและใช้บริการแตกต่างกัน

2. อายุ มีผลต่อความต้องการเลือกสินค้าและใช้บริการ เช่น ผู้สูงอายุเลือกใช้บริการเกี่ยวกับบริการสุขภาพมากกว่ากลุ่มอายุวัยทำงาน

3. รายได้ระดับการศึกษาและอาชีพ (Income Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันในเชิงเหตุและผล ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงโอกาสในการหางานระดับสูงง่ายขึ้นจึงทำให้มีรายได้ ในการเลือกซื้อสินค้าเกณฑ์ที่เลือกสินค้านั้นในรูปแบบของการดำรงชีวิต ของค่านิยมอาชีพ ระดับการศึกษา ฯลฯ นักวิจัย นักการตลาดเลือกเกณฑ์เกี่ยวกับรายได้และตัวแปรด้านประชากรศาสตร์และด้านอื่น ๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจน

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

คำจำกัดความพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

โสภา ชูพิกุลชัย (2521) พฤติกรรมหมายถึง กิจกรรมต่างและการกระทำต่าง ๆ ซึ่งบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้ พฤติกรรมนอกจากการการแสดงออกทางด้านร่างกายภายนอก รวมถึงกิจกรรมภายในเช่น ความรู้สึก ความต้องการ

ชัยพร วิชชาวุธ (2523) พฤติกรรมหมายถึง การกระทำทั้งรู้ตัวและไม่รู้ตัวและการกระทำนั้นคนอื่นสามารถสังเกตได้หรือไม่ก็ตาม ตัวอย่างพฤติกรรม เช่น การเดิน การไต่ยีน การรู้สึก การคิด เป็นต้น

วาสนา อ่องเอี่ยม (2546) ได้มีการกล่าวถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกบริการและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวคือการกระทำทุกอย่างจากนักท่องเที่ยว ทั้งรู้ตัวและไม่รู้ตัว

ดังนั้นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือ การตัดสินใจ การเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวของบุคคล แตกต่างกันไป เนื่องจากพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Ajzen and Driver (1991) ทฤษฎีพฤติกรรมที่วางแผนไว้ในด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะกับกิจกรรมยามว่างของบุคคลความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกฎเกณฑ์และการควบคุมความเชื่อและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสันตนาการอย่างกิจกรรมบนชายหาดปีนเขาปั่นจักรยานและเล่นเรือใบ / พายเรือ) ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมและการควบคุมเป็นรากฐานสำหรับความคิดเห็นการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อและกิจกรรมของแต่ละบุคคลได้รับการพิสูจน์พบว่าผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมสันตนาการโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพวกเขาคาดหวังประโยชน์บางประการจากการได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนและครอบครัวในขณะที่เดียวกันผู้เข้าร่วมเชื่อว่าตนเองมีความรู้ในการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างแข็งขัน

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

คำจำกัดความความพึงพอใจ

สาธิตา สุรวศ์เดชา (2541) ให้ความหมายความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นทำให้บุคคลนั้นได้รับสิ่งตามความต้องการ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวถึงเหตุผลที่บุคคลเลือกเดินทางท่องเที่ยว การเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกันเนื่องจากความต้องการเดินทางที่ต่างกันเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

Shelly (1975) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ ได้แบ่งความรู้สึกเป็นสองแบบเป็นทางบวกและทางลบ มีความสัมพันธ์กัน เมื่อความรู้สึกเป็นทางบวกมากกว่าทางลบจะเกิดความพึงพอใจ

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2539) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจตามแนวคิดของนักการตลาด ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นหลังสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง
2. ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น

ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Oliver (1980) ได้ให้ความหมายว่าความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดจากการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ ความพึงพอใจนั้นการแสดงออกเป็นความรู้สึกทางบวกเมื่อสินค้าและบริการนั้นตรงกับสิ่งจูงใจที่ลูกค้าคาดหวังและความพึงพอใจนั้นการแสดงออกเป็นความรู้สึกทางลบเมื่อได้รับสินค้าและบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547) ได้กล่าวถึง แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจนั้นเกิดจากการได้ใช้บริการ ดังนั้นพนักงานที่ให้บริการมีความสำคัญมากในการสร้างความประทับใจ นอกจากนี้ความพึงพอใจเกิดจากอารมณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ ความต้องการของลูกค้าอีกด้วย เพื่อการสร้างความพึงพอใจที่ดีมีปัจจัยหลัก 3 ประการ ดังนี้

1. ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคนรวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง

2. ผู้ให้บริการความพึงพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ความสามารถความพร้อมในด้านกายและอารมณ์ในขณะที่ให้บริการรวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน

3. สภาพแวดล้อมอื่น ๆ ตัวอย่างเช่นอากาศแสงแดดเก้าอี้โต๊ะสิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับประทานอาหารหรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการคือระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ตามความรู้สึกความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นตามสิ่งที่คาดหวังไว้ ด้วยการเปรียบเทียบการได้รับการบริการและสิ่งที่คาดหวังไว้ ว่ามากกว่าหรือน้อยกว่า เมื่อมีการพึงพอใจเกิดขึ้นแสดงให้เห็นการได้รับการบริการนั้นมากกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ และตรงกันข้ามเมื่อได้รับการบริการที่น้อยกว่าสิ่งที่คาดหวัง การรู้สึกไม่พึงพอใจนั้นอาจเกิดขึ้นด้วยปัจจัยสิ่งแวดล้อมและเงื่อนไขในการให้บริการ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แสงเดือน สอนเจริญ (2548) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวกลุ่มบุคคลที่นักท่องเที่ยวเดินทางด้วย ได้แก่ กลุ่มเพื่อนกิจกรรมที่ชอบคือ การพักผ่อนชมทัศนียภาพและธรรมชาติฤดูกาลที่น่าเดินทางท่องเที่ยวคือฤดูหนาวจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 3 ครั้งระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวต่อครั้งโดยเฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 3,851 บาท และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกก่อนช่วงแน่นอนนอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุระดับการศึกษาอาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

อารีย์ วรเวชชนกุล (2546) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐมผลการศึกษา พบว่าเพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมความแตกต่างของเพศกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความแตกต่างกันจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศหญิงและเพศชาย แต่ขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาว่างในการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐมด้านวัตถุประสงค์สนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์และด้านวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น ได้รับความรู้เพิ่มเติมไม่แตกต่างกันระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดนครปฐม

เสาวนีย์ กันทะแสน (2545) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหมู่บ้านรวมมิตรอำเภอเมืองจังหวัดเชียงรายจากการศึกษาพบว่ามีความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสถานภาพส่วนบุคคลในด้านเพศอายุ

และภูมิภาคที่แตกต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสถานภาพส่วนบุคคลในด้านเพศอายุและภูมิภาคที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นิติวัดน์ ไทพิทักษ์ (2553) จากการศึกษาเรื่องรูปแบบพฤติกรรมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสวนอนุรักษ์วัฒนธรรมปางช้างจังหวัดลำปาง โดยมีการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามซึ่งสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 200 ชุด พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงการเดินทางโดยรถยนต์มากที่สุดร้อยละ 30.5 รองลงมาเดินทางโดยรถทัวร์ร้อยละ 29.5 (คณะทัวร์) ต่อมาเดินทางมาโดยรถตู้ร้อยละ 8.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจมากที่สุดรองลงมาคือการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับและการมีส่วนลดราคาพิเศษตามลำดับด้านแรงจูงใจพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวได้รับรางวัลมีความพึงพอใจมากที่สุดรองลงมาคือสถานที่พักได้รับรางวัลและปัจจัยด้านบุคลากรพบว่าเจ้าหน้าที่ / พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดีมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือเจ้าหน้าที่พนักงานมีความรู้ความสามารถแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีและเจ้าหน้าที่ / พนักงานมีการบริการที่รวดเร็วตามลำดับปัจจัยด้านสังคมพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวคุณค่าต่อการศึกษาทางด้านอนุรักษ์วัฒนธรรมมีความพึงพอใจมากที่สุดรองลงมาคือสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

ธนวัฒน์ รัตนชัย (2550) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 100 ตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการออกแบบสอบถามนำค่าที่ได้มาหาค่าความถี่ร้อยละและเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยการทดสอบสมมติฐานผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยหลักทั้ง 4 ปัจจัยอยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกปัจจัยด้านการต้อนรับของคนในพื้นที่และปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่ง

ภทรรัตน์ พัวพันพัฒนา (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาถึงการกลับมาท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยทำการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 150 ชุด และเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้ผลสรุปว่ามีนักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดเป็นจำนวน 90 คน ร้อยละ 98.90 มีเหตุผลในการกลับมาท่องเที่ยวต่างกันในแต่ละด้าน โดยความสวยงามของสิ่งท่องเที่ยวเป็นเหตุผลที่มีอิทธิพลมากที่สุดรองลงมาคือเหตุผลด้านความปลอดภัยเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยมากจึงเกิดความเชื่อใจและน่าเชื่อถืออีกด้านคือการให้ข้อมูลต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เป็นอีกหนึ่งจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวรวมถึงเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีการพัฒนาด้านการคมนาคมในหลาย ๆ พื้นที่เพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น

ศรินทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดน่านกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดน่านจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ Independent Sample t-test, F-test (One-way ANOVA) และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วย (LSD) การแจกแจงแบบ Chi-Square ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเมืองจังหวัดน่านเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน บริษัท เอกชนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลางนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุดซึ่งประกอบด้วยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาประวัติศาสตร์โบราณสถานโบราณวัตถุด้านความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์วัฒนธรรมและประเพณีด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยสถานที่ที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเยี่ยมคือ วัดภูมินทร์ช่วงฤดูที่น่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวคือ ช่วงฤดูหนาวมีระยะเวลาการเดินทางมาพักค้างคืนมากกว่าเดินทางมาเช้า-เย็นกลับสถานที่เลือกพักคือ โรงแรมมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 7,000 บาท เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทางทำกิจกรรมไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยวมีการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทผ้าทอมือผลสรุปนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาแตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศศิธร สามารถ (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชนรับจ้าง มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท มากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวสถานที่พักแรมคือโรงแรมใช้เวลาช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมที่ชอบ ได้แก่ การดำน้ำชมปะการังจำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากที่สุดคือ 4,001-5,000 บาท และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุดคือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวน 1 ครั้ง ในระยะเวลา 3 ปี ใช้เวลาอยู่ในจังหวัดกระบี่ประมาณ 3 - 5 วัน และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจว่าในอนาคตจะมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่อีกแน่นอนนักท่องเที่ยวพึงพอใจมากในด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามมีเอกลักษณ์และพึงพอใจอย่างมากต่อหมู่เกาะพีพี ผลการทดสอบความแตกต่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวสิ่งให้นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงและความตั้งใจในการมาเที่ยวในอนาคตแตกต่างกันมีความ

พึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกันพฤติกรรมที่ต่างกัน ได้แก่ พาหนะในการเดินทางและสิ่ง
ที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2.3 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดอุดรธานี

จังหวัดอุดรธานีรูปท้าวเวสสุวรรณหมายถึงเทพดาผู้คุ้มครองรักษาจังหวัดอุดรธานีคำขวัญประจำ
จังหวัด:



ภาพที่ 2.1 แสดงตราประจำจังหวัดอุดรธานี (ม.ป.ป.)

ที่มา: https://udonthani.doae.go.th/province/?page_id=72

“กรมหลวงประจักษ์ฯ สร้างเมือง
ลือเลื่องแหล่งธรรมะอารยธรรมห้าพันปี
ธานีผ้าหมี่ตกรรมชาติเนรมิตทะเลบัวแดง
แรงศรัทธาศรีสุทโธปทุมมาคาชะโนด”
ต้นไม้ประจำจังหวัดต้นรังหรือต้นฮ้าง (Burmese sal, Ingyin) เป็นไม้ยืนต้นผลัดใบออกดอก
สีเหลือง

ดอกไม้ประจำจังหวัดดอกทองกวาว (Butea monosperma) ไม้ยืนต้นผลัดใบลักษณะเด่นคือมี
ดอกใหญ่รูปร่างคล้ายดอกแก้วเป็นช่อตามกิ่งก้านสีดอกที่พบมากคือสีแสดออกดอกราวเดือนมกราคมมีนาคม
ชาวพื้นเมืองเรียกว่าต้นจาน

สภาพโดยทั่วไปตั้งอยู่บนที่ราบสูงพื้นที่เอียงลาดลงสู่แม่น้ำโขงด้านทิศตะวันตกมีภูเขาและ
ป่าติดต่อกันเป็นแนวยาวตามเขตแดนของจังหวัดตั้งแต่อำเภอโนนสังลงมาทางทิศใต้และตรงไปทางทิศ
ตะวันออกเฉียงใต้ทางด้านจังหวัดกาฬสินธุ์และสกลนครมีภูเขาลึก ๆ กระจัดกระจายอยู่เป็นจำนวนมากพื้นที่
ส่วนใหญ่เป็นดินปนทรายและดินลูกรังชั้นล่างเป็นดินดานมีเทือกเขาที่สำคัญคือเทือกเขาภูพานแม่น้ำสายสำคัญ
คือแม่น้ำสงคราม

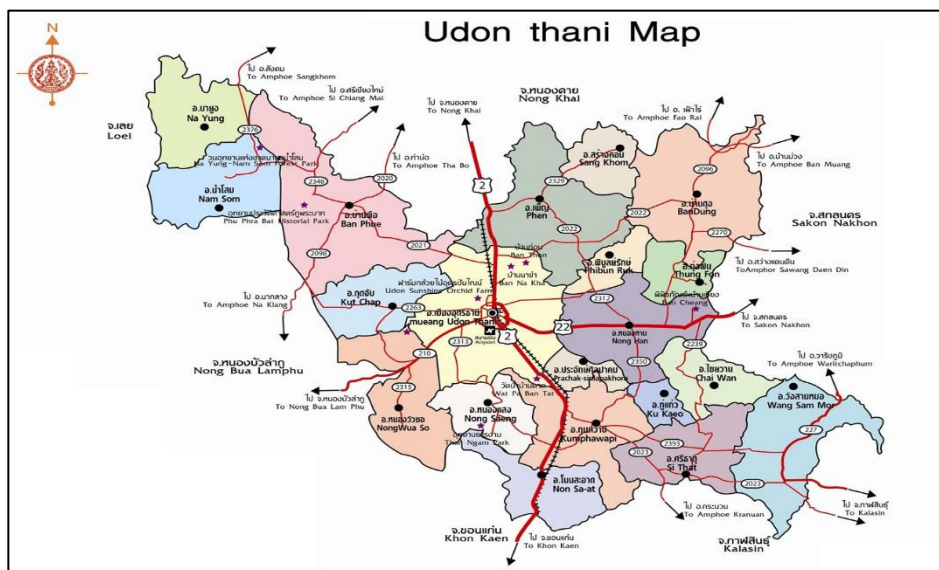
อาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดหนองคายทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่นและกาฬสินธุ์ทิศ
ตะวันออกติดต่อกับจังหวัดสกลนครทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดหนองบัวลำภู

ขนาดและพื้นที่จังหวัดอุดรธานีอุดรธานีมีเนื้อที่ 11,730.75 ตารางกิโลเมตร หรือ 7,331,438.75 ไร่ร้อยละ 6.944 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร้อยละ 2.246 ของพื้นที่ประเทศไทยนับเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากเป็นอันดับที่ 4 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และลำดับที่ 11 ของประเทศพื้นที่ของจังหวัดอุดรธานีเฉลี่ยสูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 385 เมตร

จำนวนประชากร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มี 1,527,562 คน แบ่งเป็นชาย 764,577 คน และหญิง 762,985 คน อำเภอที่มีประชากรมากที่สุดคืออำเภอเมืองจำนวน 399,995 คน รองลงมาคือ อำเภอกุมภวาปี จำนวน 125,976 คน อำเภอที่มีความหนาแน่นของประชากรมากที่สุดคือ อำเภอเมืองเท่ากับ 360 คน / ตารางกิโลเมตร รองลงมาคืออำเภอกุมภวาปีเท่ากับ 187 คน / ตารางกิโลเมตร

ความหลากหลายของชุมชนชนบทนับแต่ก่อตั้งตั้งเมืองอุดรธานีเป็นบ้านหมากแข้ง เมื่อปี พ.ศ. 2463 จนถึงปัจจุบันอุดรธานีมีความหลากหลายของชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อยู่ร่วมกันอย่างสงบ ได้แก่ ชุมชนลาวพวนชุมชนจากนครราชสีมาชาวจีนและชาวนวนหรือเวียดนาม

จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางภาคตะวันออกเฉียงเหนือการคมนาคมและการท่องเที่ยวของประเทศที่มีชื่อเสียงจำนวนมากเป็นพื้นที่สำคัญสู่ประเทศลาวพื้นที่จังหวัดเป็นดินแดนที่มีวัฒนธรรมเก่าแก่ของโลก เช่น แหล่งมรดกโลกบ้านเชียง นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางธรรมชาติและฝีมือการทำผ้าซิดที่มีชื่อเสียงจังหวัดอุดรธานีมีเนื้อที่ประมาณ 11,730 ตารางกิโลเมตร การปกครองออกเป็น 18 อำเภอ อำเภอเมืองอุดรธานี อำเภอหนองวัวซอ อำเภอหนองหาน อำเภอบ้านผือ อำเภอบ้านดุง อำเภอกุมภวาปี อำเภอโนนสะอาด อำเภอเพ็ญ อำเภอน้ำโสม อำเภอกุมภวาปีอำเภอศรีธาตุ อำเภอวังสามหมอ อำเภอทุ่งฝน อำเภอสร้างคอม อำเภอไชวาน อำเภอหนองแสงอำเภอนายูง อำเภอพิบูลย์รักษ์กุมแก้วและประจักษ์ศิลปาคม



ภาพที่ 2.2 แสดงแผนที่จังหวัดอุดรธานี (ม.ป.ป.)

ที่มา: http://www.udonthani.go.th/main/wp-uploadfile/udon_map.jpg

การเดินทางไปยังจังหวัดอุดรธานีก็รถยนต์เริ่มต้นทางที่กรุงเทพฯ ขับรถตามหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) ถึงสระบุรีโลเมตรที่ 107 แยกทางเข้าทางหลวงหมายเลข 2 ผ่านจังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่นและถึงอุดรธานีระยะทางทั้งหมด 564 กิโลเมตร

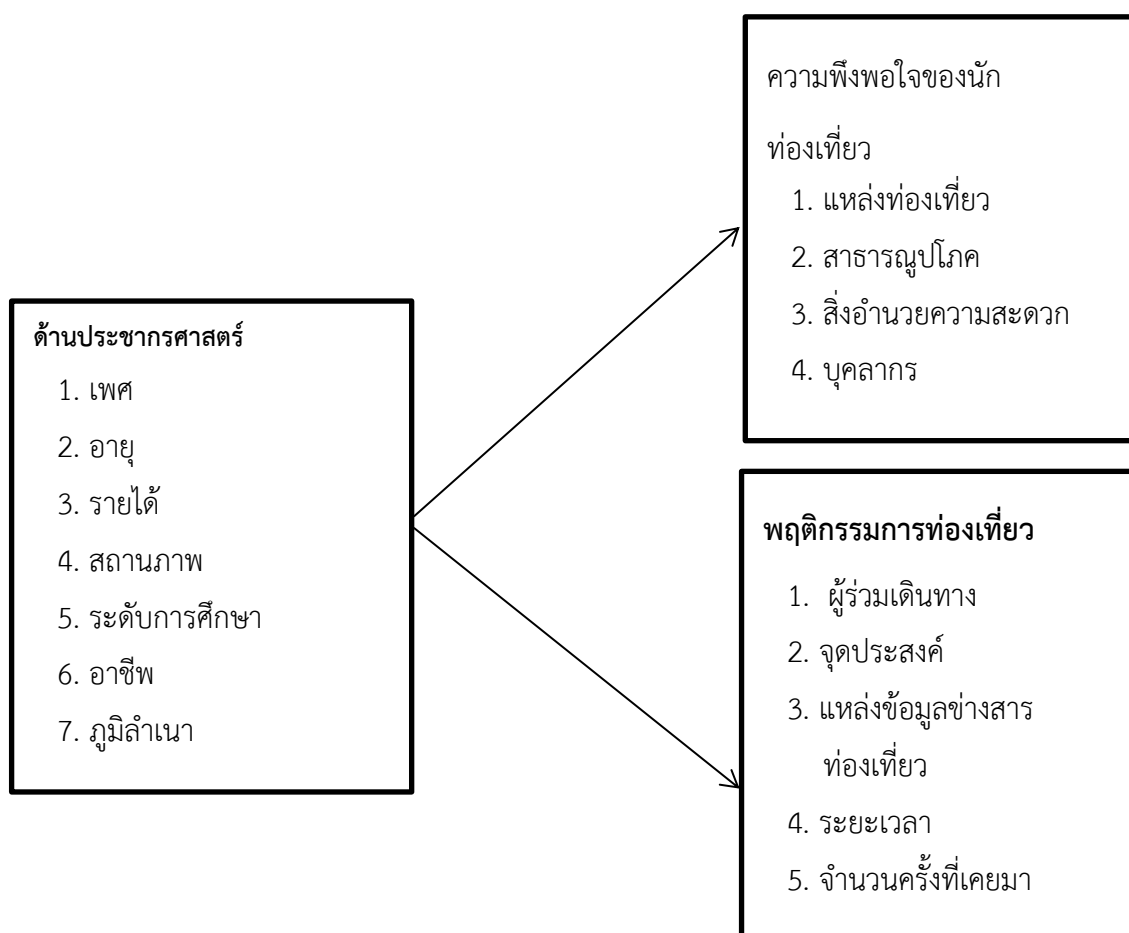
รถโดยสารประจำทางมีบริการรถโดยสารระหว่างกรุงเทพฯ ไปยัง

รถไฟการรถไฟแห่งประเทศไทยจัดการบริการรถไฟระหว่างกรุงเทพฯ ไปอุดรธานีทุกวัน

สนามบินดอนเมืองและสนามบินสุวรรณภูมิมีบริการเที่ยวบินกรุงเทพฯ ไปอุดรธานีทุกวัน

เทศกาลงานประเพณีงานมัสการพระพุทธบาทบัวบกด้วยการแสดงสินค้าพื้นเมือง เช่น ผ้าหมี่มัดผ้าไหมสินค้าโอท็อปของที่ระลึก

2.4 กรอบแนวคิดในงานวิจัย



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดงานวิจัย

2.5 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความถี่ที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาเรื่องการศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.1 ประเภทของงานวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลในการดำเนินการวิจัย

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ในปี พ.ศ. 2562 จำนวน 3.837.545 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างที่จะนำมาใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา (Sample Size) ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane (1967) 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีในปี พ.ศ 2562 จำนวน 3.837.545 คน ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง e = 0.05 ทำการแทนค่า

$$n = \frac{3.837.545}{1+3.837.545 * 0.05^2}$$

$$n = 399.95$$

เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีการแบ่งออกเป็น 3 ส่วน มีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) มีคำถามทั้งหมดจำนวน 7 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว:

1. เพศใช้การวัดผลแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุใช้การวัดผลแบบมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพใช้การวัดผลแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. ระดับการศึกษาใช้การวัดผลแบบมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
5. อาชีพใช้การวัดผลแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale)
6. รายได้ต่อเดือนใช้การวัดผลแบบมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
7. ภูมิลำเนาใช้การวัดผลแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางจุดประสงค์ในการเดินทางแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวระยะเวลาจำนวนครั้ง (ที่เคยเดินทาง) มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – end question) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) มีคำถามทั้งหมดจำนวน 6 ข้อ ซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียวแต่ละข้อคำถามมีการวัดระดับข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

- ผู้ร่วมเดินทางเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- จุดประสงค์เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- จำนวนครั้ง (ที่เคยเดินทาง) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ระยะเวลาเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- แหล่งท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมเป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี มีทั้งหมด 16 ข้อคำถาม

วัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี

ด้านที่ 2 สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

ด้านที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

ด้านที่ 4 บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี

การประมาณค่าของ Method of summated rating the Likert scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 46 ข้อ โดยได้แบ่งระดับความพึงพอใจเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ

5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

โดยการแปลงผลได้ใช้ค่าพิสัยโดยใช้ค่าสูงสุดลบค่าต่ำสุดหารจำนวนชั้นก็จะได้เกณฑ์ในการแปลดังนี้

$$\begin{aligned} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินสามารถแบ่งช่วงคะแนนที่ใช้วิธีการคำนวณหาความกว้างของอัตราภาคชั้น (Class interval) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) ดังนี้

4.21 - 5.00 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมากที่สุด

3.41 - 4.20 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก

2.61 - 3.40 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

1.81 - 2.60 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับน้อย

1.00 - 1.80 หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษาใช้เป็นแนวทางเพื่อสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแล้วเสนอคณะกรรมการผู้ควบคุมปริญญาานิพนธ์ตรวจแก้ไขครอบคลุมเนื้อหา แนะนำข้อเสนอแนะต่าง ๆ
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่คณะกรรมการควบคุมปริญญาานิพนธ์แนะนำ และหาคุณภาพของเครื่องมือโดยดำเนินการต่อไปนี้

หาค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ คณะแนวผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์
- 1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์

จากคะแนนดังกล่าวผู้วิจัยนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence: TOC) ระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัดโดยที่ผู้วิจัยจะเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป เป็นข้อคำถามที่นำไปใช้ได้

5. ผู้วิจัยได้ทำการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

6. การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) ก่อนที่จะนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นนำไปใช้ในการดำเนินการหาข้อมูลโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ระดับ .785 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามเชื่อถือได้ นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาปรับปรุงเพื่อความสมบูรณ์โดยรับคำแนะนำจากคณะกรรมการ ผู้ควบคุมปริญญาโท เพื่อความถูกต้อง จากนั้นนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ที่จังหวัดอุดรธานี การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุดเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างซึ่ง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสารหนังสือผลงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและระบบสืบค้นจากวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ของมหาวิทยาลัยต่าง

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในตอนต้นที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนาปัจจุบัน และตอนที่ 2 ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางจุดประสงค์แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวระยะเวลาในการท่องเที่ยวและ

จำนวนครั้งเคยมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยได้ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีด้านแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและด้านบุคลากรใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ค่าสถิติ t-test เป็นการใช้ในการทดสอบเพื่อหาค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 ในด้านความแตกต่างระหว่างเพศกับการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ค่าสถิติ One Way ANOVA เป็นการใช้ในการทดสอบเพื่อหาค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยขั้นตอนการวิเคราะห์ที่ใช้ความแปรปรวนทางเดียวและการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยการวิเคราะห์ Post Hoc เป็นรายคู่แบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อดูว่าคู่ใดแตกต่างกันโดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 – 2.5 ในด้านประชากรศาสตร์ความแตกต่างระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพและภูมิลำเนาปัจจุบันและด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวความแตกต่างระหว่างผู้ร่วมเดินทางจุดประสงค์ แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

บทที่ 4 ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษากฎติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการและวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์
- 4.2 วิเคราะห์ข้อมูลตามการสมมติฐาน
- 4.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง

4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามเพศ

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	177	44.3
	หญิง	223	55.8
	รวม	400	100.0

จากตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีจำนวนทั้งหมด 400 มีจำนวน 223 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 55.8 มีจำนวนเพศชาย 177 คน ร้อยละ 44.3

ตารางที่ 4.2 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามอายุ

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	8	2.0
	21 – 30 ปี	270	67.5
	31 – 40 ปี	59	14.8
	41 – 50 ปี	32	8
	51 ปี ขึ้นไป	31	7.8
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนพบว่า ช่วงอายุ 21 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 270 คน ร้อยละ 67.5% รองมาเป็นช่วงอายุ 31 – 40 ปี มีจำนวน 59 คนร้อยละ 14.8 ถัดไปเป็นช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 32 คน ร้อยละ 8% อายุ 51 ปี ขึ้นไปจำนวน 31 คน ร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ	โสด	121	30.3
	สมรส	222	55.5
	หย่าร้าง	57	14.2
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่สมรสมากที่สุด 222 คน ร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด 121 คน ร้อยละ 30.3 และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง 57 คน ร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	72	18
	ปริญญาตรี	255	63.7
	สูงกว่าปริญญาตรี	73	18.3
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่าจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มี 255 คน เป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 63.7 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวมีระดับสูงกว่าปริญญาตรี 73 คน ร้อยละ 18.3 และนักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 72 คน ร้อยละ 18 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ	ไม่ประกอบอาชีพ	85	21.3
	พนักงานบริษัท	123	30.8
	อาชีพอิสระ	104	26.0
	ธุรกิจส่วนตัว	83	20.8
	อื่น ๆ	5	1.3
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นพนักงานบริษัทมี 123 คน ร้อยละ 30.8 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวเป็นอาชีพอิสระ 104 คน ร้อยละ 26.0 นักท่องเที่ยวมีธุรกิจส่วนตัว 83 คน ร้อยละ 20.8 และไม่ประกอบอาชีพ 85 คน ร้อยละ 21.3 อาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน รับช่างทั่วไป 5 คน ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.6 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 บาท	41	10.3
	10,000 – 20,000 บาท	98	24.5
	20,001 - 30, 000 บาท	82	20.5
	30,0001 - 40,000 บาท	144	36.0
	40,000 บาทขึ้นไป	35	8.8
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 147 คน ร้อยละ 36.8 รองมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 20,001 - 30, 000 บาท จำนวน 116 คน ร้อยละ 29 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่น้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 59 คน ร้อยละ 14.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,0001 - 40,000 บาท มีจำนวน 52 คน ร้อยละ 13 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไปมีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามภูมิลำเนา

ตัวแปร	ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภูมิลำเนา	ภาคเหนือ	62	15.5
	ภาคกลาง	75	18.8
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	146	36.5
	ภาคตะวันออก	88	22.0
	ภาคใต้	29	7.2
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนทั้งหมด 146 คน ร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวมาจากภาคตะวันออก 88 คน ร้อยละ 22 ต่อมาคือนักท่องเที่ยวมาจากภาคกลาง 75 คน ร้อยละ 18.8 นักท่องเที่ยวมาจากภาคเหนือ 62 คน ร้อยละ 15.5 และนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ 29 คน ร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	102	25.5
คู่รัก	120	30.0
เพื่อน	99	24.8
ครอบครัว/ญาติ	79	19.8
อื่น ๆ	-	-
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นคู่รัก จำนวน 120 คน ร้อยละ 30 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวเดินทางคนเดียว จำนวน 102 คน ร้อยละ 25.5 นักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อนมี 99 คน ร้อยละ 24.8 และนักท่องเที่ยวเดินทางร่วมกับครอบครัว 79 คน ร้อยละ 19.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามจุดประสงค์เดินทาง

จุดประสงค์เดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อพักผ่อน	146	36.5
เพื่อเข้าร่วมการประชุม/ สัมมนา	77	19.3
เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	58	14.5
เพื่อพบเพื่อน	74	18.5
เพื่อซื้อสินค้าและบริการ	45	11.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.9 พบว่าจุดประสงค์เดินทางของนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางเพื่อการพักผ่อนมีจำนวน 146 คน ร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุม/ สัมมนา จำนวน 77 คน เพื่อพบเพื่อน 74 คน ร้อยละ 18.5 นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 58 คน ร้อยละ 14.5 และเพื่อซื้อสินค้าและบริการ 45 คน ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี (จำนวนครั้งไม่รวมการเดินทางครั้งนี้)

ครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยมา	156	39.0
เคยมา 1 ครั้ง	175	43.8
เคยมา 2 ครั้ง	61	15.3
มากกว่า 2 ครั้ง	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเคยเดินทางมา 1 ครั้ง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมา 2 ครั้ง จำนวน 61 คน ร้อยละ 15.3 และนักท่องเที่ยวเดินทางมามากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 8 คน ร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน / บุคคลใกล้ชิด	198	49.5
สื่อโฆษณา (หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์)	121	30.3
ผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว	28	7.0
สื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...)	53	13.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 4.11 พบว่าแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่มาจากเพื่อน / บุคคลใกล้ชิด จำนวน 198 คน ร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารมาจากสื่อโฆษณา (หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์) จำนวน 121 ร้อยละ 30.3 ต่อมาคือ ข้อมูลข่าวสารมาจากสื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...) จำนวน 53 คน ร้อยละ 13.3 และข้อมูลมาจากผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง มีการจำแนกตามเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี

เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 วัน	181	45.3
2 วัน	143	35.8
3 วัน	59	14.8
มากกว่า 3 วัน	17	4.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนส่วนใหญ่ใช้เวลาท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 181 คน ร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยว 2 วัน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน มีจำนวน 59 คน ร้อยละ 14.8 และนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 3 วันมีจำนวน 17 คน ร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พิพิธภัณฑสถานเมืองอุดร	185	46.3%
สวนสาธารณะหนองประจักษ์	230	57.5%
ศูนย์วัฒนธรรมไทยจีน – ศาลปู่ย่า	131	32.8%
วัดโพธิสมภรณ์	149	37.3%
เขื่อนห้วยหลวง	242	60.5%
วัดป่าภูก้อน	240	60.0%
คีรีวงกต	154	38.5%
ทะเลบัวแดง	44	11.0%
อุทยานแห่งชาตินาเยือง – น้ำโสม	79	19.8%
แหล่งมรดกโลกบ้านเชียง	261	65.3%
คำชะโนด	142	35.5%
ภูฝอยลม	20	5.0%
อนุสรณ์สถานโฮจิมินห์	63	15.8%
อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท	260	65.0%
รวม	400	100.0%

จากตารางที่ 4.13 พบว่าจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่วนใหญ่เลือกเดินทางแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง จำนวน 261 คน ร้อยละ 65 รองลงมาคือ อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท จำนวน 260 คน ร้อยละ 65 รองลงมาคือ เขื่อนห้วยหลวง จำนวน 242 คน ร้อยละ 60.5 วัดป่าภูก้อน มีจำนวน 240 คน ร้อยละ 60 สวนสาธารณะหนองประจักษ์มีจำนวน 230 ร้อยละ 57.5 พิพิธภัณฑสถานเมืองอุดร มีจำนวน 185 คน ร้อยละ 46.3 สถานที่ท่องเที่ยว คีรีวงกตมีจำนวน 154 คน ร้อยละ 38.5 คำชะโนด มีจำนวน 142 คน ร้อยละ 35.5 วัดโพธิสมภรณ์ มีจำนวนนักท่องเที่ยว 149 ร้อยละ 37.3 ศูนย์วัฒนธรรมไทยจีน – ศาลปู่ย่ามีจำนวน 131 คิดเป็นร้อยละ 32.8 อุทยานแห่งชาตินาเยือง – น้ำโสม มีจำนวน 79 คน ร้อยละ 19.8 อนุสรณ์สถานโฮจิมินห์ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ทะเลบัวแดงมีจำนวน 44 คน ร้อยละ 11 ภูฝอยลมมีจำนวน 20 คน ร้อยละ 5

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลตามการสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบทางเพศ

ความพึงพอใจ	ชาย	หญิง	T	Sig.
	Mean	Mean		
ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.14	3.13	0.174	.862
ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.05	3.09	0.842	.530
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.37	3.27	1.536	.125
ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.17	3.17	0.00	1.00
รวม	3.18	3.16	0.473	.636

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบทางเพศพบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพศชายและนักท่องเที่ยวเพศหญิงไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผู้วิจัยทำการปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านอายุ

ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป	F	Sig
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.03	3.14	3.14	3.14	3.05	0.187	.945
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	2.96	3.04	2.98	3.28	3.38	2.766	.027 *
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.34	3.27	3.39	3.56	3.24	2.041	.046 *
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.00	3.17	3.23	3.28	3.02	0.858	.489
รวม	3.08	3.16	3.19	3.31	3.17	1.616	.170

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านอายุ เกี่ยวกับด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เนื่องจากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.16 และ 4.17

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสาธารณสุขปโภคในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป
		2.96	3.04	2.98	3.28	3.38
ต่ำกว่า 20 ปี	2.96	-	-0.08	-0.02	-0.32	-0.42
20 – 30 ปี	3.04	-	-	0.06	-0.24	- 0.34 *
31 – 40 ปี	2.98	-	-	-	-0.30	- 0.40 *
41 – 50 ปี	3.28	-	-	-	-	-0.10
51 ปี ขึ้นไป	3.38	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสาธารณสุขปโภคในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 21 – 30ปี และ 30 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป
		3.34	3.27	3.39	3.56	3.24
ต่ำกว่า 20 ปี	3.34	-	0.07	-0.05	-0.22	0.10
20 – 30 ปี	3.27	-	-	-0.12*	-0.29 *	0.03
31 – 40 ปี	3.39	-	-	-	-0.17*	0.15*
41 – 50 ปี	3.56	-	-	-	-	0.32*
51 ปี ขึ้นไป	3.24	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 21 - 30 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยกว่าอายุ 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยกว่าอายุ 41 – 50 ปี และ มากกว่าอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่าอายุ 51 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านสถานภาพ

ความพึงพอใจ	โสด	สมรส	หย่าร้าง	F	Sig
	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.10	3.14	3.15	0.142	.867
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.12	3.09	2.89	2.326	.001*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.26	3.32	3.39	0.80	.448
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.26	3.12	3.18	1.704	.018*
รวม	3.19	3.17	3.15	0.20	.631

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ ด้านสถานภาพ ด้านสาธารณูปโภค ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว ทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.19 และ 4.20

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสาธารณสุขปโภคในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หย่าร้าง
		3.12	3.09	2.89
โสด	3.12	-	0.03	0.23*
สมรส	3.09	-	-	0.20*
หย่าร้าง	2.89	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสาธารณสุขปโภคในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวมีสถานภาพหย่าร้าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และนักท่องเที่ยวมีสถานภาพสมรสมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวมีสถานภาพหย่าร้าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หย่าร้าง
		3.26	3.12	3.18
โสด	3.26	-	0.14*	0.08*
สมรส	3.12		-	-0.06
หย่าร้าง	3.18			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวมีสถานภาพโสดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวมีสถานภาพหย่าร้างและนักท่องเที่ยวสมรส มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า ปริญญา ตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	F	Sig
	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.18	3.11	3.15	0.369	.049*
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	2.97	3.09	3.11	0.954	.368
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.39	3.28	3.35	0.962	.038*
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.18	3.19	3.10	0.491	.612
รวม	3.18	3.17	3.18	0.51	.951

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านระดับการศึกษาเกี่ยวกับด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว ทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.22 และ 4.23

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา
ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.18	3.11	3.15
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.18	-	0.07 *	0.03
ปริญญาตรี	3.11	-	-	- 0.03 *
สูงกว่าปริญญาตรี	3.15	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าระดับปริญญาตรี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.39	3.28	3.35
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.39	-	0.11*	0.04*
ปริญญาตรี	3.28	-	-	-0.07*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.35	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านอาชีพ

ความพึงพอใจ	ไม่ประกอบอาชีพ	พนักงานบริษัท	อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ	F	Sig
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.17	3.12	3.18	3.02	3.42	1.113	.035*
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.15	3.09	3.11	2.90	3.35	1.739	.042*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.25	3.37	3.25	3.37	3.30	1.971	.026*
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.13	3.14	3.25	3.18	3.20	0.526	.665
รวม	3.17	3.18	3.20	3.12	3.31	1.907	.036*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านอาชีพเกี่ยวกับด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านผลรวมความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านผลรวมทั้ง 4 ด้าน ทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.25 4.26 4.27 และ 4.28

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนกเป็นอาชีพโดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	ไม่ประกอบอาชีพ	พนักงานบริษัท	อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		3.17	3.18	3.20	3.12	3.31
ไม่ประกอบอาชีพ	3.17	-	- 0.00 *	- 0.11 *	- 0.04*	- 0.06
พนักงานบริษัท	3.18	-	-	- 0.10 *	- 0.36	- 0.05*
อาชีพอิสระ	3.20	-	-	-	0.07	0.05
ธุรกิจส่วนตัว	3.12	-	-	-	-	- 0.01
อื่น ๆ	3.31	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนกเป็นอาชีพโดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ประกอบอาชีพมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่าพนักงานบริษัท อาชีพอิสระและธุรกิจส่วนตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พนักงานบริษัทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่าอาชีพอิสระและอาชีพอื่น ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็นอาชีพ โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	ไม่ประกอบอาชีพ	พนักงานบริษัท	อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		3.17	3.12	3.18	3.02	3.42
ไม่ประกอบอาชีพ	3.17	-	0.05	- 0.01*	0.15	- 0.22*
พนักงานบริษัท	3.12	-	-	- 0.06*	0.10	- 0.27*
อาชีพอิสระ	3.18	-	-	-	0.16	- 0.21*
ธุรกิจส่วนตัว	3.02	-	-	-	-	- 0.16*
อื่น ๆ	3.42	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็นอาชีพโดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ประกอบอาชีพมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพอิสระและนักท่องเที่ยวมีอาชีพอื่น ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พนักงานบริษัทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพอิสระและนักท่องเที่ยวมีอาชีพอื่น ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อาชีพอิสระมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพอื่น ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวมีธุรกิจส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพอื่น ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็นอาชีพ โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	ไม่ประกอบอาชีพ	พนักงานบริษัท	อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		3.15	3.09	3.11	2.90	3.35
ไม่ประกอบอาชีพ	3.15	-	0.05	0.03	0.24*	- 0.20
พนักงานบริษัท	3.09	-	-	- 0.02	0.18	- 0.25
อาชีพอิสระ	3.11	-	-	-	0.20 *	- 0.23
ธุรกิจส่วนตัว	2.90	-	-	-	-	- 0.44
อื่น ๆ	3.35	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภค จำแนกเป็นอาชีพโดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ประกอบอาชีพมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวมีธุรกิจส่วนตัว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวอาชีพอิสระมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวมีธุรกิจส่วนตัว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็นอาชีพ โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	ไม่ประกอบอาชีพ	พนักงานบริษัท	อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		3.25	3.37	3.25	3.37	3.30
ไม่ประกอบอาชีพ	3.25	-	- 0.12*	- 0.00	- 0.12*	- 0.05
พนักงานบริษัท	3.37	-	-	0.11	- 0.00	0.07
อาชีพอิสระ	3.25	-	-	-	- 0.11*	- 0.04
ธุรกิจส่วนตัว	3.37	-	-	-	-	0.07
อื่น ๆ	3.30	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็นอาชีพโดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ประกอบอาชีพมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวเป็นพนักงานบริษัทและนักท่องเที่ยวนั้นมีธุรกิจส่วนตัว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวเป็นอาชีพอิสระมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีธุรกิจส่วนตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจ	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,000 บาทขึ้นไป	F	Sig
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของ จังหวัดอุดรธานี	3.03	3.10	3.05	3.18	3.29	1.429	.022*
2. ด้านสาธารณูปโภคใน แหล่งท่องเที่ยวจังหวัด อุดรธานี	3.00	3.11	3.12	3.08	2.91	0.781	.538
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี	3.32	3.41	3.18	3.31	3.35	1.470	.021*
4. ด้านบุคลากรในแหล่ง ท่องเที่ยวของจังหวัด อุดรธานี	3.11	3.20	3.16	3.16	3.29	0.424	.792
รวม	3.11	3.21	3.12	3.18	3.21	1.050	.038*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านรายได้ต่อเดือน เกี่ยวกับด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านผลรวมความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านผลรวมความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.30 - 4.31 และ 4.32

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลรวมทั้ง 4 ด้าน จำแนกเป็นรายได้ต่อเดือน โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,000 บาทขึ้นไป
		3.11	3.21	3.12	3.18	3.21
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.11	-	- 0.09	- 0.01	- 0.06*	- 0.09
10,000 – 20,000 บาท	3.21	-	-	0.08	0.02	- 0.00
20,001 – 30,000 บาท	3.12	-	-	-	- 0.05*	- 0.08*
30,001 – 40,000 บาท	3.18	-	-	-	-	- 0.02
40,000 บาทขึ้นไป	3.21	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลรวมทั้ง 4 ด้าน จำแนกเป็นรายได้ต่อเดือน โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาทและนักท่องเที่ยวมีรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกเป็นรายได้ต่อเดือน โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,000 บาท ขึ้นไป
		3.03	3.10	3.05	3.18	3.29
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.03	-	- 0.07	- 0.01	- 0.15*	- 0.25
10,000 – 20,000 บาท	3.10	-	-	0.05	- 0.07	- 0.18*
20,001 – 30,000 บาท	3.05	-	-	-	- 0.13*	- 0.24
30,001 – 40,000 บาท	3.18	-	-	-	-	- 0.10
40,000 บาทขึ้นไป	3.29	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกเป็นรายได้ต่อเดือน โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวมีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และนักท่องเที่ยวมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกเป็นรายได้ต่อเดือน โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,000 บาทขึ้นไป
		3.32	3.41	3.18	3.31	3.35
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.32	-	- 0.09	0.14 *	0.00	- 0.02
10,000 – 20,000 บาท	3.41	-	-	0.23 *	0.09	0.06
20,001 – 30,000 บาท	3.18	-	-	-	- 0.13	- 0.16
30,001 – 40,000 บาท	3.31	-	-	-	-	- 0.03
40,000 บาทขึ้นไป	3.35	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกเป็นรายได้ต่อเดือน โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวมีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านภูมิลำเนา

ความพึงพอใจ	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคใต้	F	Sig
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.25	2.98	3.14	3.16	3.13	1.634	.016*
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.02	3.16	3.06	3.07	3.03	0.426	.790
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.34	3.40	3.24	3.39	3.18	1.464	.213
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.14	3.04	3.25	3.21	3.12	1.386	.023*
รวม	3.19	3.14	3.17	3.21	3.12	0.560	.692

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบด้านภูมิลำเนา เกี่ยวกับด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.34 และ 4.35

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกเป็นภูมิภาค โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ภูมิภาค	\bar{X}	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
		3.25	2.98	3.14	3.16	3.13
ภาคเหนือ	3.25	-	0.26*	0.10	0.08	0.11
ภาคกลาง	2.98	-	-	- 0.16*	- 0.18*	- 0.15
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.14	-	-	-	- 0.02	0.00
ภาคตะวันออก	3.16	-	-	-	-	0.02
ภาคใต้	3.13	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกเป็นภูมิภาค โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวภาคเหนือมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวภาคกลาง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวภาคกลางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือและนักท่องเที่ยวภาคตะวันออกมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกเป็นภูมิลำเนา โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ภูมิลำเนา	\bar{X}	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
		3.14	3.04	3.25	3.21	3.12
ภาคเหนือ	3.14	-	0.10	- 0.10 *	- 0.06	0.02
ภาคกลาง	3.04	-	-	- 0.21 *	- 0.16 *	- 0.07
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.25	-	-	-	0.04	0.13
ภาคตะวันออก	3.21	-	-	-	-	0.08
ภาคใต้	3.12	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีจำแนกเป็นภูมิลำเนา โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวภาคเหนือมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นักท่องเที่ยวภาคกลางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือและนักท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบจากผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	เดินทางคนเดียว	คู่รัก	เพื่อน	ครอบครัว/ญาติ	F	Sig
	Mean	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.22	3.05	3.14	3.12	1.346	.025*
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.01	3.02	3.18	3.10	1.315	.026*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.34	3.33	3.28	3.30	0.182	.908
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.16	3.19	3.19	3.15	0.91	.965
รวม	3.18	3.15	3.20	3.17	0.415	.743

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบจากผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.37 และ 4.38

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	\bar{X}	เดินทางคนเดียว	คู่รัก	เพื่อน	ครอบครัว/ญาติ
		3.22	3.05	3.14	3.12
เดินทางคนเดียว	3.22	-	0.17 *	0.08	0.10 *
คู่รัก	3.05	-	-	- 0.08	- 0.06
เพื่อน	3.14	-	-	-	0.02 *
ครอบครัว/ญาติ	3.12	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.37 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางคนเดียวมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปกับคู่รักและนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัว/ญาติ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้จากการเปรียบเทียบพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกับเพื่อนมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัว/ญาติ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ผู้ร่วมเดินทาง ท่องเที่ยว	\bar{X}	เดินทางคนเดียว	คู่รัก	เพื่อน	ครอบครัว/ ญาติ
		3.01	3.02	3.18	3.10
เดินทางคนเดียว	3.01	-	- 0.12 *	- 0.16 *	- 0.09
คู่รัก	3.02	-	-	- 0.15 *	- 0.08
เพื่อน	3.18	-	-	-	0.07
ครอบครัว/ญาติ	3.10	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.38 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางคนเดียวมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปกับคู่รักและนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับเพื่อน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางกับคู่รักมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางกับเพื่อน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบจากจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	เพื่อพักผ่อน	เพื่อเข้าร่วมการประชุม/สัมมนา	เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	เพื่อพบเพื่อน	เพื่อซื้อสินค้าและบริการ	F	Sig
	Mean	Mean	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.12	3.06	3.20	3.16	3.13	1.432	.028*
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.03	3.12	3.12	3.11	3.00	1.530	.014*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.29	3.38	3.31	3.33	3.24	0.401	.808
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.16	3.31	3.15	3.14	3.07	1.172	.032*
รวม	3.15	3.22	3.20	3.18	3.11	0.971	.432

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว เมื่อทำการพิจารณาพบว่าจุดประสงค์ที่ต่างกันเกี่ยวกับด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ดังนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างเกี่ยวกับ ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.40 4.41 และ 4.42

ตารางที่ 4.40 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

จุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว	\bar{X}	เพื่อพักผ่อน	เพื่อเข้าร่วมการประชุม/สัมมนา	เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	เพื่อพบเพื่อน	เพื่อซื้อสินค้าและบริการ
		3.12	3.06	3.20	3.16	3.13
เพื่อพักผ่อน	3.12	-	0.05	- 0.08 *	- 0.03	- 0.01
เพื่อเข้าร่วมการประชุม/สัมมนา	3.06	-	-	- 0.13	- 0.09 *	- 0.07 *
เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.20	-	-	-	0.04	0.06
เพื่อพบเพื่อน	3.16	-	-	-	-	0.02
เพื่อซื้อสินค้าและบริการ	3.13	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.40 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อพักผ่อนมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อเข้าร่วมการประชุม/สัมมนามีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อพบเพื่อนและเพื่อซื้อสินค้าและบริการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

จุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว	\bar{X}	เพื่อพักผ่อน	เพื่อเข้าร่วมการประชุม/สัมมนา	เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	เพื่อพบเพื่อน	เพื่อซื้อสินค้าและบริการ
		3.03	3.12	3.12	3.11	3.00
เพื่อพักผ่อน	3.03	-	- 0.09	- 0.09	- 0.08	0.03 *
เพื่อเข้าร่วมการประชุม/สัมมนา	3.12	-	-	0.00	0.01	0.12
เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.12	-	-	-	0.01 *	0.12
เพื่อพบเพื่อน	3.11	-	-	-	-	0.11
เพื่อซื้อสินค้าและบริการ	3.00	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.41 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อพักผ่อนมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อซื้อสินค้าและบริการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อพบเพื่อน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

จุดประสงค์ เดินทางท่องเที่ยว	\bar{X}	เพื่อ พักผ่อน	เพื่อเข้าร่วมการ ประชุม/ สัมมนา	เพื่อศึกษาเรียนรู้ วัฒนธรรมท้องถิ่น	เพื่อพบ เพื่อน	เพื่อซื้อ สินค้าและ บริการ
		3.16	3.31	3.15	3.14	3.07
เพื่อพักผ่อน	3.16	-	- 0.15	0.00	0.12	0.08 *
เพื่อเข้าร่วมการ ประชุม/ สัมมนา	3.31	-	-	0.15 *	0.16 *	0.24
เพื่อศึกษาเรียนรู้ วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.15	-	-	-	0.01	0.08
เพื่อพบเพื่อน	3.14	-	-	-	-	0.07 *
เพื่อซื้อสินค้าและ บริการ	3.07	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.42 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อพักผ่อนมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อซื้อสินค้าและบริการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อเข้าร่วมการประชุม/ สัมมนามีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นและเดินทางเพื่อพบเพื่อน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อพบเพื่อนมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยจุดประสงค์เพื่อซื้อสินค้าและบริการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความถี่ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	ไม่เคยมา	เคยมา 1 ครั้ง	เคยมา 2 ครั้ง	มากกว่า 2 ครั้ง	F	Sig
	Mean	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.16	3.10	3.13	3.25	0.299	.826
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.06	3.11	3.03	2.09	0.390	.760
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.32	3.30	3.36	3.12	0.394	.757
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.20	3.19	3.07	3.15	0.567	.637
รวม	3.18	3.17	3.15	3.10	0.250	.861

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ที่เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีไม่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้งโดยรวมและรายด้าน

สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	เพื่อน / บุคคล ใกล้ชิด	สื่อโฆษณา (หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์)	ผู้ที่เคย เดินทาง มาแล้ว	สื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...)	F	Sig
	Mean	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว ของจังหวัดอุดรธานี	3.14	3.15	3.06	3.12	0.146	.932
2. ด้านสาธารณูปโภคใน แหล่งท่องเที่ยวจังหวัด อุดรธานี	3.14	3.03	3.06	2.93	1.484	.021*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่ง ท่องเที่ยวจังหวัด อุดรธานี	3.11	3.35	3.25	3.28	0.284	.837
4. ด้านบุคลากรในแหล่ง ท่องเที่ยวของจังหวัด อุดรธานี	3.22	3.11	3.27	3.09	1.142	.033*
รวม	3.20	3.16	3.16	3.11	1.161	.032*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ที่เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวเมื่อทำการพิจารณาพบว่าด้าน สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวและด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ดังนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างเกี่ยวกับ ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้าน บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวและด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.45 4.46 และ 4.47

ตารางที่ 4.45 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี
จำแนกจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

แหล่งข้อมูลข่าวสาร ท่องเที่ยว	\bar{X}	เพื่อน / บุคคล ใกล้ชิด	สื่อโฆษณา (หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์)	ผู้ที่เคย เดินทาง มาแล้ว	สื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...)
		3.14	3.15	3.06	3.12
เพื่อน / บุคคลใกล้ชิด	3.14	-	0.10	0.08	0.02
สื่อโฆษณา (หนังสือ พิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์)	3.15	-	-	- 0.02	0.10 *
ผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว	3.06	-	-	-	0.02
สื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...)	3.12	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.45 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารสื่อโฆษณา (หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์) มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้แหล่งข้อมูลสื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.46 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี จำแนกจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

แหล่งข้อมูลข่าวสาร ท่องเที่ยว	\bar{X}	เพื่อน / บุคคล ใกล้ชิด	สื่อโฆษณา (หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์)	ผู้ที่เคย เดินทาง มาแล้ว	สื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...)
		3.22	3.11	3.27	3.09
เพื่อน / บุคคลใกล้ชิด	3.22	-	0.11	- 0.05 *	0.12
สื่อโฆษณา (หนังสือ พิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์)	3.11	-	-	- 0.16	0.01
ผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว	3.27	-	-	-	0.17
สื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...)	3.09	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.46 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยใช้แหล่งข้อมูลจากเพื่อน / บุคคลใกล้ชิดมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้แหล่งข้อมูลจากผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.47 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนกจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

แหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว	\bar{X}	เพื่อน / บุคคลใกล้ชิด	สื่อโฆษณา (หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์)	ผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว	สื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...)
		3.20	3.16	3.16	3.11
เพื่อน / บุคคลใกล้ชิด	3.20	-	0.04	0.04	0.09
สื่อโฆษณา (หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์)	3.16	-	-	0.00	0.05
ผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว	3.16	-	-	-	0.03 *
สื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...)	3.11	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.47 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกจากแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยใช้แหล่งข้อมูลจากผู้ที่เคยเดินทางมาแล้วมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้แหล่งข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบตามระยะเวลาท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	1 วัน	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน	F	Sig
	Mean	Mean	Mean	Mean		
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.11	3.16	3.16	3.05	0.301	.825
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.14	2.98	3.19	2.72	3.663	.013*
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	3.31	3.36	3.33	2.94	2.184	.049*
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.15	3.15	3.27	3.27	0.658	.578
รวม	3.18	3.16	3.24	3.00	2.260	.041*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยวเมื่อทำการพิจารณาพบว่าด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีและด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ดังนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างเกี่ยวกับ ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวและด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ใช้วิธีทดสอบ LSD (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน สรุปได้ตามตารางที่ 4.48 4.49 และ 4.50

ตารางที่ 4.49 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระยะเวลาท่องเที่ยว	\bar{X}	1 วัน	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน
		3.14	2.98	3.19	2.72
1 วัน	3.14	-	0.16	- 0.05	0.42*
2 วัน	2.98	-	-	- 0.21*	0.26
3 วัน	3.19	-	-	-	0.47*
มากกว่า 3 วัน	2.72	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.49 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยวเกี่ยวกับด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ใช้เวลา 1 วัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 3 วัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ใช้เวลา 2 วัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยว 3 วัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนั้นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ใช้เวลา 3 วัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยว มากกว่า 3 วัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.50 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระยะเวลาท่องเที่ยว	\bar{X}	1 วัน	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน
		3.31	3.36	3.33	2.94
1 วัน	3.31	-	- 0.04	- 0.02	0.37 *
2 วัน	3.36	-	-	0.02	0.41 *
3 วัน	3.33	-	-	-	0.39 *
มากกว่า 3 วัน	2.94	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.50 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยวเกี่ยวกับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ใช้เวลา 1 วัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 3 วัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ใช้เวลา 2 วัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 3 วัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ใช้เวลา 3 วัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 3 วัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระยะเวลาท่องเที่ยว	\bar{X}	1 วัน	2 วัน	3 วัน	มากกว่า 3 วัน
		3.18	3.16	3.24	3.00
1 วัน	3.18	-	0.17	- 0.06	0.18*
2 วัน	3.16	-	-	- 0.07	0.16
3 วัน	3.24	-	-	-	0.24*
มากกว่า 3 วัน	3.00	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.51 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยวเกี่ยวกับด้านระดับความพึงพอใจโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ใช้เวลา 1 วัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 3 วันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ใช้เวลา 3 วัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 3 วันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.52 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐาน	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *
สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *
สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *
สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *
สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *
สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *

*ยอมรับสมมติฐานในบางด้าน

จากตารางที่ 4.52 สมมติฐานที่ 1 ผู้วิจัยทำการสรุปว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันทั้งรายด้านและผลรวม ผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.1 และสมมติฐานที่ 1.1.1 – 1.1.4

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันยกเว้นด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านผลรวม ดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.2 1.2.1 1.2.4 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.2.2 1.2.3

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ยกเว้นด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านผลรวม ดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.3.1 1.3.3 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.3.2 1.3.4

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันยกเว้นด้านสาธารณูปโภค ด้านบุคลากร ด้านผลรวม ดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.4.2 1.4.4 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.4.1 1.4.3

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันยกเว้นด้านด้านบุคลากร ดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.5.4 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.5.1 1.5.2 1.5.3

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันยกเว้นด้านสาธารณูปโภค ด้านบุคลากร ผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.6.2 1.6.4 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.6.1 1.6.3

สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันยกเว้นด้านสาธารณูปโภค ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านผลรวมดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 1.7.2 1.7.3 และยอมรับสมมติฐานที่ 1.7.1 1.7.4

ตารางที่ 4.53 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ผลทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *
สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *
สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความถี่ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *
สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน	ยอมรับ *

*ยอมรับสมมติฐานในบางด้าน

จากตารางที่ 4.53 สมมติฐานที่ 2 ผู้วิจัยทำการสรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น ผู้ร่วมเดินทาง จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เคยมาท่องเที่ยวกี่ครั้ง (ความถี่ในการเดินทาง) แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว เวลาในการท่องเที่ยวกี่วันแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านผลรวม ดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.1.3 2.1.4 และยอมรับสมมติฐานที่ 2.1.1 2.1.2

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านผลรวม ดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.2.3 และยอมรับสมมติฐานที่ 2.2.1 2.2.2 2.2.4

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความถี่ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันทั้งรายด้านและผลรวม ผู้วิจัยจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.3 และสมมติฐานที่ 2.3.1 – 2.3.4

สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันยกเว้นด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.4.1 2.4.3 และยอมรับสมมติฐานที่ 2.4.2 2.4.4

สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันยกเว้นด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ดังนั้นผู้วิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 2.5.1 2.5.4 และยอมรับสมมติฐาน 2.5.2 2.5.4

4.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง

การสรุปผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

ตารางที่ 4.54 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	Mean	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านแหล่งท่องเที่ยว			
1. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	3.31	0.764	ระดับปานกลาง
2. ความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว	3.32	0.271	ระดับปานกลาง
3. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	3.16	0.485	ระดับปานกลาง
4. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	2.73	0.665	ระดับปานกลาง
5. ภาพรวมด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.13	0.451	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 4.54 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.13, S.D = 0.63) เมื่อทำการเทียบแต่ละด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด (Mean = 3.32, S.D = 0.271) รองลงมาคือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.31, S.D = 0.764) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.16, S.D = 0.485) และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 2.73, S.D = 0.665)ตามลำดับ

ตารางที่ 4.55 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	Mean	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี			
1. ความเพียงพอในการให้บริการรถสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว	2.94	0.275	ปานกลาง
2. ความสะอาดของห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว	3.57	0.476	มาก
3. ความสะดวกทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยว	3.66	0.353	มาก
4. ความเพียงพอของที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยว	3.11	0.496	ปานกลาง
5. ภาพรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	3.07	0.692	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.55 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ผลรวมด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.07, S.D = 0.692) เมื่อทำการเทียบแต่ละด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความสะดวกทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด (Mean = 3.66, S.D = 0.353) รองลงมาคือความสะอาดของห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.57, S.D = 0.476) ความเพียงพอของที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.11, S.D = 0.496) และด้านความเพียงพอในการให้บริการรถสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 2.94, S.D = 0.275) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	Mean	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว			
1. มีร้านสะดวกซื้อ/ ร้านอาหาร/ ร้านขายของที่ระลึก เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	3.27	0.434	ปานกลาง
2. มีตู้เอทีเอ็มเพียงพอและสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว	3.42	0.425	ปานกลาง
3. มีป้ายบอกทางชัดเจน เช่น ป้ายห้องน้ำ ป้ายชื่อสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกทางสถานที่ต่าง ๆ	3.26	0.284	ปานกลาง
4. มีศูนย์ให้ข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว	3.32	0.216	ปานกลาง
5. ภาพรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	3.31	0.641	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.56 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ผลรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.31, S.D = 0.641) เมื่อทำการเทียบแต่ละด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านมีตู้เอทีเอ็มเพียงพอและสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวมากที่สุด (Mean = 3.42, S.D = 0.425) รองลงมาคือ มีศูนย์ให้ข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว (Mean = 3.32, S.D = 0.216) มีร้านสะดวกซื้อ/ ร้านอาหาร/ ร้านขายของที่ระลึกเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว (Mean = 3.11, S.D = 0.496) มีป้ายบอกทางชัดเจน เช่น ป้ายห้องน้ำ ป้ายชื่อสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกทางสถานที่ต่าง ๆ (Mean = 2.94, S.D = 0.275) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.57 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	Mean	S.D	ระดับความพึงพอใจ
ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว			
1. มีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลที่ดี มีการแนะนำ บริการที่เอาใจใส่กับนักท่องเที่ยว	4.32	0.399	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่รวดเร็ว	4.28	0.382	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลที่แนะนำให้กับนักท่องเที่ยว	3.26	0.411	ปานกลาง
4. เจ้าหน้าที่อภัยยศยดี ยิ้มแย้มในการให้บริการ	3.17	0.377	ปานกลาง
5.ภาพรวมด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี	3.18	0.664	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.57 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.18, S.D = 0.664) เมื่อทำการเทียบแต่ละด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลที่ดี มีการแนะนำ บริการที่เอาใจใส่กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด (Mean = 4.32, S.D = 0.399) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่รวดเร็ว (Mean = 4.28, S.D = 0.382) เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลที่แนะนำให้กับนักท่องเที่ยว (Mean = 3.26, S.D = 0.411) เจ้าหน้าที่อภัยยศยดี ยิ้มแย้มในการให้บริการ (Mean = 3.17, S.D = 0.377) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.58 ผลรวมความพึงพอใจแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้าน	Mean	S.D	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.13	0.451	ระดับปานกลาง
2. ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว	3.07	0.692	ระดับปานกลาง
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	3.31	0.641	ระดับปานกลาง
4. ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว	3.18	0.664	ระดับปานกลาง
5. ผลรวมความพึงพอใจโดยรวม	3.17	0.347	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 4.58 ผลรวมความพึงพอใจแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีมีความพึงพอใจระดับปานกลาง (Mean =3.17 , S.D = 0.347) เมื่อทำการพิจารณารายด้าน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean =3.31 , S.D = 0.641) ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean =3.18 , S.D = 0.664) ด้านแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean =3.13 , S.D = 0.451) ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean =3.07 , S.D = 0.692) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี”

- 5.1 ผลของการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลของงานวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอจากผลของงานวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัย “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี” มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามประชากรศาสตร์และจำแนกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามประชากรศาสตร์ (3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รูปแบบขงการวิจัยครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Suvey Research) ในงานวิจัยกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 400 คน การเก็บข้อมูลแบบสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม มีทั้งหมด 3 ส่วน เช่น 1) ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) มีคำถามทั้งหมดจำนวน 7 ข้อ 2) ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางจุดประสงค์ในการเดินทางแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวระยะเวลาจำนวนครั้ง (ที่เคยเดินทาง) มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – end question) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) มีคำถามทั้งหมดจำนวน 6 ข้อซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว 3) ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี มีทั้งหมด 16 ข้อคำถามวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ด้านเช่นด้านที่ 1 เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ด้านที่ 2 สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ด้านที่ 4 บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ได้ทดสอบความเชื่อมั่น Cronbach’s Alpha Coefficient ที่ระดับ .785 เป็นแบบสอบถามเชื่อถือได้ ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา เช่น ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี
 2. ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี
 3. ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี
- ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

5.1 ผลของการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา เช่น ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานีของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง 223 คน ร้อยละ 55.8 มีอายุในช่วง 20 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 270 คน ร้อยละ 67.5% นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นผู้ที่สมรสมากที่สุด 222 คน ร้อยละ 55.5 นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด มี 255 คน เป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 63.7 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นพนักงานบริษัทมี 123 คน ร้อยละ 30.8 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,000 – 20,000 บาท ด้วยจำนวน 147 คน ร้อยละ 36.8 นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด มีจำนวนทั้งหมด 146 คน ร้อยละ 36.5

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นคู่รัก จำนวน 120 คน ร้อยละ 30 ด้วยจุดประสงค์เดินทางเพื่อการพักผ่อนมีจำนวน 146 คน ร้อยละ 36.5 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเคยเดินทางมา 1 ครั้ง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมาจากเพื่อน / บุคคลใกล้ชิด จำนวน 198 คน ร้อยละ 49.5 ใช้เวลาท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 181 คน ร้อยละ 45.3 มีส่วนใหญ่อีกเลือกเดินทางแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง จำนวน 261 คน ร้อยละ 65

3. ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตอบแบบสอบถามโดยใช้ระดับความพึงพอใจที่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพึงพอใจมากที่สุดด้าน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.31) รองลงมาคือ เป็นด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.18) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.13) ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.07)

ด้านแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจคือความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.32) ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจคือ ความสะดวกทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยว (Mean = 3.66)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจคือมีตู้เอทีเอ็มเพียงพอและสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว (Mean = 3.42) ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจคือมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลที่ดี มีการแนะนำ บริการที่เอาใจใส่กับนักท่องเที่ยว (Mean = 4.32)

ด้านแหล่งท่องเที่ยว ผลโดยรวมระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ผลรวมด้านแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.13, S.D = 0.451) เมื่อทำการพิจารณาหาค่าเฉลี่ยรายด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด (Mean = 3.32, S.D = 0.271) รองลงมาคือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.31, S.D = 0.764) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.16, S.D = 0.485) และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 2.73, S.D = 0.665) ตามลำดับ

ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ผลโดยรวมด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.07, S.D = 0.692) เมื่อทำการเทียบแต่ละด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในความสะดวกทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด (Mean = 3.66, S.D = 0.353) รองลงมาคือความสะอาดของห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.57, S.D = 0.476) ความเพียงพอของที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 3.11, S.D = 0.496) และด้านความเพียงพอในการให้บริการรถสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว (Mean = 2.94, S.D = 0.275) ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.31, S.D = 0.641) เมื่อทำการเทียบแต่ละด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านมีตู้เอทีเอ็มเพียงพอและสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวมากที่สุด (Mean = 3.42, S.D = 0.425) รองลงมาคือมีศูนย์ให้ข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว (Mean = 3.32, S.D = 0.216) มีร้านสะดวกซื้อ/ ร้านอาหาร/ ร้านขายของที่ระลึกเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว (Mean = 3.11, S.D = 0.496) มีป้ายบอกทางชัดเจน เช่น ป้ายห้องน้ำ ป้ายชื่อสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกทางสถานที่ต่าง ๆ (Mean = 2.94, S.D = 0.275) ตามลำดับ

ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.18, S.D = 0.664) เมื่อทำการเทียบแต่ละด้านพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลที่ดี มีการแนะนำ บริการที่เอาใจใส่กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด (Mean = 4.32, S.D = 0.399) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่รวดเร็ว (Mean = 4.28, S.D = 0.382) เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลที่แนะนำให้กับนักท่องเที่ยว (Mean = 3.26, S.D = 0.411) เจ้าหน้าที่อภัยยศยดี ยิ้มแย้มในการให้บริการ (Mean = 3.17, S.D = 0.377) ตามลำดับ

ผลรวมความพึงพอใจแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีมีความพึงพอใจระดับปานกลาง (Mean = 3.17, S.D = 0.347) เมื่อทำการพิจารณารายด้าน ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.31, S.D = 0.641) ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.18, S.D =

0.664) ด้านแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean =3.13, S.D = 0.451) ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (Mean =3.07, S.D = 0.692) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าสถิติระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตามการเปรียบเทียบทางเพศพบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพศชายและนักท่องเที่ยวหญิงไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นนักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงให้ความสำคัญทุกด้านไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านแหล่งท่องเที่ยวด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว มีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันด้านแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว มีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจุดประสงค์เดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวมีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความถี่ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จำแนกตามความถี่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยเมื่อเดินทางมาจังหวัดอุดรธานีก็ครั้งให้ความสำคัญทุกด้านไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแหล่งข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวมีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระยะเวลาท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว

5.2 อภิปรายผลของงานวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการศึกษาศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยทำการนำผลงานวิจัยมาอภิปรายและสรุปดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยเรื่องการศึกษาศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี

2. จากผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมากรุงเทพฯ เพื่อการพักผ่อนสวดคล้องกับ อุมพร บุญเพชรแก้ว (2561) วิจัยเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดตราด พบว่านักท่องเที่ยวมากรุงเทพฯ เพื่อการเรียนรู้กันและพักผ่อน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยว 1 วัน และเดินทางมาแล้ว 1 ครั้ง สอดคล้องกับ วรรณธิกา ชูศรี (2556) กล่าวว่านักท่องเที่ยวช่วงอายุ 18 ถึง 35 ปี เลือกการเดินทาง 1 วัน ไม่จำเป็นต้องไปหลายที่แต่ใช้เวลาแต่ละที่ให้คุ้มค่า ผลงานวิจัยพบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารนักท่องเที่ยวได้รับมาจากเพื่อน / บุคคลใกล้ชิด ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมีการถ่ายถอดแบบเข้าใจง่าย สามารถทำการตอบและถามข้อมูลได้ทันที สอดคล้องกับ ชลระดา หนันดี (2552) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าข้อมูลมาจากเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพราะการที่ได้ข้อมูลนั้นมีการพูดและถามได้ ได้เห็นภาพของแหล่งท่องเที่ยวผ่านการเล่าเรื่องและให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ผลของการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวเลือกเดินทางแหล่งมรดกโลกบ้านเชียง สอดคล้องกับ จินตนา สุริยะศรี (2564) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกแหล่งมรดกโลกบ้านเชียงเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจและเรียนรู้

ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานีพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากบางสถานที่ท่องเที่ยวมีทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้ดูแลเรื่องความสะอาดและสวยงามหรือบางแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีการดูแลเรื่องสถานที่ให้สะอาดเรียบร้อย สอดคล้องกับ ญัฐภักดิ์ เอกวรรณัง (2553) พบว่านักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและรวดเร็วก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอารมณ์ในการท่องเที่ยว

ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานีพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ระดับปานกลาง เนื่องจากการเดินทางมาจังหวัดอุดรธานี สามารถเดินทางมาได้หลายช่องทาง รถยนต์ รถไฟ เครื่องบินฯ แต่ในการบริการนั้น อาจยังไม่ได้มีการบริการต่อเนื่อง เช่น การบริการรถสาธารณะได้ยกเลิกการบริการชั่วคราวดังนั้นยังไม่ได้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ บางส่วนการบริการยังไม่เต็มที่แต่อุดรธานีมีความสะดวกในทางเลือกต่าง ๆ มากมาย ช่วยการเดินทางท่องเที่ยวสะดวกมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ประเมศ บุญเปี่ยม (2561) วิจัยเรื่องการให้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่างกรุงเทพมหานคร-อุดรธานีอยู่ระดับปานกลางเนื่องจากการ

ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานีพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวระดับปานกลาง เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมาเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับ กรรณิการ์ พลพิทักษ์ และคณะ (2563) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวแถบกลุ่มน้ำโขง จังหวัดหนองคายพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการประเมินความคุ้มค่าของการเดินทางท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหนึ่งเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่จะตัดสินใจในการเดินทาง

ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานีพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวระดับปานกลางสอดคล้องกับจิตราหนู รักสัจจา (2550) ประชาชนเป็นเจ้าของท้องถิ่นมีความเป็นมิตร ชวนให้การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสุขและกลับมาใช้บริการใหม่อีกรอบ กระตุ้นความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอจากผลของงานวิจัย

5.3.1 หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนประชาสัมพันธ์ ในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนั้นการที่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมมือทำให้การท่องเที่ยวมีความหมายมากขึ้น นอกจากนั้นการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ จะช่วยให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวรู้จักมากยิ่งขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว เกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวใหม่

5.3.2 จากผลงานวิจัยพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อด้านสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานีน้อยที่สุด สาเหตุจากการบริการรถสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอ ดังนั้นภาครัฐฯหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการวางแผนและเพิ่มเติมจุดและรูปแบบบริการรถสาธารณะ เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำ นอกจากนั้นพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความสะอาดของห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก เห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวได้ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างดีให้กับนักท่องเที่ยว

5.3.3 จากผลงานวิจัยพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวปานกลางต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวปานกลาง เพิ่มการดูแลเรื่องอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่นเพิ่มป้ายบอกทางต่าง ๆ บ้ายเก่ามีการเปลี่ยนหรือทำสีใหม่ให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มจำนวนตู้เอทีเอ็มใกล้ร้านค้า หรือร้านอาหารฯ

5.3.4 จากผลงานวิจัยพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวปานกลางต่อบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวปานกลาง ทำการอบรมเกี่ยวกับข้อมูลใหม่สำหรับเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มรูปแบบในการแนะนำข้อมูล ทำให้นักท่องเที่ยวอยากรับฟังและสอบถามข้อมูลมากขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 เพื่อให้ทราบระดับความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีจำแนกตาม ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจ ควรศึกษาเชิงคุณภาพในแบบการสัมภาษณ์และการเก็บข้อมูลเชิงลึก ของผู้ประกอบการและกลุ่ม ลูกค้ำเป้าหมาย เพื่อนำไปพัฒนาและแก้ไขต่อไปในอนาคต

5.4.2 เพื่อนำผลที่ได้วิจัยมานำไปปรับปรุงแก้ไขให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น และเป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีกำลังเป็นที่นิยมให้มากขึ้น เพื่อเพิ่ม

กลุ่มนักท่องเที่ยวรายใหม่และเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ควรมุ่งเน้นแหล่งท่องเที่ยว ในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.4.3 ควรทำวิจัยเพิ่มเติมกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้ทราบถึง ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ พลพิทักษ์, ธีรวัฒน์ พิมพ์พวง, ธีรวุฒิ ลาอ่อน, วริศรา วงษ์ชมภู, ศิริศักดิ์ ชัยสุข และ ศุภวัตร มีพร้อม. (2563). ปัจจัยมีผลต่อการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนแถบลุ่มน้ำโขง จังหวัดหนองคาย. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 4(1), 1-20.
<https://kkbsrs.kku.ac.th/jspui/handle/123456789/233>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2562. *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ Q1-Q4 ปี 2562 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. <https://www.mots.go.th/news/category/618>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2563*
<https://www.mots.go.th/news/category/740>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). *โครงการปี ท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542*. ผู้แต่ง.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2539). *เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ*. ใน *จิตวิทยาการบริการหน่วยที่ 9-15* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จินตนา สุริยะศรี. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(3), 67-83.
- ชลระดา หนันดี (2552). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยพร วิชชาวุธ. (2523). *การวิจัยเชิงจิตวิทยา*. ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ณัฐฤกษ์ณี เอกวรรณัง. (2553). *การพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- ดร.ชนี เอมพันธ์ และ สุระเชษฐ เชนฐมาส. (2538). *ร้อยละความป่าไม้*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะวนศาสตร์ ศูนย์วิจัยป่าไม้
- ทัศนางค์ ทองแก้ว. (2554). *ความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่มาซื้อ สินค้าในตลาดนัดจตุจักรเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร* [การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร].
มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธนวัฒน์ รัตนชัย. (2550). *การศึกษาพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่* [การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย*.
www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_29Oct2019
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2547). *การตลาดสำหรับการบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นคร ลักษณะกาญจน์. (2546). *ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต* [ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. <https://bit.ly/4aTD9Pp>
- นิติวัฒน์ ไทพิทักษ์. (2553). *พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนอนุรักษ์ วัฒนธรมปางช้าง จังหวัดลำปาง*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. เพรสแอนด์ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวบนทปฐวี*. เฟิร์นข้าหลวงพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
- ประเมศ บุญเยี่ยม (2561). การให้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่างกรุงเทพมหานคร-อุดรธานี [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. <https://bit.ly/48zEtVR>
- พจนา สอนศรี และ สมภาพ ยี่จ่อหอ. (2556). *คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. วนิดาการพิมพ์.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2539). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์*. ประกายพริก.
- ภัทรรัตน์ พัวพันพัฒนา. (2551). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรณชฎิภา ชูศรี. (25576). *การผลิตรายการท่องเที่ยวที่ใช้เวลา 1 วันเพื่อการท่องเที่ยวที่หลากหลาย* [จุลนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. Silpakorn University Central Library. <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/14995>
- วัฒนา เพ็ชรวงศ์. (2543). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการใช้บริการ 13 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]*. ศูนย์เรียนรู้และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://opacdb01.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=34338>
- วาสนา อ่องเอี่ยม. (2546). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกรุงเทพ*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย. *วารสารข่าวสารการวิจัยการศึกษา*, 18(3), 8-10.
- วีระพล ทองมา และ ประเจต อำนานจ. (2547). *ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศรินทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). *แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษา อำเภอเมืองจังหวัดน่าน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. ห้องสมุด สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร.ธัญบุรี. <https://opac.rmutt.ac.th/catalog/Bibltem.aspx?BibID=b00098338>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศศิธร สามารถ. (2545). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <https://bit.ly/3SeRDSB>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. ดวงกมลสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์, และ องอาจ ปทะวานิช. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. Diamond in Business World.
- เสาวนีย์ กันทะแสน. (2545). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. CMU Intellectual Repository.
<http://cmuir.cmu.ac.th/jspui/handle/6653943832/28799>
- แสงเดือน สอนเจริญ. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณอ.เชียงแสน จ. เชียงราย* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <https://bit.ly/3TU8B9Z>
- โสภา ชูพิกุลชัย. (2521). *จิตวิทยาทั่วไป*. ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ส่วนพัฒนาการท่องเที่ยวการตลาด สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ. (2559). *คู่มือการให้บริการด้านการท่องเที่ยว: การบริการสู่ความเป็นเลิศ*. ผู้แต่ง.
<http://www.fio.co.th/km/km/docKM59/5.1.pdf>
- สันทัด เสริมศรี. (2541). *ประชากรศาสตร์ทางสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สาธิตา สุรวงศ์เดชา. (2541). *ความพึงพอใจในงานของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ในยุควิกฤตเศรษฐกิจ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี. (2560). *จำนวนผู้เยี่ยมเยือน ตั้งแต่ปี 2556 – 2560*.
<https://udonthani.mots.go.th/>
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประเทศไทย. (2550). *สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยในปี 2550 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/T22179.pdf>
- สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรธานี. (2562). *ข้อมูลทั่วไปจังหวัดอุดรธานี*.
https://udonthani.doae.go.th/province/?page_id=72
- สุดถนอม ต้นเจริญ. (2560). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม*. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 13,(2). 1-24.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2551). *การบริหารการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6). พี.เอ.ลีฟวิ่ง.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อารีย์ วรเวชธนกุล. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด นครปฐม [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <https://bit.ly/47AqD4p>
- อุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2561). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)*, 11(3), 2686-2703.
<https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/161336/116340>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1991). Prediction of leisure participation from behavioral, normative, and control beliefs: An application of the theory of planned behavior. *Leisure Sciences*, 13(3), 185–204.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Prentice Hall.
- Holloway, J. C. (1983). *The Business of Tourism*. Macdonald and Evans, Plymouth.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to social change*. Dowden, Hutchinson Press.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- World Tourism Organization. (2008). *UNWTO Tourism Highlights*.
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413560>
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd ed.). Harper and Row.

ภาคผนวก

แบบสอบถามการวิจัย

**เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว
จังหวัดอุดรธานี**

แบบสอบถามนี้เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อปริญญาโทของนิสิตปริญญาโท สาขาการจัดการ การท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้สอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี จึงขอความกรุณาจากท่านให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้เก็บนั้นเป็นความลับไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ที่ให้ข้อมูล แบบสอบถามได้แบ่งเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้:

ส่วนที่ 1 ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20 – 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี 51 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพปัจจุบัน ไม่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท อาชีพอิสระ ธุรกิจส่วนตัว
 อื่น ๆ โปรดระบุ
6. รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท
 30,001 – 40,000 บาท 40,000 บาทขึ้นไป
7. ภูมิลำเนา ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคใต้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับท่าน (เลือกเพียง 1 คำตอบ)
 เดินทางคนเดียว คู่รัก เพื่อน ครอบครัว/ญาติ อื่น ๆ โปรดระบุ

2. จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี (เลือกเพียง 1 คำตอบ)
 - เพื่อพักผ่อน เพื่อเข้าร่วมการประชุม/ สัมมนา เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น
 - เพื่อพบเพื่อน เพื่อซื้อสินค้าและบริการ อื่น ๆ โปรดระบุ
3. ท่านเคยมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ก่อนหน้านี้อีกกี่ครั้ง ?
 - ไม่เคยมา เคยมา 1 ครั้ง เคยมา 2 ครั้ง มากกว่า 2 ครั้ง
4. แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด ? (เลือกเพียง 1 คำตอบ)
 - เพื่อน / บุคคลใกล้ชิด สื่อโฆษณา (หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์) ผู้ที่เคยเดินทางมาแล้ว
 - สื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Webside ...) อื่น ๆ โปรดระบุ
5. การเดินทางครั้งนี้ท่านใช้เวลาในการท่องเที่ยวกี่วัน ?
 - 1 วัน 2 วัน 3 วัน มากกว่า 3 วัน
6. แหล่งท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - พิพิธภัณฑ์เมืองอุดร สวนสาธารณะหนองประจักษ์ ศูนย์วัฒนธรรมไทยจีน - ศาลปู่ย่า
 - วัดโพธิสมภรณ์ เขื่อนห้วยหลวง วัดป่าภูก้อน ศิริวงศ ทะเลบัวแดง
 - อุทยานแห่งชาตินายูง - น้ำโสม แหล่งมรดกโลกบ้านเชียง คำชะโนด ภูผอยลม
 - อนุสรณ์สถานโฮจิมินห์ อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่าน

ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี					
1. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว					
2. ความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว					
แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี (ต่อ)					
3. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี					
1. ความเพียงพอในการให้บริการรถสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว					

2. ความสะอาดของห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความสะดวกทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยว					
4. ความเพียงพอของที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยว					
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี					
1. มีร้านสะดวกซื้อ/ ร้านอาหาร/ ร้านขายของที่ระลึก เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
2. มีตู้เอทีเอ็มเพียงพอและสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว					
3. มีป้ายบอกทางชัดเจน เช่น ป้ายห้องน้ำ ป้ายชื่อสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกทางสถานที่ต่าง ๆ					
4. มีศูนย์ให้ข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว					
บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี					
1. มีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลที่ดี มีการแนะนำ บริการที่เอาใจใส่กับนักท่องเที่ยว					
2. เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่รวดเร็ว					
3. เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลที่แนะนำให้กับนักท่องเที่ยว					
4. เจ้าหน้าที่อธยาศัยดี ยิ้มแย้มในการให้บริการ					

ข้อเสนอแนะ

.....

*** ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ***

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล Mr. Ta Van Cuong

ประวัติการศึกษา

พ.ศ 2566 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
พ.ศ 2561 บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี