



พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2555

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

**BEHAVIOR OF VISITORS IN THAILAND TO THE ATTRACTIONS IN PETCHABURI  
PROVINCE.**



ผลงานวิทยานักศึกษา ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree  
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

**Faculty of Management Science**

**SILPAKORN UNIVERSITY**

**2012**

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว  
อนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัด  
เพชรบุรี” เสนอโดยนายชนินทร์ เก่งกล้า และนายชิตี มีปลื้ม มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาในรายวิชาจลนนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี”  
ได้ผ่านการนำเสนอในโครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 9 เวทีการประชุมวิชาการเรื่อง “การวิจัย  
เพื่อชุมชน ท้องถิ่น : พลังคนเพื่อพลังท้องถิ่น” วันที่ 13 – 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 ณ มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏเชียงใหม่ โดยความร่วมมือกันระหว่างคณะอักษรศาสตร์และคณะวิทยาการจัดการ

.....  
(อาจารย์อริสสา สะอาดนัก)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

.....  
(อาจารย์นพดล โดวิชัยกุล)

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

12520027 , 12520060 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยว / ความพึงพอใจ / แรงจูงใจ

ชรินทร์ เก่งกล้า และ ธิติ มีปถิม : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา : อริสสา สะอาดนัก. 82 หน้า.

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบค่า T-Testการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุในช่วงอายุ 26-35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-15,000 บาทผลการศึกษาข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีในระดับมากที่สุด ในด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ทั้งในด้านทัศนียภาพและความสวยงาม และด้านความกว้างของสถานที่ ด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า การประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดเพชรบุรี ยังน้อยไป ด้านแรงจูงใจพบว่าแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ทั้งสะดวกสบายและยังมีระยะทางใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานครอีกด้วย ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ตด้านการเดินทางมาของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยว คือรถยนต์ส่วนบุคคล ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จะอยู่ที่ 850 – 1,000บาท

คณะวิทยากรจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่อนักศึกษา 1.....2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

12520027 , 12520060: MAJOR: GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORDS: VISITOR / IMPRESSION / MOTIVATION

CHANIN KANGKLA AND THITI MEEPLEUM : BEHAVIOR OF VISITORS IN THAILAND TO THE ATTRACTIONS IN PETCHABURI PROVINCE. RESEARCH ADVISOR: ARISSA SA-ARDNAK,MBA. (Entrepreneurship) 82 pp.

#### Abstract

This research aims to study the behavior of visitors in Thailand towards Petchaburi Province tourist attractions. The sample group participated in the study include 400 Thailand tourists who come to visit Phetchaburi province. The data is collected through the use of questionnaire and the statistical analysis is done by using SPSS for Windows Version 11.5. The statistical information applied in the analysis include percentage, mean, standard deviation, T-test value, one-way analysis of variance, and Pearson's analysis of simple correlation coefficients.

The results show that most of the tourists visiting Petchaburi province are mainly female tourist between the ages of 26 to 35 years old. The most of them are single, bachelor's degree graduates, and are currently working as either civil servants or state enterprises. Their monthly income ranges from 5001 to 15000 Baht. Based on the survey, tourists' satisfaction of Phetchaburi Province attractions is at the highest level In terms of marketing mix of tourists' attitude towards the places in Phetchaburi, it can be found that the majority of the tourists are interested in many of the province's tourist attractions because of its beautiful scenery and wide space. However, when considered in terms of public relations of tourist attractions, the tourists feel it is still insufficient. In terms of motivation, it can be found that tourists are interested in visiting Phetchaburi due to two main reasons: convenience in traveling and its short distance from Bangkok. When asked of their source of information about the places or attractions in Petchburi Province, most of the tourists said that their main source of information is the internet websites. Their main means of transportation is a personal car and their average expense in traveling in Petchburi ranges between 850 – 1,000 Baht per person.

---

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

Academic Year 2012

Students' signatures 1.....2.....

Research Advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จากความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากบุคคลเหล่านี้

ขอขอบคุณ อาจารย์ อริสสา สะอาดนัก อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่มีความกรุณาสละเวลา ติดตาม ให้ความช่วยเหลือ ชี้แนะ ให้คำปรึกษา ให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมสำหรับการประมวลผล พร้อมทั้งแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดระยะเวลาการทำงานวิจัย และให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่างๆ ในงานวิจัยนี้อย่างดียิ่ง ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี

ขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และพี่ ที่ได้เลี้ยงดูและอบรมสั่งสอนผู้วิจัยด้วยความรักและปรารถนาดีตลอดมา และมอบกำลังทรัพย์เพื่อช่วยในการทำงานวิจัย รวมไปถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการทำงานวิจัยในครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมไปถึงเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้มิตรภาพ ความช่วยเหลือ ประสบการณ์ และความทรงจำดีๆ สุดประทับใจ

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะสามารถเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจเป็นอย่างมาก หากงานวิจัยนี้มีส่วนที่ก่อให้เกิดประโยชน์และผลดี ผู้วิจัยขอยกความดีความชอบเหล่านั้นให้แก่บรรดาบุคคลข้างต้น และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยยินดีน้อมรับ และขออภัยมา ณ ที่นี้

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
สมมุติฐานในการวิจัย .....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	7
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความหมายของการท่องเที่ยว.....	8
แหล่งท่องเที่ยว.....	11
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	12
ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps).....	14
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	23
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	29
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	30



บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	31
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน .....	42
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	58
สรุปผลการวิจัย.....	58
อภิปรายผล .....	64
ข้อเสนอแนะ.....	70
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	70
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป .....	70
รายการอ้างอิง.....	71
ภาคผนวก.....	74
ประวัติผู้วิจัย.....	82



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
2	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี.....	34
3	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานส่วนประสมทางการตลาด.....	35
4	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี.....	38
5	แสดงค่าร้อยละพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	39
6	วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามเพศ.....	42
7	วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามอายุ.....	43
8	วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	43
9	วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามอาชีพ.....	44
10	วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามรายได้.....	45
11	วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามระดับการศึกษา.....	45
12	ตารางแสดงความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี.....	46
13	ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี.....	47
14	ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี.....	48

ตารางที่	หน้า
15	49
16	50
17	51
18	52
19	53
20	54
21	55
22	56
23	57

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีทุนทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นจุดแข็งที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวหลายประการ มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และหลากหลาย มีโบราณสถานเก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และยังมีผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจบริการ รวมทั้งมีโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง การติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับดี จึงเป็นปัจจัยส่งเสริมให้กิจกรรมการท่องเที่ยวพัฒนาไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ทำให้มีนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นคนไทยเอง ที่เที่ยวภายในประเทศเป็นจำนวนมาก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี พ.ศ. 2555 ก็สูงถึงประมาณ 22,000,000 คน มีจำนวนเงินตราต่างประเทศเข้ามากว่า 600,000,000 บาทต่อปี อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นำเงินตราเข้าประเทศสูงสุด ทำให้ในทุกๆ รัฐบาลมองเห็นความสำคัญในข้อนี้จึงมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในทุกๆ ด้านตลอดมา โดยมีโครงการต่างๆ เกิดขึ้นมามากมาย เช่น เที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นการรณรงค์สร้างวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และปรับเปลี่ยนทัศนคตินักท่องเที่ยวให้หันมาเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เที่ยวอย่างมีความรู้ มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเน้นการเที่ยว แบบ 5 คุณค่าคือ สำนึก สร้างสรรค์ ด้วยกัน เข้าใจ ด้วยหัวใจ โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2554-2556 ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้รับความนิยมมากขึ้นด้วย

#### ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

เพชรบุรีเป็นเมืองที่เคยรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยโบราณและเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของไทยในกลุ่มหัวเมืองฝ่ายตะวันตก มีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศ มีหลักฐานชื่อเรียกปรากฏในหนังสือชาวต่างประเทศ เช่น ชาวฮอลันดาเรียกว่า “พิพริย์” ชาวฝรั่งเศสเรียกว่า “พิพฟิลล์” และ “พิพริ” จึงสันนิษฐานกันว่าชื่อ “เมืองพริบพริ” ซึ่งเป็นชื่อเดิมของเมืองเพชรบุรี ซึ่งสอดคล้องกับชื่อวัดพริบพลี ที่เป็นวัดเก่าแก่วัดหนึ่งของจังหวัด และที่วัดแห่งนี้ยังเป็นสถานที่ตั้งเสาชิงช้าอีกด้วย จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน จึงน่าสนใจศึกษาทางด้านการท่องเที่ยว แนวประวัติศาสตร์อีกด้วย มีทั้ง พระนครคีรี พระราชวังมฤคทายวัน ความงดงามของสถาปัตยกรรม

และโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปกรรมต่าง ๆ ได้แก่ ภาพเขียนตามฝาผนังอุโบสถ หรือ ลวดลายปูนปั้นต่าง ๆ หน้าบัน หน้าจั่วของโบสถ์ วิหารในวัดต่าง ๆ วัดวาอารามที่มีอยู่ทุกวันนี้จะมี พระพุทธรูป หรือซากสรูปเจดีย์ เป็นหลักฐานประกอบกับลักษณะของเมืองเพชรบุรีมี ทั้ง ภูเขา ป่าไม้ ถ้ำ ลำธาร น้ำตก แก่งหิน และหาดทรายชายทะเลที่มีธรรมชาติสวยงาม จัดเป็น จังหวัดที่น่าท่องเที่ยวจังหวัดหนึ่งของประเทศ สมคำขวัญที่ว่า “เขาวิ้งคู่บ้าน ขนมหวานเมืองพระ เลิศล้ำศิลปะ แดนธรรมะ ทะเลงาม” โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวได้ตามใจชอบ หรือ ตามความเหมาะสมก็ได้ โดยที่จังหวัดเพชรบุรีนั้นมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายแบบแล้ว ยังมี สินค้าที่ขึ้นชื่อหลายอย่างด้วย ได้แก่ ขนมหม้อแกง ขนมตาล น้ำตาลโตนด ทำให้นักท่องเที่ยว สามารถแวะซื้อของฝากหรือของที่ระลึกกลับไปได้อีกด้วย ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเมื่อมา ท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แล้วก็จะมี การซื้อข้าวของเป็นที่ระลึกหรือสิ่งของไปฝากคนทาง บ้านอยู่เสมอๆ (สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี, 2555)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ จิตรลีนี ทองจางงและอมรรัตน์ กิจเกษตร (2552) ได้ศึกษา เกี่ยวกับ ศึกษาอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ศึกษาถึง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พนารัตน์ ลาภเกิน (2549) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย สุพิชญา สอนบาติ (2548) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในกิจกรรม ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เบญจพร ทองไชย (2548) ทำการศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ณรงค์ มินवल (2547) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดกาญจนบุรี พัฒนพงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานคร ประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่สนใจได้ นำไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ จังหวัดเพชรบุรี ในส่วนต่างๆ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการมา จังหวัดเพชรบุรี ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการและด้านบุคลากร กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี อันประกอบด้วย ด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี

### สมมุติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีต่างกัน
2. ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี
3. ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการมา ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี
4. แรงจูงใจในการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

### ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่จังหวัด  
เพชรบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า  
จำนวน 400 คน โดยแจกแบบสอบถามจนครบ 400 ชุดในการเก็บรวบรวมข้อมูล



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## กรอบแนวคิดในการวิจัย





## นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช้เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามซึ่งเป็นไปเพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

ธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Business) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยวซึ่งเป็นการดำเนินการโดยหวังผลกำไร

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูงใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การควบคุม (Controlling) และการตลาด (Marketing) และครอบคลุมธุรกิจหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม ซึ่งจำเป็นต้องใช้องค์ประกอบของการจัดการในอุตสาหกรรมใกล้เคียง

แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง การผสมผสานของแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางด้านร่างกาย จิตใจ และวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของบุคคล อย่างต่อเนื่องจนสามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมการบริโภค อย่างมีเป้าหมาย และถ้าเป็นแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ย่อมแสดงให้เห็น

เห็นถึงค่านิยมพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้นั้นได้ แรงจูงใจเหล่านี้ทำให้รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งผู้ให้บริการท่องเที่ยวจะเข้าใจเหมือนๆ กันว่า นักท่องเที่ยวมาด้วยวัตถุประสงค์ต่างกัน และหากศึกษาในภาพรวมของแรงจูงใจแล้ว จะหมายถึงการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) ส่วนหนึ่งซึ่งมีความจำเป็นในงานเป็นอย่างดี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการตอบสนองทางบวกในการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ทั้งด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้สามารถเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา
2. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อ จังหวัดเพชรบุรี ในส่วนต่างๆ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี
3. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการมาจังหวัดเพชรบุรี ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการและด้านบุคลากร กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี
4. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี อันประกอบด้วย ด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี” ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการวิจัย โดยนำเสนอตามลำดับหัวข้อดังนี้

1. ความหมายของการท่องเที่ยว
2. แหล่งท่องเที่ยว
3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว
4. ส่วนประสมทางการตลาด
5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

#### ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลักสากลดังต่อไปนี้ คือ (Goeldner & Ritchie, 2006, 7)

1. ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

3. ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในกรณีนั้น

อย่างไรก็ตามก็มีข้อถกเถียงในสมัยนั้นว่า “ผู้เดินทาง” จะเรียกว่าอย่างไร จะเป็นนักท่องเที่ยว นักทัศนาจร หรือผู้มาเยือน และบทนิยามของแต่ละคำที่เรียกนั้นในแต่ละองค์การแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าบทนิยามของแต่ละองค์การนั้นมีน้ำหนักใด ในแง่เศรษฐกิจ แง่จิตวิทยา หรือในแง่มุมมองอื่นๆ ซึ่งทำให้เกิดความไม่สะดวกหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อต้องการจะรวบรวมสถิตินักท่องเที่ยวของโลกหรือในพิธีการทางการเมือง ทางศุลกากร ฯลฯ ก็ประสบปัญหานานา

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ซึ่งต่อมาพัฒนามาเป็นองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้เริ่มเสนอบทนิยามขึ้นมาใหม่ เพื่อให้ทุกประเทศทั่วโลกรับเอาไปใช้อย่างเดียวกัน โดยในปี พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักเป็นฐานหรือไปทำนออยู่เป็นการถาวร และยังได้ให้คำจำกัดความของคำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ

ผู้มาเยือน (Visitors) เป็นคำทั่วไป ให้นำหมายถึงบุคคลผู้ซึ่งมา (หรือไป) ยังประเทศหนึ่งซึ่งมิใช่การอยู่อาศัยถาวร ด้วยเหตุจงใจใดก็ได้ ซึ่งมิใช่เป็นการประกอบอาชีพที่ได้รับค่าจ้างตอบแทน และเข้ามาอยู่อย่างน้อย 24 ชั่วโมงและอย่างมากไม่เกิน 6 เดือน

และในนิยามยังบัญญัติให้มี “ผู้มาเยือน” 2 ประเภท คือ “นักท่องเที่ยว” (Tourism) และ “นักทัศนาจร” (Excursionists) ดังนี้

นักท่องเที่ยว (Tourism) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่ไปเยือนและมีเหตุจงใจในการเยือนเพื่อ

1. เพื่อเป็นการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา การกีฬา และการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา
2. เพื่อปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัวและการประชุมต่างๆ

นักทัศนจร (Excursionists) คือ ผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศเพียงวันเดียว (น้อยกว่า 24 ชั่วโมง) และมีได้พักค้างคืน รวมทั้งผู้โดยสารพาหนะทางเรือประเภทเรือสำราญ (Cruise) ด้วย

สำหรับ “นักท่องเที่ยวภายในประเทศ” (Domestic Tourists) คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปไหนก็ตามโดยใช้เส้นทางที่มีได้ช้อยู่เป็นปกติประจำวัน และมีระยะทางไม่ต่ำกว่า 60 กิโลเมตร หรือออกไปนอกเขตจังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของตน (ดู ชุมสาย และคณะ, 2527: 55) แต่ตามบทนิยามของประเทศสหรัฐอเมริกาถือว่าต้องมีระยะทาง 100 ไมล์หรือมากกว่า จากภูมิลำเนาของตน หรือมีการพักค้างแรมหนึ่งคืน หรือมากกว่าหนึ่งคืน (Mill and Morrison, 1985: 139)

สำหรับหน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู (ศึกษานิเทศก์, 2533) ได้กำหนดคำนิยามของ “นักท่องเที่ยวภายในประเทศ” ว่าหมายถึง คนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย และเดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของตน ไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่มีใจไปทำงานหารายได้ และระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความตามที่องค์การการท่องเที่ยวโลกกำหนดขึ้นที่กรุงโรม เป็นหลักในการจัดบันทึกรวบรวมสถิติจำนวน “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” (International Tourist) หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน และไม่มากกว่า 90 วัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2536) โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ

1. มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติ หรือมาเพื่อการพักผ่อน
2. มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนสมาคม ผู้แทนศาสนา นักกีฬา ฯลฯ
3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อมาทำงานหารายได้
4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งเป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้

## 2. แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพิ่มพูนความรู้ ทำให้ทัศนคติกว้างขวางออกไป

กล่าวโดยทั่วไปแล้วแหล่งท่องเที่ยวหลักอาจแบ่งได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมา (นิคม จารุมณี, 2536: 57-58)

### 2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีสภาพทางกายภาพตามธรรมชาติที่สวยงามและน่าสนใจ ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก แม่น้ำ ลำธาร ทะเลสาบ หาดทราย ทะเล

แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ เช่น อุทยานแห่งชาติภูกระดึง อุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ น้ำพุร้อนสันกำแพง หาดป่าตอง หาดกระรน หมู่เกาะสิมิลัน ถ้ำมรกต

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินี้เมื่อได้เดินทางไปเที่ยวแล้ว นอกจากจะได้รับความเพลิดเพลินเป็นสำคัญแล้ว ยังจะได้ศึกษาถึงสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ ภูมิสถาน วิทยา ธรณีวิทยา สัตวศาสตร์ ความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติกับสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตของคนในสังคมนั้น เช่น การท่องเที่ยวชมชายทะเล สามารถเรียนรู้ถึงลักษณะของชายหาด การกำเนิดของสันทรายที่กลายมาเป็นพื้นดิน ภูมิอากาศที่ร้อนชื้น มีฝนตกชุก เป็นเพราะได้รับลมมรสุมจากทั้งสองฝั่งทะเลของภาคได้

### 2.2 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.2.1 ประเภทประวัติศาสตร์ หมายถึง สิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมาตามวัตถุประสงค์และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เราเป็นมรดกจากอดีต หรือตลอดจนที่ได้สร้างขึ้นในปัจจุบัน มักเป็นโบราณสถานและ ศาสนสถาน มีลักษณะเป็นตัวอาคาร วัตถุ พื้นที่ สิ่งก่อสร้าง และมีผลดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว เช่น เมืองโบราณ พระราชวัง โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน อนุสรณ์สถาน โบสถ์วิหาร เป็นต้น

ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมมหาราชวัง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ปราสาทหินพิมาย

ความรู้ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้คือ ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาและความสำคัญของสถานที่ บุคสมัยของแหล่งท่องเที่ยว ปรัชญาทางศาสนาของแต่ละศาสนา ความ

แตกต่างของลัทธิในกายต่างๆ ที่มีผลต่อรูปแบบสถาปัตยกรรม รูปลักษณะของเมืองโบราณ ลักษณะพิเศษของศิลปกรรมแต่ละยุคแต่ละสมัย เทคนิคที่ใช้ในการก่อสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวัสดุก่อสร้างกับสภาพชุมชน ตลอดจนการพัฒนาารูปแบบความเชื่อที่สืบเนื่องมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

**2.2.2 ประเภทศิลปวัฒนธรรม** รวมถึงประเพณีและกิจกรรมต่างๆ ที่แสดงรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และได้ประยุกต์ปฏิบัติยึดถือสืบเนื่องต่อมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เช่น สภาพชีวิตริมแม่น้ำลำคลอง ตลาดน้ำ เรือนแพ หมู่บ้านชาวเขา ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก งานเทศกาลประเพณี ศิลปะการแสดง

ตัวอย่างทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานลอยกระทง งานสงกรานต์ งานช้างสุรินทร์ งานเทศกาลดนตรี งานมหกรรมกีฬา งานเกษตรประจำปี และงานเทศกาลประเพณีประจำปีของแต่ละจังหวัด (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549: 61-63)

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี มีทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ หาดชะอำ, หาดเจ้าสำราญ, หาดปึกเตียน และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ เขาวัง, พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน, พระราชวังบ้านปืน

### 3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

#### ประเภทของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การทราบแรงจูงใจในการเดินทางทำให้เราเข้าใจความคาดหวังของนักท่องเที่ยว สามารถตอบสนองได้เหมาะสม และช่วยให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ทฤษฎีที่อธิบายแรงจูงใจนี้เป็นพื้นฐานของการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การตัดสินใจ และการตลาด

**ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี**

การอธิบายแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีการศึกษา 3 แหล่งกว้างคือ 1. การศึกษาจากประวัติศาสตร์และงานเขียน 2. ทฤษฎีทางจิตวิทยา 3. งานวิจัย (Philip L. Pearce 1998) จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประวัติศาสตร์ทำให้มีการวิเคราะห์แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องในแต่ละรูปแบบการเดินทาง นอกจากนั้นการเชื่อมโยงทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจและนำมาปรับใช้ในการอธิบายการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งงานวิจัยที่พยายามจะค้นหาอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยว

แรงจูงใจที่ทำให้คนต้องการท่องเที่ยว (Motivators) เป็นปัจจัยที่มีมากมายและไม่มีการสรุปออกมาอย่างชัดเจนว่ามีอะไรบ้าง ปัจจัยแต่ละปัจจัยเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดความต้องการ แต่ปัจจัยหลายๆ ปัจจัยมารวมกันก็ทำให้เกิดความต้องการขึ้นมาได้เช่นกัน มากไปกว่านั้นคือการรวมตัวกันของปัจจัยดังกล่าวสามารถเป็นได้ในหลายๆ รูปแบบ อย่างไรก็ตาม มีนักคิดนักวิจัยหลายคนพยายามสรุปประเภทของแรงจูงใจ ตัวอย่างของ (Swarbrooke and Horner, 1999) ได้เสนอประเภทของแรงจูงใจนี้เป็น 6 ประเภท ได้แก่

1. ส่วนตัว เยี่ยมเพื่อน ญาติ หาเพื่อนใหม่ เอาใจคนอื่น
2. พัฒนาตนเอง หาความรู้ เพิ่มความสามารถ ทักษะ
3. อารมณ์ ความต้องการที่จะมีความรู้สึก โรแมนติก รู้สึกตื่นเต้น ทำทนาย สนุกสนาน ซาบซึ้ง ปลดปล่อย ฯลฯ
4. สถานภาพ ตามสมัยนิยม ความเด่น
5. วัฒนธรรม หาประสบการณ์จากวัฒนธรรมใหม่/การรับรู้วัฒนธรรมต่างๆ
6. กายภาพ พักผ่อน ผิวสีแทน สุขภาพ เพศ

Philip L. Pearce เสนอ Leisure Motivation Scale ซึ่งแบ่งแรงจูงใจดังกล่าวออกเป็น 4 ประเภทโดยอิงหลักความต้องการของ Maslow ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านความต้องการรู้จักตนเอง โดยแรงจูงใจประเภทนี้จะทำให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ การค้นหา การใช้ความคิด จินตนาการ
2. ปัจจัยด้านความต้องการทางสังคม พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยมีแรงจูงใจประเภทนี้จะท่องเที่ยวโดยมีเหตุผลด้านสังคมเป็นหลัก ประกอบไปด้วยเหตุผล 2 อย่างคือ 1. ความต้องการเพื่อน ต้องการเป็นที่ยอมรับ 2. ความต้องการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งเหตุผลอย่างหลังนี้เป็นความต้องการที่จะเอาใจผู้อื่น
3. ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ มักเป็นผู้ที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยหรือกิจกรรมที่ทำให้ตนเองรู้สึกว่าตนเองมีความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย ทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งสำเร็จลุล่วงด้วยความสามารถของตน
4. ปัจจัยด้านความต้องการปลีกตัว คือความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสังคมหรือสิ่งที่เป็นชีวิตประจำวัน ต้องการพักผ่อน ปลดปล่อยตนเองออกมาจากชีวิตสังคม



อย่างไรก็ดี แรงจูงใจต่างๆ นี้มักจะไม่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน ดังจะเห็นได้จากบางคนที่มีความต้องการท่องเที่ยวบ่อยมากหรือไม่มีความต้องการที่จะท่องเที่ยวเลย แน่แน่นอนว่าน้อยคนนักที่จะเดินทางท่องเที่ยวโดยมีแรงจูงใจที่ทำให้ความต้องการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว การดูรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เราชอบ หรือแม้แต่การมองออกไปนอกหน้าต่างเวลานั่งทำงานอยู่ที่โต๊ะ อาจกระตุ้นแรงจูงใจต่างๆ นั้น และทำให้เรารู้สึกอยากเดินทางท่องเที่ยวขึ้นมาได้ แต่ก่อนที่เราจะตัดสินใจไปเที่ยวที่ใดที่หนึ่งนั้น อาจมีปัจจัยอย่างอื่นเป็นสิ่งที่ส่งผลในการตัดสินใจ ซึ่งอาจเป็น สภาพอากาศที่เจอทุกวัน คนที่เจอกับอากาศหนาวเย็น อาจอยากเจอแสงแดดกับสภาพอากาศที่อบอุ่นสบาย อยากออกกำลังกาย ไปท่องเที่ยวที่ได้มีการใช้กำลังงานซึ่งแตกต่างจากการนั่งโต๊ะทำงานทุกวัน ไม่ค่อยได้มีกิจกรรมในการออกกำลังกายเท่าที่ควร สิ่งที่น่าสนใจ อยากทำหรืออยากลองอยากเห็น ไม่ว่าจะเป็นการเล่นกระดานไต่คลื่น วาดรูป รับประทานอาหารที่ตนชอบ อาจเป็นอาหารอีสาน หรืออาหารประจำภาคอื่นๆ หรืออาหารในภูมิภาคอื่นของโลก หาเพื่อน หรือแม้กระทั่งหาคู่ใหม่ อยากไปวัดหรือไปดูพิพิธภัณฑ์ อยากพักผ่อน ทั้งหมดอาจเป็นความต้องการหรือเหตุผลในการท่องเที่ยวในการเดินทางครั้งเดียว จะเห็นได้ว่าปัจจัยต่างๆ จะเข้ามามีบทบาทเมื่อถึงเวลาที่จะเลือกว่าจะเดินทางไปไหน นี่เป็นลักษณะของนักท่องเที่ยวส่วนมาก การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวนั้นมักจะถูกอิทธิพลจากปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นหรือสถานที่ท่องเที่ยวนั้นตอบสนองความต้องการทั้งหมดได้ไม่มากนักน้อย (สุกัลักษณ์ อัครางกูร, 2547: 42-45)

สรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้น แบ่งเป็น 2 ด้านหลักๆ ได้แก่ ด้านเหตุผล เช่น การท่องเที่ยวทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้น ได้รับประสบการณ์ และด้านอารมณ์ ได้แก่ การต้องการพักผ่อน ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศจากสิ่งแวดล้อมเดิมๆ

## ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

### 4. ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

**P ที่ 1 ผลิตภัณฑ์ (product)** ซึ่งได้แก่สินค้า (goods) และบริการ (service) ที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการนั้น มีสิ่งที่จับต้องได้ เช่น พัดลม โต๊ะ ฯลฯ และไม่สามารถจับต้องได้ เช่น การตัดผมการนวดแผนโบราณ บางครั้งเป็นตัวบุคคล เช่น ดารา นักร้อง นักการเมือง ฯลฯ หรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากการตลาดสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกๆ สิ่ง จึงทำให้สิ่งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นเป็นตัวผลิตภัณฑ์ ยกตัวอย่างเช่น ในการเมือง ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส.ส. แบบ

แบ่งเขตเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะจำหน่ายหรือจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายหรือประชาชนเลือกเป็น ส.ส.

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า (brand) การบรรจุหีบห่อ (packaging) การรับประกัน (guarantee) คุณภาพผลิตภัณฑ์ (quality) บางธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้เพียงอย่างเดียวไม่มีบริการเสริม เช่น สินค้าสะดวกซื้อ ได้แก่ สบู่ แชมพูสระผม ยาสีฟัน บางผลิตภัณฑ์รวมไปถึงบริการเสริม หรือบางธุรกิจมีแต่การบริการเท่านั้นที่จำหน่ายให้กับลูกค้า เช่น ร้านตัดผม (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2553: 12-16)

**P ที่ 2 ราคา (price)** หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระให้กับผู้ขายเพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการ โดยธุรกิจต้องกำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ การกำหนดราคานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในระดับที่ธุรกิจยังคงมีกำไร และลูกค้าสามารถซื้อได้

**P ที่ 3 การจัดจำหน่าย (place)** หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายสูงสุด ด้วยการนำสินค้าและบริการไปส่งมอบให้กับลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า พฤติกรรมของลูกค้า สถานที่ตั้งของธุรกิจ และที่ตั้งของลูกค้า โดยมีความเกี่ยวข้องกับงานของนักการตลาดในการออกแบบและพัฒนาระบบการจัดการช่องทางการตลาดให้เหมาะสมกับตัวสินค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

**P ที่ 4 การส่งเสริมการตลาด (promotion)** หมายถึง การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ราคา และข้อมูลอื่นๆ ของสินค้าและบริการ โดยมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ด้วยการประสานส่วนส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการใช้พนักงานขาย

**P ที่ 5 พนักงาน (people)** หมายถึง การจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของกิจการ โดยเริ่มตั้งแต่การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลุกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ได้แก่ ด้านทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การทักทายลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การขอบคุณลูกค้าหรือผู้ใช้บริการทุกครั้งที่มาใช้บริการ

**P ที่ 6 กระบวนการ (process)** หมายถึง การวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด ลดขั้นตอนที่จะทำให้ผู้บริโภครอคอยนาน จัดระบบของการไหลของการให้บริการ (service flow) ให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด เนื่องจากการรอคอยการให้บริการนานๆ อาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ โดยยึดแนวคิด One Stop Service ให้ลูกค้าอยู่ที่จุดเดียวคือบริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์ และบริการลูกค้าตามแนวคิดที่ว่า ลูกค้าคือคนที่เรารัก รวมทั้งการพัฒนา SOS หรือ Standard of Service นั่นคือมาตรฐานในการให้บริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

**P ที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน (physical evidence)** หมายถึง การออกแบบวางผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในสำนักงาน การจัดวางโต๊ะทำงาน เฟอร์นิเจอร์ภายในสำนักงาน กระจาดต้นไม้อื่นๆ ให้เรียบร้อยเป็นระเบียบที่เหมาะสมกับลักษณะของบริษัท ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์การให้บริการของกิจการจากสิ่งเหล่านี้ เนื่องจากเมื่อลูกค้าติดต่อบริษัทฯ ลูกค้าจะมองไปรอบๆตัว บริษัทฯใดมีการตกแต่งสถานที่ได้อย่างเหมาะสมจะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากขึ้น และอุปกรณ์สำนักงานไม่จำเป็นต้องมีราคาแพง เพียงแต่ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในบริษัท

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวได้แก่ P ที่ 1 ผลิตภัณฑ์ในที่นี้ หมายถึง การท่องเที่ยว P ที่ 2 ราคา P ที่ 3 การจัดจำหน่ายในที่นี้ หมายถึง การเดินทางมา P ที่ 4 การส่งเสริมการตลาดในที่นี้ หมายถึง การประชาสัมพันธ์ P ที่ 5 พนักงานในที่นี้ หมายถึง บุคลากรทางการท่องเที่ยว P ที่ 6 กระบวนการในที่นี้ หมายถึง การท่องเที่ยว และ P ที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว

## ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

### 5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 142-146)

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากบริษัทการบิน จากญาติมิตร ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สภาพภูมิศาสตร์ ที่พัก การคมนาคม ความปลอดภัย ซึ่งการส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ที่ภาครัฐและเอกชน

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครอบครัวถูก การบริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อย่างท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนที่ดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิรมย์ที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามไปด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยาก

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้ จึงต้องมีการวางแผนก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยว วางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวนี้เราอาจขอความช่วยเหลือจากธุรกิจนำเที่ยวมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังต้องมีการเตรียมวางแผนเรื่องลานและฝากคนดูแลบ้านด้วย

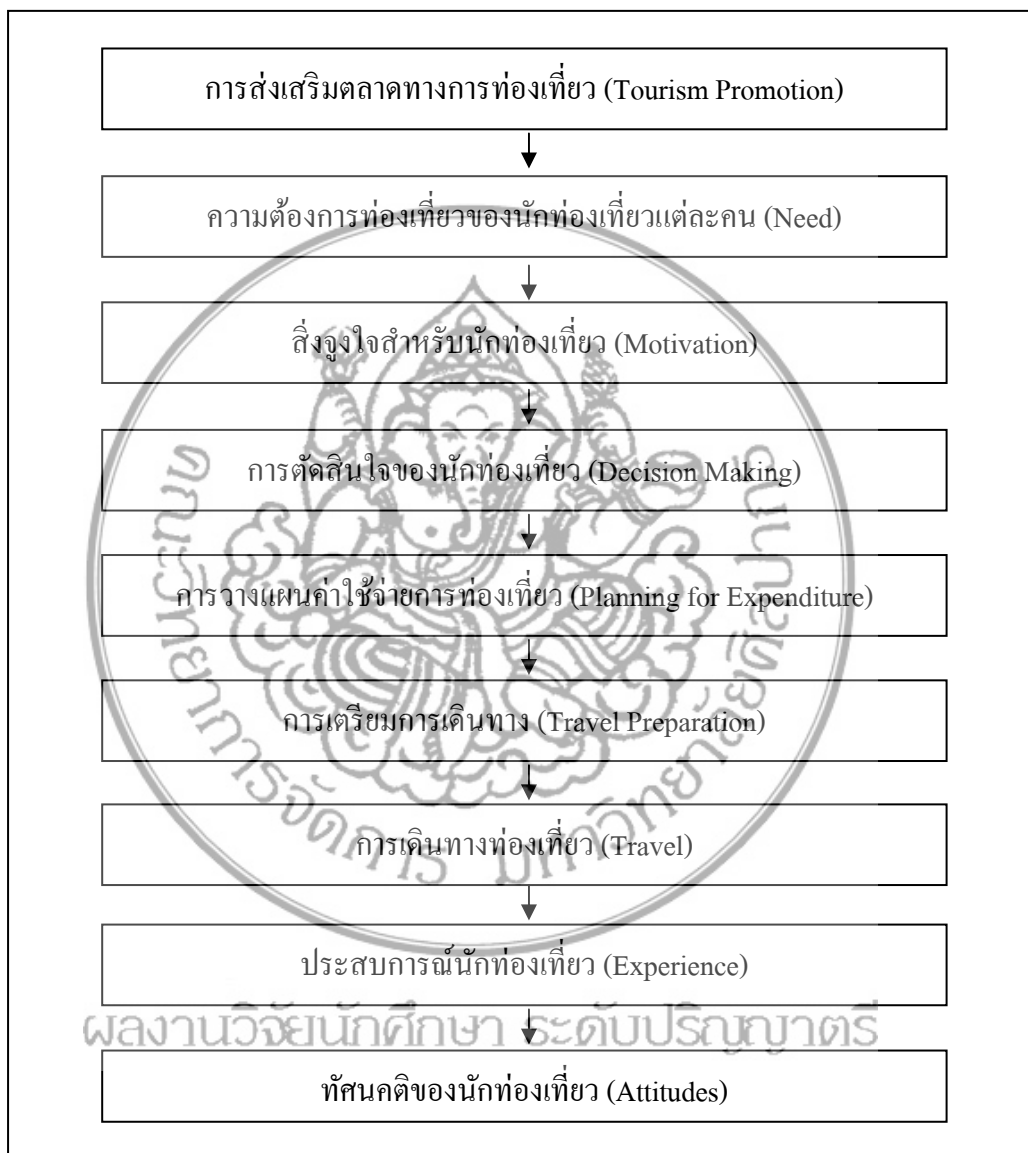
ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ในขั้นตอนนี้ผู้จะเดินทางท่องเที่ยวต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยื่นขออนุญาตเดินทาง จัดทำเอกสารเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) นอกจากนี้ยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพและการกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยว จนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และอื่นๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นการเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางมาท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทักษะคตินักท่องเที่ยว (Attitudes) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าให้

บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย



ภาพที่ 1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 2548 หน้า 146

สรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ผู้วิจัยเห็นตรงกับคุณบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ในบางหัวข้อ อันได้แก่ ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์นักท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตรสินี ทองจำนงและอมรรัตน์ กิจเกสร (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ศึกษาอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยได้ใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 ราย โดยเก็บข้อมูลตัวอย่างจะกระทำแบบบังเอิญ โดยผลปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุตั้งแต่ 24 – 34 ปี เดินทางมาพักผ่อน และใช้สถานที่โรงแรมเป็นสถานที่พัก โดยมีการรับรู้ข่าวสารในระดับปานกลาง ผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุดและจะค้นหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะเวลาสนใจเท่านั้น ซึ่งสื่อที่นิยมคือ e-mail และ web board ซึ่งยังคงมีปัญหาต่างๆ ในด้านข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น จากข้อมูลต่างๆ ได้ชี้ชัดว่า นักท่องเที่ยวยังคงได้รับข่าวสารจากทางสื่อต่างๆ ในปริมาณที่น้อย จึงควรเร่งให้รัฐบาลหรือหน่วยที่เกี่ยวข้องได้รับส่งข้อมูลให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ศึกษาถึง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 – 34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท สำหรับพฤติกรรมในการมาท่องเที่ยวคือ ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ โดยนิยมมากับเพื่อน และจะมาในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ ในด้านความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ แหล่งสินค้าพื้นเมืองที่ระลึก และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ อาจจะมาอีก

พนารัตน์ ลากเกิน (2549) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20–40 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท สำหรับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวนั้น สิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย คือ

ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน โดยนักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ควรจะพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

สุพิชญา สอนบาลี (2548) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกิจกรรม ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ทำการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากกิจกรรมถนนคนเดิน และศึกษาถึงรายจ่ายของนักท่องเที่ยวในกิจกรรม ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อ. เมือง จ. เชียงใหม่ โดยได้ทำการสุ่มจากนักท่องเที่ยวจำนวน 150 คน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวนร้อยละ 50.67 ซึ่งมีสัดส่วนไม่ต่างจากนักท่องเที่ยวชายมากนัก คือ ร้อยละ 49.33 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวนร้อยละ 56.67 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวนร้อยละ 72.67 และเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง ถึงร้อยละ 55.33 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.67 เป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 44.67 และในเรื่องของสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวได้ให้ความเห็นว่า เทศบาลนครเชียงใหม่และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรส่งเสริมสินค้าที่นำมาขายในกิจกรรมถนนคนเดินและมีการสนับสนุนการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายและทันสมัยมากขึ้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของตัวสินค้าและยังส่งผลถึงความสามารถในการเพิ่มมูลค่าของตัวสินค้าด้วย

เบญจพร ทองไชย (2548) ทำการศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท และภูมิลำเนาอาศัยอยู่ที่ กรุงเทพมหานคร เหตุจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางศิลปวัฒนธรรม อยู่ในระดับ พึงพอใจมาก นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะมาซ้ำและจะบอกต่อบุคคลอื่นให้มาเที่ยวแน่นอน

ณรงค์ มินวล (2547) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 15-24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส. ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 6,500 บาท



พัฒน์พงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด รองลงมาคือ ความงดงามของสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน และให้ความสำคัญกับกิจกรรมเสริมด้านการท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ส่วนความเพียงพอของศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทย



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การหาประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด โดยเลือกมาหนึ่งกลุ่มเพื่อนำไปทำการสำรวจในการทำวิจัยดังต่อไปนี้

##### 1.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น 1,167,026 คน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2553)

##### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากจำนวนประชากรแฟนบอลของสโมสรชลบุรีที่มาชมการแข่งขัน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Yamane (ประสพชัย พสุ นนท์ 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ในกรณีที่มีประชากรขนาดใหญ่ ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยคำนวณจากสูตรขนาดตัวอย่างสำหรับการประมาณค่าสัดส่วนดังนี้

$$n \geq \frac{z^2 pq}{d^2}$$

โดยที่	n	แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	z	แทนค่าจากตารางการแจกแจงแบบปกติแสดงความเชื่อมั่นของการประมาณค่า
	q	แทน 1-p
	p	แทน สัดส่วนที่สนใจ
	d	แทนค่าความคลาดเคลื่อนซึ่งกำหนดให้เท่ากับร้อยละ 0.05

แทนค่า

$$n \geq \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n \geq 384.16 \approx 385$$

ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

### 2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้ โดยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 6 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

1. เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

2. อายุ ได้แก่ ต่ำกว่า 15 ปี, 15 ปี – 25 ปี, 26 ปี – 35 ปี, 36 ปี – 45 ปี และมากกว่า 45 ปี ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทมาตรอันดับ (Ordinal Scale)

3. สถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด, สมรส, หย่าร้าง, หม้าย และแยกกันอยู่ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

4. อาชีพ ได้แก่ นักเรียนหรือนักศึกษา, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท, เจ้าของธุรกิจ, พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้แก่ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท, 5,001-15,000 บาท, 15,001-25,000 บาท, 25,001-35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทมาตรอันดับ (Ordinal Scale)

6. ระดับการศึกษา ได้แก่ ประถมศึกษา, มัธยมศึกษา, , ประกาศนียบัตรวิชาชีพ, ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทมาตรอันดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 4 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดโดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ พอใจมาก, พอใจ, เฉยๆ, ไม่พอใจ, และไม่พอใจอย่างมาก โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้

พอใจมาก	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
พอใจ	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
เฉยๆ	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
ไม่พอใจ	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
ไม่พอใจอย่างมาก	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ในแบบสอบถาม ได้แก่

1. เขาวัง, พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน, พระราชวังบ้านปืน
2. หาดชะอำ, หาดเจ้าสำราญ, หาดปึกเตียน
3. วัดมหาธาตุวรวิหาร, วัดใหญ่สุวรรณาราม, วัดอื่นๆ
4. เขื่อนแก่งกระจาน, วนอุทยานเขานางพันธุรัต, อุทยานอื่นๆ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 7 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale)

1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
4. ด้านการประชาสัมพันธ์
5. ด้านคุณภาพ
6. ด้านกระบวนการ
7. ด้านบุคลากร

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 2 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
มาก	ค่าคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
เฉยๆ	ค่าคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	ค่าคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

ข้อคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในแบบสอบถาม แบ่งได้ดังนี้

1. ด้านเหตุผล แบ่งเป็น 3 ข้อย่อย ดังนี้
  - 1.1 การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ทำให้ได้ความรู้เพิ่มขึ้น
  - 1.2 จังหวัดเพชรบุรีไม่ไกลมากจากกรุงเทพฯ ทำให้เดินทางสะดวก
  - 1.3 ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว

### ผลงานวิจัยนี้เพื่อประโยชน์ปรัญญาตรี

2. ด้านอารมณ์ แบ่งเป็น 2 ข้อย่อย ดังนี้
  - 2.1 ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน
  - 2.2 ต้องการสถานที่สงบ ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 11 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า

(Rating scale) เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) และแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ได้แก่

### ลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ได้แก่

ข้อที่ 1 ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จากแหล่งใด

ข้อที่ 2 ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ข้อที่ 3 ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด

ข้อที่ 4 บุคคลที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ข้อที่ 11 ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีครั้งต่อไปท่านจะให้ความสำคัญกับเรื่องใดมากที่สุด

### ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด ได้แก่

ข้อที่ 5 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ประมาณ \_\_\_\_\_ บาท/ครั้ง

ข้อที่ 6 ท่านเคยมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน \_\_\_\_\_ ครั้ง

### แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ได้แก่

ข้อที่ 7 ท่านคิดว่าการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ค้ำค้ำกับเวลาในการมาเที่ยวหรือไม่

ข้อที่ 8 การประเมินความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ข้อที่ 9 โอกาสหน้าท่านคิดว่าจะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อีกหรือไม่

ข้อที่ 10 ท่านจะแนะนำคนที่ท่านรู้จักมาเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี หรือไม่

โดยแบบสอบถามตอนที่ 3,4 และตอนที่ 5 ลักษณะเป็นคำถามที่ให้เลือก 1 ตัวเลือก เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกความสำคัญ 5 ระดับ ได้แก่

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์ประเมินผลในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์ 2538)

$$\begin{aligned} \text{ค่าเฉลี่ย} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{ช่วงคะแนน} \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มากที่สุด
	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มาก
	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความสัมพันธ์น้อย
	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด

## 2.2 วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างแบบสอบถาม ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

2.2.1 ศึกษาทำความเข้าใจจากวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจน ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและเอกสารต่างๆ เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดวิจัย

2.2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อ ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา และความชัดเจนของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม

2.2.3 นำแบบสอบถามที่ได้พิจารณาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ ก่อน นำไปทดสอบตามความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

2.2.4 นำแบบสอบถามไปทดสอบกับนักท่องเที่ยงที่เดินทางมาเที่ยวใน เขตจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน โดยไม่ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทดสอบความถูกต้องของ แบบสอบถาม

2.2.5 นำข้อมูลที่ได้จากการทดสอบมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความถูกต้อง

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้เก็บรวบรวมข้อมูลมาจาก 2 แหล่ง คือ

**1. แหล่งข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data Source)** ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการทำการสำรวจแบบ Field study โดยเก็บรวบรวมจากการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง

**2. แหล่งข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data Source)** ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการที่ผู้ศึกษาวิจัยค้นคว้าจากงานวิจัยที่มีผู้ดำเนินการไว้แล้ว จากตำราทางวิชาการที่เกี่ยวข้องจากบทความทางวิชาการต่างๆ จากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์บทความ ข่าววารสารต่างๆ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และประกอบการวิเคราะห์ผลสรุป

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากการศึกษามาคำนวณและมีการแสดงค่าข้อมูลเป็นจำนวนร้อยละ (Percentage) โดยใช้ตารางแสดงค่าเปรียบเทียบ จากนั้นจึงดำเนินการอธิบายโดยการแปลความหมายของข้อมูลดังกล่าว ในด้านของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี

2. การวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) การประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณที่เก็บรวบรวมได้จะถูกวิเคราะห์และแปลความหมายโดย ดำเนินการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติและแปลความหมายของค่าตัวแปรต่างๆ ตามหลักวิธีของโปรแกรม

## ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

ผู้ดำเนินการวิจัยจะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Editing) กำหนดใช้รหัสข้อมูล (Coding) จัดหมวดหมู่ (Categorization) ใสข้อมูลเข้าสู่คอมพิวเตอร์ในรูปของแฟ้มข้อมูลด้วยการคีย์ข้อมูลด้วยมือประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS นำผลที่ประมวลได้จากโปรแกรม SPSS มาแปลและวิเคราะห์ตลอดจนสรุปข้อมูล อธิบายผลด้วยวิธีการรายงานผลการวิจัย



## 5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ใช้การวิเคราะห์การหาความถี่ และการคำนวณเป็นร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ใช้ในการวิเคราะห์ค่าความถี่ และคำนวณเป็นร้อยละ

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

#### บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางร้อยละ และทดสอบความสัมพันธ์ โดยแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา**

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ระบุว่าได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ดังนี้

### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	49	12.25
หญิง	351	87.75
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	29	7.25
15 ปี – 25 ปี	118	29.5
26 ปี – 35 ปี	132	33.0
36 ปี – 45 ปี	54	13.5
มากกว่า 45 ปี	67	16.75
รวม	400	100.0
3. สถานภาพ		
โสด	210	52.5
สมรส	157	39.25
หย่าร้าง	9	2.25
หม้าย	17	4.25
แยกกันอยู่	7	1.75
รวม	400	100.0
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	134	33.5
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	206	51.5
พนักงานบริษัท	30	7.5
เจ้าของธุรกิจ	8	2.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	9	2.25
อื่นๆ	13	3.25
รวม	400	100.0

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000	104	26.0
5,001-15,000	131	32.75
15,001-25,000	31	7.75
25,001-35,000	48	12.0
มากกว่า 35,000	86	21.5
รวม	400	100.0
6. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	29	7.25
มัธยมศึกษา	0	0
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	2	0.5
ปริญญาตรี	283	70.75
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	86	21.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 87.75 เพศชายจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 35 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 อายุ 15 - 25 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 อายุมากกว่า 45 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 อายุ 36 - 45 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 สมรสแล้ว จำนวน 157คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 หม้าย 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 หย่าร้างจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และแยกกันอยู่ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 อาชีพนักเรียน นักศึกษา จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 พนักงานบริษัท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อาชีพอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 พ่อบ้าน แม่บ้าน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และเจ้าของธุรกิจจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001 - 15,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รายได้ 25,001 - 35,000 จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และรายได้ 15,001 - 25,000 บาทจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.75 ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ระดับประถมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 และประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และไม่มีผู้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	$\bar{x}$	SD	แปลผล
เขาวัง, พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน, พระราชวังบ้านปืน	4.51	.566	มากที่สุด
หาดชะอำ, หาดเจ้ารำราญ, หาดปึกเตียน	4.14	.826	มาก
วัดมหาธาตุวรวิหาร, วัดใหญ่สุวรรณาราม, วัดอื่นๆ	4.37	.677	มากที่สุด
เขื่อนแก่งกระจาน, วนอุทยานเขานางพันธุรัต, อุทยานอื่นๆ	4.32	.698	มากที่สุด
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวม	4.33	.691	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมต่อเขาวิ้ง,พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน, พระราชวังบ้านปืน วัดมหาธาตุวรวิหาร, วัดใหญ่สุวรรณาราม, วัดอื่นๆ เช่นแก่งกระจาน, วนอุทยานเขานางพันธุรัต, อุทยานอื่นๆ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51, 4.37 และ 4.32 ตามลำดับ และมีพฤติกรรมต่อหาดชะอำ, หาดเจ้ารำราญ, หาดปึกเตียนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี			
1.1 ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	4.14	.859	มาก
1.2 ความกว้างขวางของสถานที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยว	3.97	.767	มาก
ด้านสถานที่โดยรวม	4.05	.813	มาก
2. ด้านราคา			
2.1 ความเหมาะสมของราคาคืนค้าหรือของที่ระลึก	3.65	.868	มาก
2.2 ความคุ้มค่าในครมมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	4.12	.794	มาก
2.3 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวที่อื่น	3.78	.927	มาก
ด้านราคาโดยรวม	3.85	.863	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	SD	แปลผล
3. ด้านช่องทางการมาที่จอดรถเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	4.19	.782	มาก
3.1 ความสะอาดในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	4.02	.848	มาก
3.2 ความหลากหลายของช่องทางการมาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	4.01	.759	มาก
3.3 ความเหมาะสมของการเวลาเปิดปิดของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี			
ด้านช่องทางการมาที่จอดรถเที่ยวโดยรวม	4.07	.796	มาก
4. ด้านการประชาสัมพันธ์			
4.1 การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	3.54	1.054	มาก
4.2 การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับหรือเอกสารต่างๆ	3.49	.918	มาก
4.3 ความเพียงพอในการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	3.52	.895	มาก
ด้านกรประชาสัมพันธ์โดยรวม	3.51	.955	มาก
5. ด้านคุณภาพ			
5.1 การให้บริการด้านข้อมูลและความรู้ต่างๆกับนักท่องเที่ยว	3.51	.766	มาก
5.2 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.09	.894	มาก
ด้านคุณภาพโดยรวม	3.80	.830	มาก
6. ด้านกระบวนการ			
6.1 ขั้นตอนในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว	3.82	.791	มาก
6.2 กระบวนการที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	3.75	.826	มาก
ด้านกระบวนการโดยรวม	3.78	.808	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	SD	แปลผล
7. ด้านบุคลากร			
7.1 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีบุคลากรให้ความรู้บริการอย่างเพียงพอ	3.47	.825	มาก
7.2 ความมีใจรักในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	3.66	.882	มาก
7.3 บุคลากรมีทักษะมากน้อยเพียงใด	3.53	.816	มาก
ด้านบุคลากรโดยรวม	3.55	.841	มาก
ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม	3.80	.849	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านสถานที่โดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมาก และมีความกว้างขวางของสถานที่ต่อกรรองรับนักท่องเที่ยวมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ 3.97 ตามลำดับ

ด้านราคาโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านความเหมาะสมของราคาสินค้าหรือของที่ระลึก ด้านความคุ้มค่าในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวที่อื่นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65, 4.12 และ 3.78 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการมาเที่ยวโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านความสะดวกในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความหลากหลายของช่องทางการมาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และด้านความเหมาะสมของการเปิดปิดของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19, 4.02 และ 4.01 ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ด้านการประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับหรือเอกสารต่างๆ และด้านความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54, 3.49 และ 3.52 ตามลำดับ



ด้านคุณภาพโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการให้บริการด้านข้อมูลและความรู้ต่างๆกับนักท่องเที่ยว และด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และ 4.09 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านขั้นตอนในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว และด้านกระบวนการที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และ 3.75 ตามลำดับ

ด้านบุคลากรโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านบุคลากรให้ความรู้บริการ ด้านใจรักในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และด้านบุคลากรมีทักษะอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47, 3.66 และ 3.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	$\bar{x}$	SD	แปลผล
1.ด้านเหตุผล			
1.1 การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีทำให้ได้ความรู้เพิ่มขึ้น	4.01	.754	มาก
1.2 จังหวัดเพชรบุรีไม่ไกลมาจากกรุงเทพ ทำให้เดินทางสะดวก	4.30	.669	มากที่สุด
1.3 ได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยว	4.17	.761	มาก
ด้านเหตุผลโดยรวม	4.16	.728	มาก
2. ด้านอารมณ์			
2.1 ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน	4.53	.566	มากที่สุด
2.2 ต้องการสถานที่สงบ ท่ามกลางสภาพที่สวยงาม	4.42	.600	มากที่สุด
ด้านอารมณ์โดยรวม	4.47	.583	มากที่สุด
แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวม	4.31	1.311	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมมีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านเหตุผลโดยรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีทำให้ได้ความรู้เพิ่มขึ้นและได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก แต่จังหวัดเพชรบุรีไม่ไกลมากจากกรุงเทพทำให้เดินทางสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01, 4.17 และ 4.30 ตามลำดับ

ด้านอารมณ์โดยรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและต้องการสถานที่สงบ ท่ามกลางสภาพที่สวยงามอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และ 4.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การรับรู้ข่าวสาร		
นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์	84	21.0
วิทยุ โทรทัศน์	115	28.75
แผ่นพับ โบปลิว	20	5.0
อินเทอร์เน็ต	138	34.5
อื่นๆ	43	10.75
รวม	400	100.0
2. พาหนะในการเดินทาง		
รถยนต์ส่วนบุคคล	313	78.25
รถโดยสารประจำทาง	31	7.75
รถนำเที่ยว รถทัวร์	50	12.5
อื่นๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว		
วันธรรมดา	24	6.0
วันหยุดเสาร์ อาทิตย์	291	72.75
วันหยุดเทศกาล	85	21.25
รวม	400	100.0
4. บุคคลที่มีผลต่อการมาเที่ยว		
เพื่อน	62	15.5
พ่อแม่ ครอบครัว	275	68.75
อาจารย์ ครู	18	4.5
ไกด์นำเที่ยว บริษัททัวร์	45	11.25
รวม	400	100.0
5. คำนึงค่ากับเวลาที่มาเที่ยวหรือไม่		
ไม่คำนึงค่าอย่างมาก	8	2.0
ไม่คำนึงค่า	15	3.75
เฉยๆ	35	8.75
คำนึงค่า	220	55
คำนึงค่าอย่างมาก	122	30.5
รวม	400	100.0
6. ความพึงพอใจโดยรวม		
ไม่พอใจอย่างมาก	9	2.25
ไม่พอใจ	15	3.75
เฉยๆ	41	10.25
พอใจ	243	60.75
พอใจมาก	92	23
รวม	400	100.0

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. โอกาสหน้าจะมาเที่ยวอีกหรือไม่		
ไม่มาแน่นอน	9	2.25
ไม่มา	9	2.25
เฉยๆ	37	9.25
มา	181	45.25
มาแน่นอน	164	41
รวม	400	100.0
8. จะแนะนำให้คนอื่นมาเที่ยวหรือไม่		
ไม่แนะนำแน่นอน	9	2.25
ไม่แนะนำ	11	2.75
เฉยๆ	26	6.5
แนะนำ	190	47.5
แนะนำแน่นอน	164	41
รวม	400	100.0
9. ในการท่องเที่ยวเพชรบุรีครั้งต่อไปจะให้ความสำคัญเรื่องใด		
ความสะดวกในการเดินทาง	98	24.5
ค่าใช้จ่าย	87	21.75
ที่จอดรถ	22	5.5
ความสวยงามของธรรมชาติ	188	47
อื่นๆ	5	1.25
รวม	400	100.0

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาดังกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 6 วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามเพศ

พฤติกรรม	เพศชาย		เพศหญิง		t	df	Sig.
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว	3.04	.337	3.09	.473	-.589	398	.268

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

จากตารางที่ 6 ทดสอบสมมติฐานโดยให้วิธี T-test พบว่าได้ค่าสถิติเท่ากับ -.589 และได้ค่า sig. 0.268 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น ขอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรองหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขต  
จังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อสถานที่ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	2.128	4	.532	2.566	.038
	ภายในกลุ่ม	81.893	395	.207		
	รวม	84.022	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่  
ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่  
ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

จากทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าได้ค่าสถิติเท่ากับ 2.566  
และได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.038 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับ  
สมมติฐานรอง หมายความว่าอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ  
สถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัด

เพชรบุรีจำแนกตามสถานภาพการสมรส  
ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อสถานที่ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
สถานภาพการสมรส	ระหว่างกลุ่ม	33.388	4	8.347	65.117	.000
	ภายในกลุ่ม	50.633	395	.128		
	รวม	84.022	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$  : สถานภาพแตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : สถานภาพที่แตกต่างส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

จากทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่าสถิติเท่ากับ 65.117 และค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	.286	5	.057	.269	.930
	ภายในกลุ่ม	83.736	394	.213		
	รวม	84.022	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$  : อาชีพแตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อาชีพที่แตกต่างส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

จากทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่าสถิติเท่ากับ .269 และค่า Sig เท่ากับ 0.930 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง หมายความว่า อาชีพแตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัด  
เพชรบุรีจําแนกตามรายได้

พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อสถานที่ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	2.800	4	.700	3.404	.009
	ภายในกลุ่ม	81.221	395	.206		
	รวม	84.022	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$  : รายได้แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่  
ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่  
ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

จากทดสอบสมมติฐานโดยให้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่าสถิติเท่ากับ 3.404 และ  
ค่า Sig เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติ  
ฐานรอง หมายความว่ารายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ  
สถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัด  
เพชรบุรีจําแนกตามระดับการศึกษา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อสถานที่ท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	9.245	3	3.082	16.320	.000
	ภายในกลุ่ม	74.776	396	.189		
	รวม	84.022	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05



$H_0$  : ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

จากทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่าสถิติเท่ากับ 16.320 และค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 12 ตารางแสดงความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
เขาวัง พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน พระราชวังบ้านปืน	0.82	.100
หาดชะอำ หาดเจ้าสำราญ หาดบึกเตียน	.015	.763
วัดมหาธาตุวรวิหาร วัดใหญ่สุวรรณาราม วัดอื่นๆ	.091	.068
เขื่อนแก่งกระจาน วนอุทยานเขานางพันธุรัต อุทยานอื่นๆ	.177	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$  : ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ เขาวิ้ง พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน พระราชวังบ้านปืน หาดชะอำ หาดเจ้าสำราญ หาดปึกเตียน วัดมหาธาตุวรวิหาร และวัดใหญ่สุวรรณาราม ยกเว้นเขื่อนแก่งกระจาน วนอุทยานเขานางพันธุรัต อุทยานอื่นๆ ที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

สมมุติฐานข้อที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการมา ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการและด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 13 ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	.295	.000
ความกว้างขวางของสถานที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยว	.344	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 14 ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
ความเหมาะสมของราคาสินค้าหรือของที่ระลึก	.248	.000
ความคุ้มค่าในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	.332	.000
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวที่อื่น	.462	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 15 ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี  
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
ความสะดวกในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	.318	.000
ความหลากหลายของช่องทางการมาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	.297	.000
ความเหมาะสมของเวลาเปิดปิดของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	.247	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 16 ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	.310	.000
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับหรือเอกสารต่างๆ	.120	.016
ความเพียงพอในการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	.302	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 17 ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพ	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
การให้บริการด้านข้อมูลและความรู้ต่างๆกับนักท่องเที่ยว	.247	.000
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	.602	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 18 ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
ขั้นตอนในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว	.363	.000
กระบวนการที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	.449	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 19 ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีบุคลากรให้ความรู้บริการอย่างเพียงพอ	.331	.000
ความมีใจรักในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	.391	.000
บุคลากรมีทักษะมากน้อยเพียงใด	.450	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี



ตารางที่ 20 ตารางแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	.349	.000
ด้านราคา	.419	.000
ด้านช่องทางการมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	.336	.000
ด้านการประชาสัมพันธ์	.307	.000
ด้านคุณภาพ	.501	.000
ด้านกระบวนการ	.447	.000
ด้านบุคลากร	.436	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมุติฐานข้อที่ 4 แรงจูงใจในการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 21 ตารางแสดงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านเหตุผล	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีทำให้ได้ความรู้เพิ่มขึ้น	.293	.000
จังหวัดเพชรบุรีไม่ไกลมากจากกรุงเทพฯทำให้เดินทางสะดวก	.058	.245
ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว	.194	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านเหตุผลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นจังหวัดเพชรบุรีไม่ไกลมากจากกรุงเทพฯทำให้เดินทางสะดวก ที่มีค่า sig. 0.245 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 22 ตารางแสดงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้าน  
อารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดเพชรบุรีด้านอารมณ์	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัด เพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
ต้องการเที่ยวเพื่อพักผ่อน	.119	.017
ต้องการสถานที่สงบ ท่ามกลางธรรมชาติที่ สวยงาม	.083	.097

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านอารมณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นต้องการสถานที่สงบ ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม ที่มีค่า Sig. 0.097 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 23 ตารางแสดงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุคต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้าน  
อารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัดเพชรบุรี

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุคต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดเพชรบุรี	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัด เพชรบุรี	
	Pearson	Sig2-sided
ด้านเหตุผล	.222	.000
ด้านอารมณ์	.112	.025

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

$H_0$ : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุคต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัดเพชรบุรี

$H_1$ : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุคต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัดเพชรบุรี

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุคต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี” โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลนามาวิเคราะห์ 400 ฉบับ จากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุดนั้น ทำให้ทราบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 351 คน (ร้อยละ 87.75) และเพศชายจำนวน 49 คน (ร้อยละ 12.25) มีช่วงอายุในช่วงอายุ 26 - 35 ปี จำนวน 132 คน (ร้อยละ 33.0) รองลงมาคือช่วงอายุ อายุ 15 - 25 ปี จำนวน 118 คน (ร้อยละ 29.5) อายุมากกว่า 45 ปี จำนวน 67 คน (ร้อยละ 16.75) อายุ 36 - 45 ปี จำนวน 54 คน (ร้อยละ 13.5) และอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.25) ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 210 คน (ร้อยละ 52.2) สมรสแล้วจำนวน 157 คน (ร้อยละ 39.25) หม้าย 17 คน (ร้อยละ 4.25) หย่าร้าง จำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.25) และแยกกันอยู่ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.75) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 206 คน (ร้อยละ 51.5) อาชีพนักเรียน นักศึกษา จำนวน 134 คน (ร้อยละ 33.5) พนักงานบริษัท จำนวน 30 คน (ร้อยละ 7.5) อาชีพอื่นๆ จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.25) พ่อบ้านแม่บ้าน จำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.25) และเจ้าของธุรกิจจำนวน 8 คน (ร้อยละ 2.0) ซึ่งมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 5,001-15,000 บาท จำนวน 131 คน (ร้อยละ 32.75) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 104 คน (ร้อยละ 26.0) รายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 86 คน (ร้อยละ 21.5) รายได้ 25,001-35,000 จำนวน 48 คน (ร้อยละ 12.0) และรายได้ 15,001-25,000 บาท จำนวน 31 คน (ร้อยละ 7.75) กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 283 คน (ร้อยละ 70.75) ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 86 คน (ร้อยละ 21.5) ระดับประถมศึกษา จำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.25) และประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.5)

## 2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

จากการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุดนั้น ทำให้ทราบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมต่อเขาวิ้ง, พระราชินีเวศน์มฤคทายวัน, พระราชวังบ้านปืน วัดมหาธาตุวรวิหาร, วัดใหญ่สุวรรณาราม, วัดอื่นๆ เชื้อนแก่งกระจาน, วนอุทยานเขานางพันธุรัต, อุทยานอื่นๆ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51, 4.37 และ 4.32 ตามลำดับ และมีพฤติกรรมต่อหาดชะอำ, หาดเจ้ารำราญ, หาดปึกเตียนมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมมีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ด้านเหตุผลโดยรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีทำให้ได้ความรู้เพิ่มขึ้นมาก ได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวมาก และจังหวัดเพชรบุรีไม่ไกลมากจากกรุงเทพฯทำให้เดินทางสะดวกมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01, 4.17 และ 4.30 ตามลำดับ

ด้านอารมณ์โดยรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและต้องการสถานที่สงบ ท่ามกลางสภาพที่สวยงามมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และ 4.42 ตามลำดับ

## 3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุดนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ด้านสถานที่โดยรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และมีความกว้างขวางของสถานที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ 3.97 ตามลำดับ

ด้านราคาโดยรวมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเหมาะสมของราคาสินค้าหรือของที่ระลึก ด้านความคุ้มค่าในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวที่อื่นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65, 4.12 และ 3.78 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านความสะอาดในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ด้านความหลากหลายของช่องทางการมาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี และด้านความเหมาะสมของเวลาการเปิดปิดของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19, 4.02 และ 4.01 ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ด้านการประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับหรือเอกสารต่างๆ และด้านความเพียงพอในการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54, 3.49 และ 3.52 ตามลำดับ

ด้านคุณภาพโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการให้บริการด้านข้อมูลและความรู้ต่างๆกับนักท่องเที่ยว และด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และ 4.09 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านขั้นตอนในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว และด้านกระบวนการที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และ 3.75 ตามลำดับ

ด้านบุคลากรโดยรวมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านบุคลากรให้ความรู้บริการ ด้านใจรักในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวมาก และด้านบุคลากรมีทักษะอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47, 3.66 และ 3.53 ตามลำดับ

#### 4. วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดโดยใช้สถิติ

วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามเพศ จากทดสอบสมมติฐาน โดยให้วิธี T-test พบว่าได้ค่าสถิติเท่ากับ  $-0.589$  และได้ค่า sig.  $0.268$  ซึ่งมีค่ามากกว่า  $0.05$  ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามอายุ จากทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่าสถิติเท่ากับ 2.566 และค่า Sig. เท่ากับ 0.038 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง หมายความว่าอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามสถานภาพการสมรส จากทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่าสถิติเท่ากับ 65.117 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง หมายความว่าสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามอาชีพ จากทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่าสถิติเท่ากับ .269 และค่า Sig. เท่ากับ 0.930 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง หมายความว่า อาชีพแตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน

วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามรายได้ จากทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่าสถิติเท่ากับ 3.404 และค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน

วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีจำแนกตามระดับการศึกษา จากทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี One-way ANOVA พบว่าค่าสถิติเท่ากับ 16.320 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี แตกต่างกัน



### 5. วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เขาวัง พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน พระราชวังบ้านปืน หาดชะอำ หาดเจ้าสำราญ หาดปึกเตียน วัดมหาธาตุวรวิหาร และวัดใหญ่สุวรรณาราม ยกเว้นเขื่อนแก่งกระจาน วนอุทยานเขานางพันธุรัต อุทยานอื่นๆ ที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

### 6. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



นักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นต้องการสถานที่สงบ ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม ที่มีค่า Sig. 0.097 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## อภิปรายผล

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ผลจากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุในช่วงอายุ 26-35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจรายได้ 5,001 - 15,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาปริญญาตรี และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจพร ทองไชย (2548) ทำการศึกษา พฤติกรรมความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

### ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

2. ผลจากการศึกษาข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดเพชรบุรีนั้น มีความสวยงามและแสดงถึงประวัติศาสตร์ได้อีกด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเท่ากันในทุกส่วน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจพร ทองไชย (2548) ทำการศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เหตุจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางศิลปวัฒนธรรม

3. ผลจากการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ทั้งในด้านทัศนียภาพและความสวยงาม และด้านความกว้างของสถานที่ แสดงว่า ด้านสถานที่ที่มีผลต่อการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจพร ทองไชย (2548) ทำการศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เหตุจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางศิลปวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนารัตน์ ลาภเกิน (2549) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย พบว่า สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย คือ ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญในเรื่องของการประชาสัมพันธ์โดยข้อมูลความคิดเห็น พบว่า นักท่องเที่ยวคิดว่า การประชาสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเพชรบุรียังน้อยไป ทำให้ นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่า มีสถานที่ท่องเที่ยวอะไรบ้าง แล้วที่ไหนอยู่ตำแหน่งไหน และรวมไปถึงไม่ทราบถึงรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

4. ผลจากการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นของแรงจูงใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ทั้งสะดวกสบายและยังมีระยะทางใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานครอีกด้วย ซึ่งใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาทีเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒพงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) ทำการศึกษายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด รองลงมาคือ ความงดงามของสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน และให้ความสำคัญกับกิจกรรมเสริมด้านการท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ส่วนความพึงพอใจของศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

5. ผลจากการศึกษาข้อมูลของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะมาจากอินเทอร์เน็ต ส่วนข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ถือว่านักท่องเที่ยวได้รับค่อนข้างน้อย อาจจะมาจากการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เพียงพอ ด้านการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือ รถยนต์ส่วนบุคคล

รองลงมา คือ รถนำเที่ยวหรือรถทัวร์ เนื่องจากสะดวกเพราะสามารถจับมาไม่ไกลจาก กรุงเทพฯ ส่วนช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เป็นส่วนใหญ่ รองลงมา คือ วันหยุดเทศกาล เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะหยุดในวัน เสาร์ - อาทิตย์ ทำให้สามารถมาเที่ยวได้สะดวก ส่วนบุคคลที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่จะเป็นพ่อ แม่ ครอบครัว รองลงมา คือ เพื่อน เนื่องจากส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมากับพ่อแม่ ครอบครัว หรือพ่อแม่ ครอบครัวแนะนำให้มาเที่ยว หรือไม่ก็จะมาเที่ยวเพื่อนในวันหยุด ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จะอยู่ที่ 850 – 1,000 บาท ซึ่งถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับการเที่ยวในสถานที่อื่น เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีนั้นอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ไม่เสียค่าเดินทางมาก

ในส่วนของพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะมีการแนะนำให้คนรู้จักมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี รวมถึงนักท่องเที่ยวมีการรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวังอยู่ในระดับดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาเที่ยวเมืองโบราณเกิดการรับรู้ที่น่าพอใจ ทำให้มีการบอกต่อและแนะนำให้คนรู้จักมาเที่ยว ส่วนเรื่องที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการมาเที่ยวเมืองโบราณในครั้งต่อไป คือ ความสวยงามของธรรมชาติ เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวเหล่านั้นต้องการสิ่งที่สวยงาม และพักผ่อนเมื่อได้มาเที่ยวอีกด้วย

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาต่างกัมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีต่างกัน

### ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เพศ นักท่องเที่ยวเพศต่างกันมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศต่างกันมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและหญิงมีความพึงพอใจกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีและการรับรู้ในการเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าทั้งเพศชายและหญิงมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน

อายุ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่างกัน และจะมีการรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวัง ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่ากลุ่มอายุช่วงอื่นๆ อาจจะเป็นเพราะเป็นกลุ่มช่วงอายุที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สนใจในการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวังมากกว่า กลุ่มอายุช่วงอื่นๆ เพราะว่า กลุ่มช่วงอายุนี้ เป็นกลุ่มช่วงอายุที่ยังไม่เคยได้เที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ที่สวยงามและเป็นที่น่าจดจำ ซึ่งเมื่อได้เข้ามาเที่ยวจึงมีความพอใจในการรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวังมากกว่ากลุ่มอายุช่วงอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ศึกษาถึง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมและความพึงพอใจต่างกัน

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่างกัน และจะมีการรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวัง ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายจะมีความพึงพอใจโดยรวม และมีการรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวังมากกว่า กลุ่มช่วงระดับการศึกษาอื่น อาจจะเป็นเพราะกลุ่มระดับการศึกษานี้เพิ่งได้เห็นสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในเขตจังหวัดเพชรบุรี เช่น ฟังเคามาเที่ยวเขาวังทะเลชะอำ เขื่อนแก่นกระจาน เป็นครั้งแรก ทำให้เกิดความสนใจมากกว่ากลุ่มช่วงระดับการศึกษาอื่น

อาชีพ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีและการรับรู้ในการเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีไม่แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ย นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ย ต่างกัน จะมีความพึงพอใจโดยรวม ต่างกัน และจะมีการรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวัง ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท จะมีความพึงพอใจโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้อื่นๆ อาจจะเป็นเพราะเป็นกลุ่มที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และสนใจในการศึกษาโบราณสถาน และศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ มีนวล (2547) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน จังหวัดกาญจนบุรี

พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน จะมีพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2** ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า ความพึงพอใจในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดเพชรบุรีนั้น มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวังเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเพชรบุรีนั้น มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและไม่พอใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเพชรบุรีได้ และจะส่งผลไปถึงการรับรู้เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้วย

**สมมติฐานข้อที่ 3** ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการมา ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ด้านสถานที่ ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ในจังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า ศักยภาพและความสวยงาม รวมทั้งความกว้างขวางของสถานที่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

ด้านราคา ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เป็นเพราะว่า ความเหมาะสมของราคา และค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับที่อื่น แล้วมีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง

ด้านช่องทางการมาเพชรบุรี ความสะดวกสบายในการมา และความหลากหลายของช่องทาง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากถ้าในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีมีความสะดวก ช่องทางการมาจังหวัดเพชรบุรีมีหลายช่องทาง ก็จะเกิดการรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

ด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ของเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า การประชาสัมพันธ์กับทางอินเทอร์เน็ต ทางแผ่นพับ และความเพียงพอในการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง เพราะถ้าทางจังหวัดเพชรบุรีมีการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ นักท่องเที่ยวก็จะมี การรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวังดีขึ้น

ด้านคุณภาพ ส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า การบริการด้านข้อมูลและความรู้ต่างๆกับนักท่องเที่ยว ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง เนื่องจากเมื่อถ้ามีบริการด้านข้อมูลที่ดี ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว จะมีผลต่อ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง

ด้านกระบวนการ กระบวนการเข้าชม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีนั้น ขั้นตอนและกระบวนการชมสถานที่ต่างๆ มีผลต่อการรับรู้เมื่อเทียบกับความคาดหวัง

ด้านบุคลากร ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรของจังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า ด้านบุคลากรให้ความรู้บริการและมืออย่างเพียงพอ ความมีใจรักในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และบุคลากรมีทักษะมากน้อยเพียงใด มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งความพอเพียงของบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยว การที่บุคลากรมีความเต็มใจในการให้บริการ หรือบุคลากรสามารถอธิบายข้อมูลต่างๆ

**สมมติฐานข้อที่ 4** แรงจูงใจในการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเพชรบุรี

แรงจูงใจในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับ



สมมติฐานกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่า การมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีทำให้ได้รับความรู้เพิ่มเติม ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และต้องการสถานที่พักผ่อนที่มีบรรยากาศดี มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความคาดหวัง โดยแรงจูงใจต่างๆ เหล่านี้จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกดีกับการมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เพราะสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีเป็นที่ที่ร่มรื่น การเดินทางมาก็สะดวก ไม่ไกล ได้ความรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย อีกทั้งได้ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับความหวัง

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี ควรนำผลจากการศึกษาในครั้งนี้ไปดำเนินการต่อในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ควรมีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นไปอย่างต่อเนื่อง
2. ควรมีการดูแลรักษา สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้อย่างสม่ำเสมอ
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่า เพราะจากผลที่ได้ นักท่องเที่ยวยังรับรู้ข้อมูล

จากแหล่งต่างๆ ได้น้อยมาก

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการเลือกศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างเดิม และจะให้ผลการศึกษาเป็นแบบทั่วไปมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ต่อไปอีก และปรับปรุงเครื่องมือในการวิจัยให้มีความชัดเจนและครอบคลุมมากขึ้น เช่น การกำหนดคำถามในแบบสอบถามให้มีความเจาะจงและชัดเจนมากขึ้น ใช้แบบสอบถามเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล
3. ควรมีการกำหนดกรอบแนวคิดโดยพิจารณาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ตัวแปรอิสระ อาจมีการใช้แนวคิดหรือทฤษฎีอื่นๆ เข้ามาใช้ในการพิจารณา

## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

- กัลยา วินิชย์บัญชา. (2552). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: เทพนิรมิตรการพิมพ์.
- คู่ย ชุมสาย. (2527). **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นิคม จารุมณี. (2550). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์ (1991).
- นิตา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ทวี พรินท์ (1991).
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). **งานวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). **การวิจัยตลาด1. นครปฐม: เพชรเกษมพรินต์ติ้งกรุ๊ป**.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ท็อป.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2553). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 7. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2549). **เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). **การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- John Swarbrooke, and Susan Horner. (1999). **Consumer behaviour in tourism**. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Mill, Robert Christie, and Morrison, Alastair M.. (1985). **The tourism system**. Iowa: Kendall/Hunt Pub.
- Pearce, Philip L.. (1998). **Tourist behaviour: themes and conceptual schemes**. Clevedon: Channel View Publications.

## วิทยานิพนธ์

จิตรลีนี ทองจำนงและอมรรัตน์ กิจเกษร. (2552). “ศึกษาอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.” สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เบญจพร ทองไชย. (2548). “พฤติกรรมและความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พัฒน์พงษ์ พงษ์ทองเจริญ. (2541). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สายทิพย์ บัวเผือก. (2550). “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.” สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุพิชญา สอนบาลี. (2548). “พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกิจกรรมถนนคนเดิน วันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พนารัตน์ ลาภเกิน. (2549). “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสุโขทัย.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ณรงค์ มีนวล. (2548). “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



### แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบหนึ่งในวิชาจุลนิพนธ์ ของนักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร สารสนเทศเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการช่วยตอบแบบสอบถาม อนึ่งการตอบแบบสอบถามนี้เพื่อการศึกษา และผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาและความร่วมมือจากท่าน

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่าน

นายชนินทร์ เก่งกล้า, นายธิติ มีปลื้ม

ผู้วิจัย

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ
2. ข้อมูลด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 4 ข้อ
3. ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 7 ข้อ
4. ข้อมูลด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี 2 ข้อ
5. ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี 11 ข้อ

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามในครบทุกตอน และตรงตามการปฏิบัติจริงของท่าน โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะถือเป็นความลับอย่างเคร่งครัด

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่ง

### ตอนที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของท่าน

1) เพศ

[ ] ชาย [ ] หญิง

2) อายุ

[ ] ต่ำกว่า 15 [ ] 15 ปี – 25 ปี [ ] 26 ปี – 35 ปี

[ ] 36 ปี – 45 ปี [ ] มากกว่า 45 ปี

3) สถานภาพการสมรส

[ ] โสด [ ] สมรส [ ] หย่าร้าง

[ ] หม้าย [ ] แยกกันอยู่

4) อาชีพ

[ ] นักเรียนหรือนักศึกษา [ ] ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ [ ] พนักงานบริษัท

[ ] เจ้าของธุรกิจ [ ] พ่อบ้าน/แม่บ้าน [ ] อื่นๆ

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

[ ] ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 [ ] 5,001-15,000 [ ] 15,001-25,000

[ ] 25,001-35,000 [ ] มากกว่า 35,000

6) ระดับการศึกษา

[ ] ประถมศึกษา [ ] มัธยมศึกษา [ ] ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

[ ] ปริญญาตรี [ ] ปริญญาโทหรือสูงกว่า

## ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

**คำชี้แจง** ท่านมีความพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อย่างไร โปรดทำเครื่องหมาย

✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดตามความเป็นจริง

### ระดับความพึงพอใจ

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	พอใจ มาก 5	พอใจ 4	เฉยๆ 3	ไม่พอใจ 2	ไม่พอใจ อย่างมาก 1
- เขาวิ้ง, พระราชนิเวศน์ มฤคทายวัน, พระราชวังบ้านปืน					
- หาดชะอำ, หาดเจ้าสำราญ, หาด ปึกเตียน					
- วัดมหาธาตุวรวิหาร, วัดใหญ่ สุวรรณาราม, วัดอื่นๆ					
- เขื่อนแก่งกระจาน, วนอุทยานเขา นางพันธุรัต, อุทยานอื่นๆ					

## ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

### 1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

#### 1.1. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

สวยงามมาก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ธรรมดา  
5            4            3            2            1

#### 1.2. ความกว้างขวางของสถานที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

เพียงพอ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่เพียงพอ  
5            4            3            2            1

## 2. ด้านราคา

## 2.1. ความเหมาะสมของราคาสินค้าหรือของที่ระลึก

เหมาะสมแล้ว \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่เหมาะสมเลย

5 4 3 2 1

## 2.2. ความคุ้มค่าในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

คุ้มค่ามาก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่คุ้มค่าเลย

5 4 3 2 1

## 2.3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวที่อื่น

ถูกกว่า \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ แพงกว่า

5 4 3 2 1

## 3. ด้านช่องทางการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

## 3.1. ความสะดวกในการมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

สะดวก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่สะดวก

5 4 3 2 1

## 3.2. ความหลากหลายของช่องทางการมาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

หลากหลาย \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่หลากหลาย

5 4 3 2 1

## 3.3. ความเหมาะสมของการเวลาเปิดปิดของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี  
เหมาะสม \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่เหมาะสม

5 4 3 2 1

## 4. ด้านการประชาสัมพันธ์

## 4.1. สื่อต่างๆที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

## 4.1.1. การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต

เคยเข้าชม \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่เคยเข้าชม

5 4 3 2 1



## 4.1.2. การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ หรือเอกสารต่าง

เคยอ่าน \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่เคยอ่าน  
5            4            3            2            1

## 4.2. ความเพียงพอในการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

มีเพียงพอ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่เพียงพอ  
5            4            3            2            1

## 5. ด้านคุณภาพ

## 5.1. การให้บริการด้านข้อมูลและความรู้ต่างๆ กับนักท่องเที่ยว

เพียงพอ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่เพียงพอ  
5            4            3            2            1

## 5.2. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

สวยงามมาก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่สวยงาม  
5            4            3            2            1

## 6. ด้านกระบวนการ

## 6.1. ขั้นตอนในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว

สะดวก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่สะดวก  
5            4            3            2            1

## 6.2. กระบวนการที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

เหมาะสม \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่เหมาะสม  
5            4            3            2            1

## 7. ด้านบุคลากร

## 7.1. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีบุคลากรให้ความรู้บริการอย่างเพียงพอ

เพียงพอ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่เพียงพอ  
5            4            3            2            1

## 7.2. ความมีใจรักในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

ดีมาก \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ต้องปรับปรุง  
5            4            3            2            1

## 7.3. บุคลากรมีทักษะมากน้อยเพียงใด

มีทักษะ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ขาดทักษะ  
5                      4                      3                      2                      1

**ตอนที่ 4** แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดเพชรบุรี	มาก ที่สุด 5	มาก 4	เฉยๆ 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1. ด้านเหตุผล 1.1. การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ทำให้ได้ ความรู้เพิ่มขึ้น 1.2. จังหวัดเพชรบุรีไม่ไกลมากจากกรุงเทพฯ ทำให้เดินทางสะดวก 1.3. ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยว					
2. ด้านอารมณ์ 2.1. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน 2.2. ต้องการสถานที่สงบ ท่ามกลางธรรมชาติที่ สวยงาม					

**ตอนที่ 5** พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จากแหล่งใด  
 นิตยสาร, สื่อสิ่งพิมพ์     วิทยุ, โทรทัศน์     แผ่นพับ, โบปลิว  
 อินเทอร์เน็ต             อื่นๆ (โปรดระบุ \_\_\_\_\_)

2. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
- [ ] รถยนต์ส่วนบุคคล [ ] รถโดยสารประจำทาง  
 [ ] รถนำเที่ยว,รถทัวร์ [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ \_\_\_\_\_)
3. ท่านมักเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงเวลาใด
- [ ] วันธรรมดา [ ] วันหยุดเสาร์-อาทิตย์  
 [ ] วันหยุดเทศกาล
4. บุคคลที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
- [ ] เพื่อน [ ] พ่อแม่,ครอบครัว [ ]  
 อาจารย์,ครู  
 [ ] ไกด์นำเที่ยว,บริษัททัวร์ [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ \_\_\_\_\_)
5. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ประมาณ \_\_\_\_\_ บาท/ครั้ง
6. ท่านเคยมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน \_\_\_\_\_ ครั้ง
7. ท่านคิดว่าการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ค่อนข้างคุ้มค่ากับการมาเที่ยวหรือไม่
- คุ้มค่าอย่างมาก : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่คุ้มค่าอย่างมาก  
 5 4 3 2 1
8. การประเมินความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
- พอใจอย่างมาก : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่พอใจอย่างมาก  
 5 4 3 2 1
9. โอกาสหน้าท่านคิดว่าจะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี อีกหรือไม่
- มาแน่นอน \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่มาแน่นอน  
 5 4 3 2 1
10. ท่านจะแนะนำคนที่ท่านรู้จักมาเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี หรือไม่
- แนะนำ \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ ไม่แนะนำ  
 5 4 3 2 1
11. ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ครั้งต่อไป ท่านจะให้ความสำคัญกับเรื่องใดมากที่สุด
- [ ] ความสะดวกในการเดินทาง [ ] ค่าใช้จ่าย [ ] ที่จอดรถ  
 [ ] ความสวยงามของธรรมชาติ [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ \_\_\_\_\_)

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่ง

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล นายชนินทร์ เก่งกล้า

ที่อยู่ 6 ถนนบันไดอิฐ ตำบลคลองกระแชง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2551 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพรหมานุสรณ์จังหวัดเพชรบุรี

พ.ศ.2555 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิทยานักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล นายธิตี มีปลื้ม

ที่อยู่ 183/3 หมู่ 11 ตำบลบางครุ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2551 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี กรุงเทพมหานคร

พ.ศ.2555 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิทยานักศึกษา ระดับปริญญาตรี