

แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

THE MOTIVATIONS AND BEHAVIORS OF THAI TOURISTS:

A CASE STUDY OF MUENG DISTRICT, NAN PROVINCE

ศรินทร์ทิพย์ กวานโนบะ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอก การตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอก การตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย:
กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

The Motivation and Behavioral of Thai Tourists:
A Case Study Of Mueang District, Nan Province

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ

วิชาเอก

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ณัฐพงษ์ สีนุญเรือง

ปีการศึกษา

2554

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(ดร.เฉลิมศักดิ์ เลิศวงส์เสถียร)

ประธานกรรมการ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ หิรัญกิตติ)

กรรมการ



(อาจารย์ณัฐพงษ์ สีนุญเรือง)

กรรมการ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต



..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณฺทลบุตร)

วันที่ 18 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2555

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย :
	กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ
วิชาเอก	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ณัฐพงษ์ สีบุญเรือง
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ Independent Sample t-test, F-test (One - Way ANOVA) และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วย (LSD) การแจกแจงแบบ Chi-Square

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้านความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี ด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถานที่ที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเยี่ยมชมคือ วัดภูมินทร์ ช่วงฤดูที่นำจะเดินทางมาท่องเที่ยว คือช่วงฤดูหนาว มีระยะเวลาการเดินทางมาพักค้างคืน มากกว่า เดินทางมาเช้า - เย็นกลับ สถานที่เลือกพักคือ โรงแรม มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง ทำกิจกรรมไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทผ้าทอมือ

ผลสรุป นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Independent Study Title	The Motivations and Behaviors of Thai Tourists: A Case Study of Mueang District, Nan Province
Name-Surname	Miss Sarintip Kawanobe
Major Subject	Marketing
Independent Study Advisor	Mr. Nattapong Sibunrueng
Academic Year	2011

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study motivations and behaviors of Thai tourists by using Mueang District, Nan as a case study. The samples of the study consisted of 400 participants who were Thai tourists in Mueang District, Nan. The questionnaire was used as a research instrument for data collection while statistics used for data analysis included Independent Samples t-test and F-test (One-Way ANOVA). Least Significant Difference (LSD) was used to determine the minimum difference between any two means whereas Chi-Square Distribution was also used in the study.

The results of the independent study revealed that most of Thai tourists in Mueang District, Nan were female with age ranging from 26 to 30 years old. Besides, most of them got married while the average education level was Bachelor's degree. Moreover, these tourists were mostly employees with average monthly income from 10,001 to 20,000 Baht, and their place of birth was in Central area. Due to motivation for travelling, the most influencing aspect which motivated tourists to travel was from attraction aspect. This consisted of tourist spot aspect in terms of religion, history, ancient remains, and antiques. An interesting aspect included uniqueness, culture, and tradition. Other motivations included beautiful places, diversity, and famous tourist spot. Regarding behaviors of Thai tourists, the most attractive place to visit was Wat Phumin while the good season for travelling was in winter season. Furthermore, these tourists tended to stay overnight rather than one-day trip. The place to stay was usually the hotel with average range of travelling expenses from 3,001 to 7,000 Baht. Also, the tourists chose to stop at the restaurants located on the way to their destination, pay respect to the Buddha, and buy some souvenirs such as woven fabrics handmade.

The conclusion was that Thai tourists who had different demographics including age, level of education, occupation, average monthly income, and place of birth revealed significant differences in terms of motivations for travelling ($p < 0.05$). In addition, demographics of Thai tourists were significantly related to travelling behaviors in an aspect of managing individual expenses ($p < 0.05$).

กิตติกรรมประกาศ

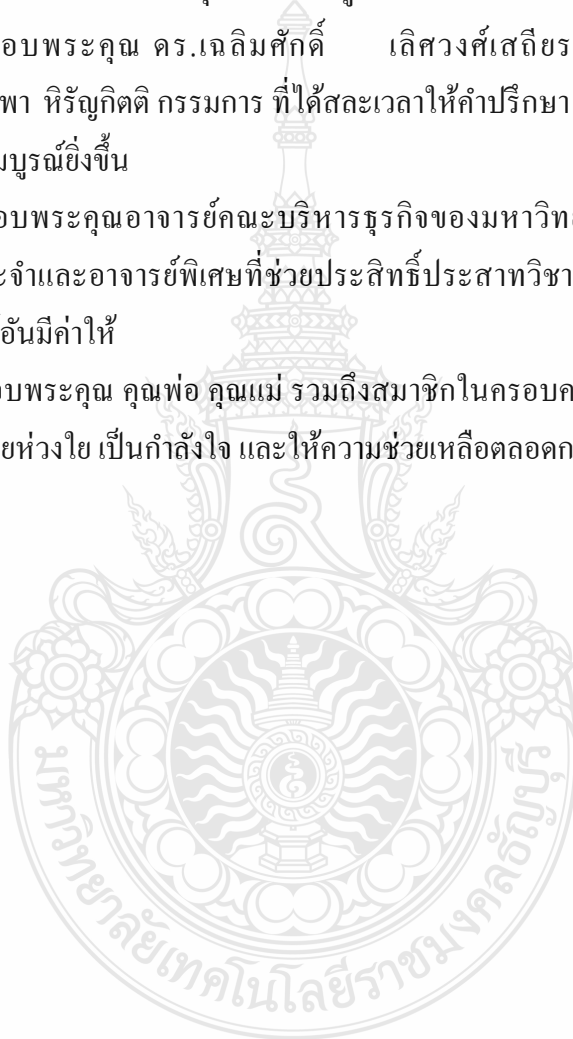
การศึกษาครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ณัฐพงษ์ สีนุญเรือง อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ แนะนำและ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อย่างเอาใจใส่ ตั้งแต่เริ่มต้นจนทำให้การค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.เนติศักดิ์ เลิศวงศ์เสถียร ประธานกรรมการ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ หิรัญกิตติ กรรมการ ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่าง ๆ จนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์คณะบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนบุรี ทั้งอาจารย์ประจำและอาจารย์พิเศษที่ช่วยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมสั่งสอน และ ถวายทอดประสพการณ์อันมีค่าให้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ รวมถึงสมาชิกในครอบครัว และขอขอบคุณเพื่อน ๆ MKY 53 ทุกคนที่คอยห่วงใย เป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือตลอดการศึกษา

ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่	
1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	5
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความหมายของแรงจูงใจและการจูงใจ.....	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว.....	13
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	18
2.4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	20
2.5 นโยบายแผนการตลาดท่องเที่ยวประจำปี 2554	24
2.6 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดน่าน	27
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	51
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	52
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	55
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	222
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	229
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	232
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต	232
บรรณานุกรม	233
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	235
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์.....	242
ประวัติผู้เขียน.....	244

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	แสดงคำถาม 7 คำถาม (6 W และ 1H)..... 21
4.1	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 61
4.2	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 62
4.3	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ..... 62
4.4	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา..... 63
4.5	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ..... 64
4.6	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 64
4.7	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา..... 65
4.8	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับแรงจูงใจ ต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ 66
4.9	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับแรงจูงใจ ต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก..... 68
4.10	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับแรงจูงใจ ต่อการท่องเที่ยวด้านการคมนาคม..... 69
4.11	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับแรงจูงใจ ต่อการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์..... 70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับแรงจูงใจ ต่อการท่องเที่ยวด้านการให้บริการ 71
4.13	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว 72
4.14	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามช่วงฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว 73
4.15	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว 73
4.16	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานที่พัก กรณีพักค้างคืน 74
4.17	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) 74
4.18	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่ใช้บริการ 75
4.19	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว 76
4.20	แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก 77
4.21	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่าง แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามเพศ 78
4.22	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ 79
4.23	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามอายุ..... 81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.24	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามอายุ..... 82
4.25	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามอายุ..... 83
4.26	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามอายุ..... 85
4.27	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามอายุ..... 86
4.28	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ 87
4.29	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา 89
4.30	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามระดับการศึกษา..... 90
4.31	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามระดับการศึกษา 91
4.32	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามระดับการศึกษา 92
4.33	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามระดับการศึกษา 93
4.34	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามระดับการศึกษา..... 95
4.35	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ 96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.36	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งดึงดูดใจ)จำแนกตามอาชีพ 97
4.37	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก)จำแนกตามอาชีพ..... 99
4.38	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการคมนาคม)จำแนกตามอาชีพ 100
4.39	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามอาชีพ..... 102
4.40	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการให้บริการ)จำแนกตามอาชีพ 103
4.41	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 105
4.42	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 107
4.43	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก)จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 108
4.44	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 109
4.45	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการประชาสัมพันธ์)จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 111
4.46	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการให้บริการ)จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 112
4.47	แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิลำเนา 113

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.48	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งดึงดูดใจ)จำแนกตามภูมิลำเนา.....	115
4.49	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก)จำแนกตามภูมิลำเนา.....	117
4.50	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการคมนาคม)จำแนกตามภูมิลำเนา.....	119
4.51	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการประชาสัมพันธ์)จำแนกตามภูมิลำเนา.....	121
4.52	แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว (ด้านการให้บริการ)จำแนกตามภูมิลำเนา.....	123
4.53	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว)จำแนกตาม เพศ.....	125
4.54	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว)จำแนกตามอายุ.....	126
4.55	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว)จำแนกตามสถานภาพ.....	128
4.56	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามระดับการศึกษา.....	130
4.57	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามอาชีพ.....	132

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.58	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 136
4.59	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามภูมิลำเนา 138
4.60	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว)จำแนกตามเพศ 142
4.61	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว)จำแนกตามอายุ 143
4.62	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว)จำแนกตามสถานภาพ..... 144
4.63	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามระดับการศึกษา 145
4.64	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามอาชีพ 147
4.65	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 149
4.66	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามภูมิลำเนา..... 151
4.67	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านสถานที่พัก) จำแนกเพศ 153

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.68	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามอายุ..... 154
4.69	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านสถานที่พัก) จำแนกสถานภาพ 156
4.70	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกระดับการศึกษา..... 157
4.71	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกอาชีพ .. 159
4.72	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านสถานที่พัก) จำแนกสถานภาพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ... 161
4.73	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามภูมิลำเนา 163
4.74	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามเพศ 165
4.75	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามอายุ 166
4.76	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามสถานภาพ.... 168
4.77	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามระดับการศึกษา 170
4.78	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามอาชีพ 172

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.91	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามระดับการศึกษา..... 197
4.92	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามอาชีพ 199
4.93	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 202
4.94	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามภูมิลำเนา..... 204
4.95	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก)จำแนกตามเพศ 207
4.96	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก)จำแนกตามอายุ 208
4.97	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก) จำแนกตามสถานภาพ 210
4.98	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก) จำแนกตามระดับการศึกษา..... 212
4.99	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก)จำแนกตามอาชีพ 214

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.100	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 217
4.101	แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (ด้านการเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก) จำแนกตามภูมิลำเนา..... 219



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวความคิด	6
2.1 แผนที่อำเภอเมืองน่าน	32
2.2 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน	33
2.3 วัดภูมินทร์.....	34
2.4 วัดพระธาตุเขาน้อย	35
2.5 วัดสวนตาล	36
2.6 วัดหัวข่วง.....	37
2.7 วัดมิ่งเมือง.....	37
2.8 วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร	39
2.9 วัดพญาวัด	40
2.10 วัดพญาภู	41
2.11 กำแพงเมืองน่าน	41
2.12 คู่มุจลินทร์ (หมอกฟ้า ณ น่าน).....	42
2.13 กาดน่าน	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ท่ามกลางความวุ่นวายและอุปสรรคนานาประการ ทั้งนี้เป็นที่ตระหนักว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจัดเป็นสาขาการพัฒนามีความสำคัญสูง อย่างไรก็ตามการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยยังมีปัญหาด้านความยั่งยืนอันเนื่องมาจากปัจจัยที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

สำหรับกระแสด้านการท่องเที่ยวของไทยพบว่า มีการนำเสนอแนวคิดและผลักดันกิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยึดกระแสหลักด้านเศรษฐกิจมาโดยตลอด อาทิ ในช่วงปี 2547 - 2549 มุ่งกระแสหลักด้านการนำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ ดังนั้นเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นเรื่องจำนวนคนและรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้คำนึงถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นภาคบริการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศจึงได้กำหนดให้การท่องเที่ยวจัดอยู่ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการปรับโครงสร้างของการบริการบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยร้อยละ 7 - 8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี

สำหรับปี 2550 ได้มีปรากฏการณ์ที่เป็นกระแสหลักในสังคมไทย คือ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งได้รับการตอบสนองถึงขั้นเป็นวาระแห่งชาติ ดังจะพิจารณาได้จากเป้าหมายที่ระบุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 - 2555) นักท่องเที่ยวมีความสำคัญในภาคเศรษฐกิจที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งจากรายได้และจากการจ้างงานได้แก่ ภาคการค้าส่งและค้าปลีก (Wholesale and retail sector) ตามมาด้วยภาคการให้บริการบริการทางธุรกิจ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

1. ก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ และเป็นแหล่งสำคัญของการนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ โดยในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมการเจริญเติบโตให้แก่เศรษฐกิจโลกเป็นมูลค่าประมาณ 3,300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP)

2. เกิดการจ้างแรงงาน สร้างอาชีพ โดยในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างงานจำนวนประมาณ 200 ล้านตำแหน่งทั่วโลกสำหรับการจ้างงานในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการสร้างงานให้แก่ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอัตราร้อยละ 7.3 ของการจ้างงานโดยรวมหรือจำนวน 1 คน ต่อ 13.7 งาน

ทั้งนี้คาดว่าในปี 2555 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยในการจ้างงานในอัตราร้อยละ 7.6 ในจำนวนงาน 23 ล้านตำแหน่ง ซึ่งโดยเฉลี่ยจะมีอัตราส่งเสริมการจ้างงานร้อยละ 2.9 ต่อปี ระหว่างปี 2545 - 2555 และเมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงทศวรรษหน้า คาดว่าส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน GDP และการสร้างงานจะเพิ่มขึ้นในประเทศอาเซียนทั้งหกประเทศ ยกเว้นประเทศไทย ซึ่งจะคงเดิมที่อัตราร้อยละ 12 และร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานมากกว่า 700 ปีเคียงคู่กับนครรัฐสุโขทัยและมีวัฒนธรรมอันโดดเด่นที่มีการสืบทอดจากอดีตมาจนถึงปัจจุบันจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งทางด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม ศิลปกรรมต่าง ๆ ตลอดจนขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีที่งดงามและยังมีโบราณสถานที่ยังทรงบทบาทสำคัญต่อชุมชน เช่นในอดีตจังหวัดน่านมีแหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ที่ยังคงสภาพควรค่าต่อการอนุรักษ์และการศึกษาวิจัย ซึ่งขณะนี้จังหวัดน่านโดยคณะกรรมการดำเนินงาน โครงการมรดกน่านสู่มรดกโลกซึ่งได้นำเสนอ “แหล่งก่อนประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน” ต่อประธานคณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยอนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลกและได้รับการขึ้นทะเบียนบัญชีรายชื่อเบื้องต้นแหล่งมรดกโลกทรงวัฒนธรรมของประเทศไทยในอันดับที่ 8 เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2547 (เอกลักษณ์น่าน:2549)

จากการสำรวจข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดน่านในช่วง 10 เดือนที่ผ่านมา คือเดือนธันวาคม 2553 ถึงเดือนกันยายน 2554 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดน่านมีประมาณ 579,206 คน เป็นคนไทย 573,563 คน และคนต่างชาติ 5,642 คน รายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เป็นผลจากโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวมประมาณ 3,185,775 บาท โดยดำเนินการจัดเก็บข้อมูลจากการ

สำรวจข้อมูลการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์จังหวัดน่านใน 3 ช่วงระยะเวลาคือ ช่วงที่ 1 หนึ่งปีใหม่ระหว่างเดือนธันวาคม 2553 ถึงเดือนมกราคม 2554 ประมาณ 2,025,145 บาท ช่วงที่ 2 วันเข้าพรรษาเดือนกรกฎาคม 2554 ประมาณ 581,060 บาท ช่วงที่ 3 วันแม่ เดือนสิงหาคม ประมาณ 579,570 บาท จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ยังมีแนวโน้มที่สดใส โดยจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวยังคงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันจังหวัดน่านมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ในหัวข้อ “น่านเมืองเก่ามีชีวิต (Nan Living Old town)” และนโยบายผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน โดยนายเสนีย์ จิตตเกษมส่งเสริม “วงกลมเศรษฐกิจล้านช้าง-น่านล้านนาตะวันออก (น่าน, เชียงราย, แพร่, พะเยา)” เพื่อให้สอดคล้องกับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่งเสริมการค้า การลงทุน ทางด้านเศรษฐกิจ การจัดทำโรดโชว์ในกลุ่มประเทศและเมืองที่เชื่อมติดต่อกับจังหวัดน่าน และอยู่ในวงกลมเศรษฐกิจที่จะมาท่องเที่ยวได้เป็นต้น (สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดน่าน โดยจังหวัดน่าน ร่วมกับสำนักงานสถิติจังหวัดน่าน)

จากความสำคัญดังกล่าวมา ทำให้มีความต้องการศึกษาถึงแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ปรับกลยุทธ์และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. **เนื้อหาของการวิจัย** การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน โดยศึกษาจากข้อมูลทางประชากรศาสตร์ แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

2. **ประชากร** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

3. **พื้นที่การวิจัย** อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

4. **ช่วงเวลาที่ทำการวิจัย** 4 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2554 - เดือนกุมภาพันธ์ 2555

5. **กลุ่มตัวอย่าง** นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่านเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรกลุ่มนี้ ดังนั้นจึงอาศัยสูตรคำนวณขนาดตัวอย่าง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะฯ 2549:177) ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน

6. **การสุ่มตัวอย่าง** ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน two stage sampling ดังนี้
ขั้นที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเก็บจากศูนย์ท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ขั้นที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ศูนย์ท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

7. **ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา**

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ตัวแปรตาม ได้แก่

1. แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว สถานที่พัก การจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ประเภทร้านอาหารที่ใช้บริการ กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และการเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง คนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น

- Domestic Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน อาจเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่ปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

- Domestic Excursionists หมายถึง นักทัศนาจรภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Day - Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นน้อยกว่า 24 ชม. และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

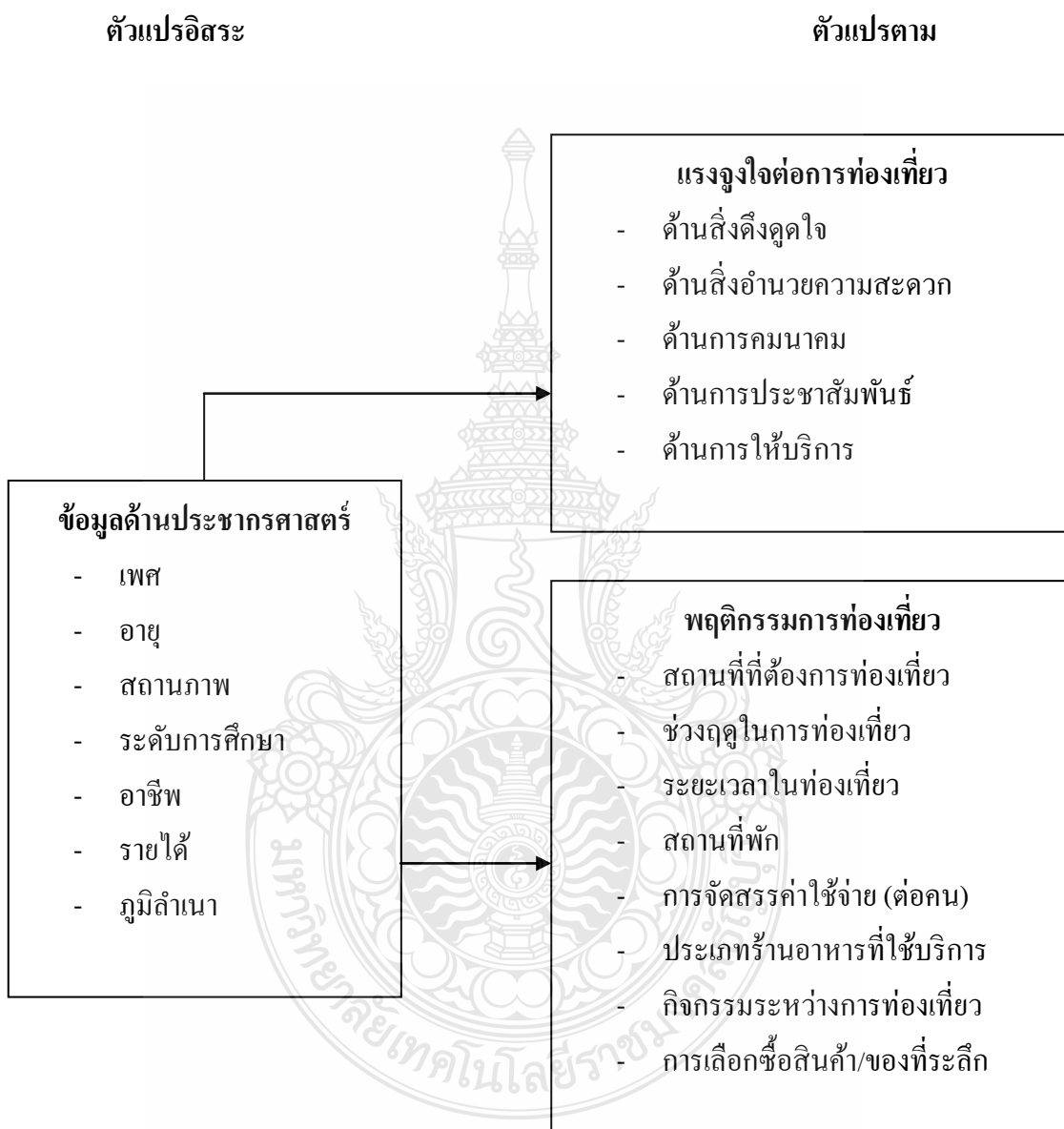
2. **ลักษณะทางประชากรศาสตร์** หมายถึง ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

3. **แรงจูงใจ (Motives)** หมายถึง การผสมผสานของแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางด้านร่างกาย จิตใจและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของบุคคล อย่างต่อเนื่องจนสามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมการบริโภค อย่างมีเป้าหมาย และดำเนินแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวพร้อมแสดงให้เห็นถึงค่านิยมพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้นั้นได้ แรงจูงใจเหล่านี้ทำให้รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งผู้ให้บริการการท่องเที่ยวจะเข้าใจเหมือน ๆ กันว่านักท่องเที่ยวมาด้วยวัตถุประสงค์ต่างกันและหากศึกษาในภาพรวมของแรงจูงใจแล้ว จะหมายถึงการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) ส่วนหนึ่งซึ่งมีความจำเป็นในงานการตลาดการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

4. **พฤติกรรมกรการท่องเที่ยว** หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน มีตัวแปรที่สำคัญในการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อนำลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่านมาเป็นแนวในการวางแผนการตลาดท่องเที่ยว กำหนดกลุ่มเป้าหมายและปรับกลยุทธ์การท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้

2. ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านแรงจูงใจ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

3. ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดน่านในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและปรับปรุงส่วนที่บกพร่อง เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว



บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยหัวข้อเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายของแรงจูงใจและการจูงใจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
4. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
5. นโยบายแผนการตลาดท่องเที่ยวประจำปี 2554
6. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดน่าน
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายของแรงจูงใจและการจูงใจ

แรงจูงใจ คือพลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรม และยังกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรมนั้นด้วย คนที่มีแรงจูงใจสูงจะใช้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีแรงจูงใจต่ำจะไม่แสดงพฤติกรรมหรือไม่ก็ล้มเลิกการกระทำก่อนบรรลุเป้าหมาย

ความหมายของแรงจูงใจ และการจูงใจ (Definition of motive and motivation)

แรงจูงใจ (Motive) เป็นคำที่ได้ความหมายมาจากคำภาษาละตินที่ว่า movere ซึ่งหมายถึง "เคลื่อนไหว (move)" ดังนั้น คำว่าแรงจูงใจจึงมีการให้ความหมายไว้ต่างๆ กันดังนี้

1. แรงจูงใจ หมายถึง "บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำ หรือเคลื่อนไหว หรือมี พฤติกรรม ในลักษณะที่มีเป้าหมาย" (Walters,1978:218) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ แรงจูงใจเป็นเหตุผล ของการกระทำ นั้นเอง

2. แรงจูงใจ หมายถึง "สภาวะที่อยู่ภายในตัวที่เป็นพลัง ทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้ว ซึ่งมักจะเป็นเป้าหมายที่มีอยู่ณภาวะสิ่งแวดล้อม" (Loundon and Bitta,1988:368)

จากความหมายนี้จะเห็นได้ว่า แรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

- (1) เป็นกลไกที่ไปกระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ
- (2) เป็นแรงบังคับให้กับพลังของร่างกายที่จะกระทำอย่างมีทิศทาง

ส่วนการจูงใจ (Motivation) เป็นแรงจูงใจของการได้รับการกระตุ้นโดยมีการให้ความหมายไว้ดังนี้

1. การจูงใจ หมายถึง "แรงขับเคลื่อนที่อยู่ภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้บุคคลมีการกระทำ" (Schiffman and Kanuk. 1991:69)
2. การจูงใจ เป็นภาวะภายใน ของบุคคล ที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง (แอนนิต้า อี วูลฟอล์ค Anita E. Woolfolk 1995)
3. การจูงใจ เป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจูงใจ กระทำพฤติกรรม นั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (ไมเคิล ดอมเจน Domjan 1996)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543:149) ได้กล่าวว่า การจูงใจ หมายถึงความต้องการบางอย่างที่เกี่ยวกับร่างกายซึ่งเกิดจากความตึงเครียด เช่น ความหิว ความกระหาย หรือ ความไม่สะดวกสบายกาย ความต้องการเกี่ยวกับจิตวิทยา เกิดจากความต้องการการยอมรับศักดิ์ศรี หรือมีส่วนร่วมกับผู้อื่น ความต้องการเหล่านี้ ส่วนมากจะไม่แข็งแกร่งพอที่จะจูงใจบุคคลให้ก่อปฏิกริยาในเวลาใดเวลาหนึ่ง ความต้องการจะกลายเป็น “สิ่งจูงใจ” ได้เมื่อมันถูกเร้าอย่างแรงกล้าในระดับหนึ่ง สิ่งจูงใจ (หรือ แรงขับเคลื่อน Drive) คือความต้องการที่จะ “บีบบังคับ” หรือ “ผลักดัน” ให้บุคคลแสวงหาการตอบสนอง ความต้องการ การตอบสนองความต้องการจะทำให้ความตึงเครียดที่ผู้บริโภครู้สึกลดน้อยลง ดังนั้น นักจิตวิทยาได้สร้างทฤษฎีการจูงใจมนุษย์ไว้ดังนี้

ทฤษฎีการจูงใจของ ซิกมันด์ ฟรอยด์ โดยการตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวว่ามีพลังทางจิตวิทยาที่จะมาปรับแต่งพฤติกรรมของเขา นั่นก็คือบุคคลไม่เข้าใจว่าอะไรมาจูงใจตัวเขา ถ้านาย ก. ต้องการซื้อเสื้อผ้าราคาแพง เขาอาจอธิบายสิ่งจูงใจในของเขาว่าต้องการซื้อมันเพื่องานอดิเรกหรือเพื่ออาชีพของเขา แต่ในระดับที่ลึกกว่านั้นเขาอาจซื้อเสื้อผ้าก็เพื่อให้เขาดูรู้สึก “หนุ่มขึ้น” และแสดงถึงความเป็นอิสระอีกครั้งหนึ่งก็ได้ผลงานวิจัยการจูงใจพบว่า ผลลัพธ์แต่ละอย่างสามารถเร้าสิ่งจูงใจชุดหนึ่งที่มีอยู่ในตัวผู้บริโภคได้ เช่น สุราราคาแพงอาจจูงใจบางคนที่ต้องการพักผ่อน แสดงฐานะถึงความสนุกสนานได้ ดังนั้นจึงไม่แปลกที่บริษัทสุราต่างๆ ก็เชี่ยวชาญในการใช้สิ่งจูงใจคนละอย่างกับตลาดเป้าหมายคนละส่วนเพื่อพัฒนาทฤษฎีพฤติกรรมจูงใจให้กว้างขวางมากขึ้น จึงได้ศึกษาข้อมูลและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแล้วสรุปเป็นข้อเท็จจริง ดังนี้

1. ทุกคนมีความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ
2. พฤติกรรมจูงใจ เป็นหน้าที่อย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของบุคคลกับสภาวะแวดล้อม

3. สังคมหรือกลุ่มคนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการจูงใจของแต่ละบุคคล
4. ปฏิกริยาช้อนกลับจากสภาวะแวดล้อมจะมีบทบาทสำคัญที่ทำให้แต่ละบุคคลปรับพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อสภาวะแวดล้อมนั้น
5. แต่ละบุคคลอาจมองภาพแวดล้อมต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาวะจิตใจของแต่ละบุคคล
6. ปัจจัยทางด้านร่างกายและจิตใจจะเป็นตัวกำหนดให้แต่ละบุคคลมีการจูงใจที่แตกต่างกัน โดยแรงจูงใจจะเป็นตัวชี้ที่สำคัญในการแสดงถึงปฏิสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กรดังนั้นทุกองค์กรจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมจูงใจของบุคลากร เพื่อหาทางส่งเสริมให้บุคลากรทำงานอย่างเต็มกำลังเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

จากคำอธิบายและความหมายดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า การจูงใจ เป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจให้กระทำหรือคิดรนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่มีใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา แต่ต้องเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้นมีทิศทางจริงจัง มีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใด และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้น ที่เรียกว่าแรงจูงใจด้วย

ความสำคัญของการจูงใจ การจูงใจมีอิทธิพลต่อผลผลิต ผลิตผลของงานจะมีคุณภาพดี มีปริมาณมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับการจูงใจในการทำงาน ดังนั้นผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานจึงจำเป็นต้องเข้าใจว่าอะไรคือแรงจูงใจที่จะทำให้พนักงานทำงานอย่างเต็มที่และไม่ใช่อะไรง่ายในการจูงใจพนักงาน เพราะพนักงานตอบสนองต่องานและวิธีการทำงานขององค์กรแตกต่างกัน การจูงใจพนักงานจึงมีความสำคัญ สามารถสรุปความสำคัญของการจูงใจในการทำงานได้ดังนี้

1. พลัง (Energy) เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการกระทำหรือพฤติกรรมของมนุษย์ในการทำงานใด ๆ ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจในการทำงานสูงย่อมทำให้ขยันขันแข็ง กระตือรือร้น กระทำให้สำเร็จ ซึ่งตรงกันข้ามกับบุคคลที่ทำงานประเภท "เช้าขาม เย็นขาม" ที่ทำงานเพียงเพื่อให้ผ่านไปวัน ๆ

2. ความพยายาม (Persistence) ทำให้บุคคลมีความมานะ อดทน บากบั่น คิดหาวิธีการนำความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของตนมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่องานให้มากที่สุด ไม่ท้อถอยหรือละความพยายามง่าย ๆ แม้งานจะมีอุปสรรคขัดขวางและเมื่องานได้รับผลสำเร็จด้วยดีก็มักคิดหาวิธีการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ

3. การเปลี่ยนแปลง (variability) รูปแบบการทำงานหรือวิธีการทำงานในบางครั้ง ก่อให้เกิดการค้นพบช่องทางดำเนินงานที่ดีกว่าหรือประสบผลสำเร็จมากกว่านักจิตวิทยาบางคนเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นเครื่องหมายของความเจริญก้าวหน้าของบุคคล แสดงให้เห็นว่าบุคคลกำลัง

แสวงหาการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ให้ชีวิต บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานสูงเมื่อตื่นนอนเพื่อจะบรรลุวัตถุประสงค์ใด ๆ หากไม่สำเร็จบุคคลก็มักพยายามค้นหาสิ่งผิดพลาดและพยายามแก้ไขให้ดีขึ้นในทุกวิถีทาง ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการทำงานจนในที่สุดทำให้ค้นพบแนวทางที่เหมาะสม ซึ่งอาจจะต่างไปจากแนวเดิม

4. บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานจะเป็นบุคคลที่มุ่งมั่นทำงานให้เกิดความเจริญก้าวหน้า และการมุ่งมั่นทำงานที่ตนรับผิดชอบให้เจริญก้าวหน้า จัดว่าบุคคลผู้นั้นมีจรรยาบรรณในการทำงาน (work ethics) ผู้มีจรรยาบรรณในการทำงาน จะเป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบ มั่นคงในหน้าที่ มีวินัยในการทำงาน ซึ่งลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสมบูรณ์ ผู้มีลักษณะดังกล่าวนี้มักไม่มีเวลาเหลือพอที่จะคิดและทำในสิ่งที่ไม่ดี

ลักษณะของแรงจูงใจ แรงจูงใจของมนุษย์มีมากมายหลายอย่าง เราถูกจูงใจให้มีการกระทำหรือพฤติกรรมหลายรูปแบบ เพื่อหาน้ำและอาหารมาดื่มกินสนองความต้องการทางกาย แต่ยังมีความต้องการมากกว่านั้น เช่น ต้องการความสำเร็จ ต้องการเงิน ค่าชมเชย อำนาจ และในฐานะที่เป็นสัตว์สังคม คนยังต้องการมีอารมณ์ผูกพันและอยู่รวมกลุ่มกับผู้อื่น แรงจูงใจจึงเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives) แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวมาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร เช่น คนงานที่เห็นคุณค่าของงาน มองว่าองค์กรคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัวเขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์กร กระทำการต่าง ๆ ให้องค์กรเจริญก้าวหน้าหรือในกรณีที่บ้านเมืองประสบปัญหาเศรษฐกิจ ในช่วงเวลาของเศรษฐกิจขาลง องค์กรจำนวนมากอยู่ในภาวะขาดทุน ไม่มีเงินจ่ายค่าตอบแทน แต่ด้วยความผูกพัน เห็นใจกันและกัน ทั้งเจ้าของกิจการและพนักงานต่างร่วมกันค้าขายอาหารเล็ก ๆ น้อย ๆ ทั้งประเภทแซนวิช ก๋วยเตี๋ยว ฯลฯ เพียงเพื่อให้มีรายได้ประทังกันไปทั้งผู้บริหารและลูกน้องและในภาวะดังกล่าวนี้จะเห็นว่า พนักงานหลายรายที่ไม่ทั้งเจ้านายทั้งเต็มใจไปทำงานวันหยุด โดยไม่มีค่าตอบแทน ถ้าการกระทำดังกล่าวเป็นไปเนื่องจากความรู้สึกหรือเจตคติที่ดีต่อเจ้าของกิจการหรือด้วยความรับผิดชอบในฐานะสมาชิกคนหนึ่งขององค์กร มิใช่เพราะเกรงจะถูกไล่ออกหรือไม่มีที่ไปก็กล่าวได้ว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน

แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motives) แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศ ชื่อเสียง คำชม การได้รับการยอมรับ ยกย่อง ฯลฯ แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม บุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะในกรณีที่ต้องการรางวัล ต้องการเกียรติ ชื่อเสียง คำชม การยกย่อง การได้รับการยอมรับ ฯลฯ ตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น การที่คนงานทำงานเพียงเพื่อแลกกับค่าตอบแทนหรือเงินเดือน การแสดงความขยันตั้งใจทำงานเพียงเพื่อให้หัวหน้างานมองเห็นแล้วได้ความดีความชอบ เป็นต้น

ธรรมชาติของแรงจูงใจ ความต้องการ (needs) เป็นสภาพที่บุคคลขาดสมดุลเกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น คนที่รู้สึกเหนื่อยล้า โดยการนอน หรือนั่งพัก หรือเปลี่ยนบรรยากาศ เปลี่ยนอิริยาบถ ดูหนังฟังเพลง คนที่ถูกทิ้งให้อยู่คนเดียวเกิดความต้องการความรักความสนใจจากผู้อื่น เป็นแรงผลักดันให้คน ๆ นั้น กระทำการบางอย่างเพื่อให้ได้รับความรักความสนใจ ความต้องการมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรม กล่าวได้ว่าสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม เพื่อบรรลุจุดหมายปลายทางที่ต้องการนั้น ส่วนใหญ่เกิดเนื่องมาจากความต้องการของบุคคล ความต้องการในคนเรามีหลายประเภท นักจิตวิทยาแต่ละท่าน จะอธิบายเรื่อง ความต้องการในรูปแบบต่างๆ กัน แต่โดยทั่วไปแล้ว เราอาจแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ความต้องการทางกาย (Physical Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากธรรมชาติของร่างกาย เช่น ต้องการกินอาหาร หายใจ ขับถ่ายของเสีย การเคลื่อนไหว พักผ่อน และต้องการทางเพศ ความต้องการทางกาย ทำให้เกิดแรงจูงใจให้บุคคลกระทำการเพื่อสนองความต้องการดังกล่าว เรียกแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางกายนี้ว่า แรงจูงใจทางชีวภาพ หรือทางสรีระ (biological motives)

2. ความต้องการทางสังคมหรือความต้องการทางจิตใจ (Social or Psychological Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม เช่น ต้องการความรัก ความมั่นคง ปลอดภัย การเป็นที่ยอมรับในสังคม ต้องการอิสรภาพ ความสำเร็จในชีวิตและตำแหน่งทางสังคม ความต้องการทางสังคมหรือทางจิตใจดังกล่าวนี้ เป็นเหตุให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม เพื่อไปสู่จุดหมายปลายทางได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการดังกล่าวคือ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่เรียกว่า แรงจูงใจทางสังคม (Social Motives)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร่งเร้าให้บุคคลเดินทางมากขึ้น และยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันทั้งในด้านพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว และพฤติกรรมทางสังคมที่ผู้ให้บริการต้อนรับสนใจศึกษา และมุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการจำเป็น เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยว จนมีความพร้อมและความพึงใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกครั้งหนึ่ง(ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2544)

แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง การผสมผสานของแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางด้านร่างกาย จิตใจและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของบุคคลอย่างต่อเนื่องจนสามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีเป้าหมายและถ้าเป็นแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวย่อมแสดงให้เห็นถึงค่านิยมพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้นั้นได้ แรงจูงใจเหล่านี้ทำให้รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งผู้ให้บริการการท่องเที่ยวจะเข้าใจเหมือน ๆ กันว่านักท่องเที่ยวมาด้วยวัตถุประสงค์ต่างกันและหากศึกษาในภาพรวมของแรงจูงใจแล้วจะหมายถึง การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) ส่วนหนึ่งซึ่งมีความจำเป็นในงานการตลาดการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ , 2545, หน้า 71)

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาที่ยังใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้
2. สิ่งกีดขวางความต้องการคือ สิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลง เช่น บัญชีทางเศรษฐกิจ (รายได้ลดน้อยลงค่าเงินที่เปลี่ยนแปลง) บัญชีทางสังคม (กลุ่มอ้างอิง ทักษะคติทางวัฒนธรรม) บัญชีทางด้านจิตวิทยา (ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว)
3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูลหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ ทักษะคติและมองภาพแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไป

4. บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักท่องเที่ยวหัวหน้าครอบครัว

สิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว (Tourist Motivation) สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งต่าง ๆ อันเป็นสาเหตุที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในความต้องการที่จะเดินทางหรือวางรูปแบบที่ใช้เพื่อการท่องเที่ยวหรือเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกันซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท สิ่งสำคัญคือ

1. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายในของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางด้านจิตใจ ทางด้านร่างกาย ทัศนคติ ความรู้สึก เป็นต้น

2. สิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอก เช่น การให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เป็นต้น

ลักษณะความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นทั้งสองประเภท ทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและเป็นไปตามลำดับที่ความต้องการ บางครั้งไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม สิ่งกระตุ้นจากภายในของนักท่องเที่ยวและมีพื้นฐานลำดับขั้นของความต้องการตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ดังนี้

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการการยกย่อง และความต้องการทางเพศ ฯลฯ เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ เป็นต้น

3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belongingness needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

จากรูปแบบความต้องการของนักท่องเที่ยวตามทฤษฎีของมาสโลว์ ดังกล่าว Dann (1981 อ้างถึงใน ชีวานันท์ วุฒิพันธ์ และคณะ, ม.ป.ป., หน้า 46) ได้กำหนดลักษณะของสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภทคือ

1. การท่องเที่ยวเป็นสิ่งทดแทนความต้องการที่ขาดหาย
2. สถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว
3. ภาพลักษณ์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว
4. ข้อมูลข่าวสาร สื่อประเภทต่าง ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นการท่องเที่ยว
5. วัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็นสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว
6. ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นในการท่องเที่ยว
7. สิ่งกระตุ้นเป็นสิ่งที่มีความหมายและรูปแบบด้วยตัวของมันเอง

McIntosh and Goeldner (1986 อ้างถึงใน ชีวานันท์ วุฒิพันธ์ , ม.ป.ป. , หน้า 46) กล่าวว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (tourism – motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ได้สรุปรูปแบบของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวจากลักษณะของสิ่งกระตุ้นตามรูปแบบของ Dann โดยแบ่งประเภทของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท

1. สิ่งกระตุ้นทางด้านร่างกาย อันได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ อาจจะเป็นวัตถุประสงค์ทางสุขภาพ เพื่อการกีฬา ความสบายใจและความพึงพอใจ
2. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เป็นลักษณะความต้องการที่เรียนรู้พบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่ต่าง ๆ เพื่อค้นหาความเป็นมารูปแบบของการดำรงชีวิต คนตรี ศิลปะพื้นบ้าน การเดินรำ เป็นต้น
3. สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล ความต้องการที่จะพบปะผู้อื่นในสังคม การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน ค้นหาประสบการณ์ใหม่และแตกต่างจากประสบการณ์ที่เคยมีการเดินทางจากถิ่นที่อยู่เดิม

4. สิ่งกระตุ้นทางสถานภาพและชื่อเสียง หมายถึง การเดินทางเพื่อดำเนินต่อของกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานอดิเรก การศึกษา เพื่อการพัฒนาตนเองสร้างการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ

วาฮับ (Wahab) อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 12) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นจูงใจให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวหรือเรียกว่า สินมรดกทางการท่องเที่ยวว่ามี 2 ประการ คือ

1. สินมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลม ฟ้า อากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า เขา ทะเล น้ำตก ฯลฯ

2. สินมรดกที่คนสร้างขึ้น เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ได้แก่

2.1 สินมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศาสนา

2.2 โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ ท่าเรือ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย

2.3 โครงสร้างเนื้อที่รองรับ ได้แก่ สิ่งที่จะช่วยคุณนักท่องเที่ยว ให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ไนท์คลับ ห้องประชุมขนาดใหญ่ ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

2.4 วิธีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงทำที่ความรู้สึกของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ฯลฯ

จากแนวความคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า สินมรดกทางธรรมชาติและสินมรดกที่คนสร้างขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น ขณะเดียวกันในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ

องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ (Mill, 1990 อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 12 - 13)

1. สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุก ๆ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสวยงามประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะของธรรมชาติ เช่น อ่าว แลนม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูมิอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ซึ่งสภาพตามธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ภายใต้อิทธิพลของความแตกต่างในเรื่องฉากของธรรมชาติ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538, หน้า 38 - 44)

1.1.1 สถานที่น่าสนใจ (Place) เช่น ชายหาดที่สวยงาม คือ หาดชะอำ ซึ่งคงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่น่าสนใจหรือจังหวัดภูเก็ตมีแหลมพรหมเทพยื่นออกไปจากหน้าผามุ่งสู่ทะเลลึก มีต้นตาลขึ้นปลายแหลมยามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็นตกเวลาเย็นจึงเป็นภาพที่สวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้อยากมาท่องเที่ยวยังแหล่งนั้น

1.1.2 เหตุการณ์น่าสนใจ (Event) ในบางฤดูกาลมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจดึงดูดคนมาเที่ยว เช่น การกำหนดจัดงานพระนครคีรีเมืองเพชรบุรี ซึ่งในงานจะมีการแสดง แสง สี เสียงประกอบละครประวัติศาสตร์ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจหรือมีการจัดงานนมหวานเมืองเพชร ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้น ๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกมาในรูปแบบศาสนาสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชน จารีตประเพณี

1.3 ชาติพันธุ์ เหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางของประชาชน เพื่อต้องการเยี่ยมญาติและเพื่อน คนมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมเยียนแผ่นดินเดิมของตนเอง

1.4 แหล่งบันเทิง แหล่งบันเทิงมิใช่ หมายถึง สถานเริงรมย์ยามราตรีเพียงอย่างเดียวแต่อาจหมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ฯลฯ

2. สิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางห่างไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (Mill อ้างถึงใน กัลยา สมมาตย์, 2541, หน้า 14)

2.1 ที่พัก เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติ หรือเพื่อนแต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พักซึ่งต้องการเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราว ที่พักอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์หรือพักลักษณะอื่น ๆ

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.3 สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานอาบน้ำนันทนาการ

2.4 ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว นอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ได้รับความสะดวกสบายขึ้นเนื่องจากการพัฒนาระบบการสื่อสารคมนาคมและสาธารณูปโภคดังกล่าว

3. การขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การเดินทางของประชาชนมิได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทาง ถึงแม้ระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง ประชาชนก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการปรับปรุงยานพาหนะถนนและระบบการจราจรให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยววันนั้น

4. การต้อนรับ เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดจากความประทับใจการต้อนรับของประชาชนหรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวในทางกลับกันถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสมนอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้วโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมจะมีน้อยมาก

ประโยชน์จากการศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวต่องานการตลาดท่องเที่ยว

นักการตลาดการท่องเที่ยวย่อมต้องการคำตอบในเรื่องการตัดสินใจ และกระบวนการซื้อสินค้าและการบริการของนักท่องเที่ยว เช่น ลูกค้านักท่องเที่ยวเป็นชาติใด มีกระบวนการ ช่องทาง วิธีการซื้อสินค้า และการบริการอย่างไร ซื้อที่ไหน จะมีโอกาสในการซื้ออย่างไร จะตอบสนองความต้องการของเขาได้หรือไม่ อย่างไร ยังมีความต้องการจำเป็นอะไรอีกบ้างที่นักการตลาดยังเสาะแสวงหาคำตอบไม่ได้ เช่น ความต้องการความแปลกใหม่ในชีวิต ความต้องการได้ทราบและเข้าใจในบางสิ่งเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น และความต้องการสร้างสรรค์ และธำรงรักษาสิ่งสวยงาม ทั้งที่เป็นธรรมชาติและศิลปะ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งสิ้นหากนักการตลาดศึกษาเรื่องแรงจูงใจอย่างลึกซึ้งก็จะได้คำตอบ และสามารถนำผลมาพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้ อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ได้รู้จัก และเข้าใจพฤติกรรมทางสังคม อาทิ ความชอบ ความสนใจ การแสดงออกทางท่าทาง สีหน้า การเคลื่อนไหว คำพูดมารยาท และลักษณะนิสัยบางอย่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เป็นตลาดหลักของไทยและเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ อันจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ สมดังคำกล่าวที่ว่า “การท่องเที่ยวเป็นสื่อสันติภาพของโลก”

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยตัวกระตุ้นและแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการแบ่งเป็น 2 ประเภท ที่สำคัญ (ยูทธนา ธรรมเจริญ, 2530) คือ

1. แรงจูงใจทางอารมณ์ (Emotion Motives) เป็นแรงจูงใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความ ต้องการของผู้บริโภคที่มุ่งสร้างความพอใจของตน อาทิ ต้องการแข่งขันเอาเปรียบอย่างให้มี ความแตกต่างจากผู้อื่น หรือต้องการความสบายความสนุกสนานเพลิดเพลิน หรือมีความทะเยอทะยาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการทางอารมณ์ แรงจูงใจทางอารมณ์ประกอบด้วย ความรู้สึกที่จูงใจในการ บริโภคผลิตภัณฑ์ (เช่น การมองเห็น การได้ยินการได้กลิ่น หรือรสสัมผัส) การรักษาสภาพโดยใช้ ผลิตภัณฑ์ เพื่อรักษาสถานภาพของตนในสังคม ความภาคภูมิใจ การพักผ่อน การหลีกเลี่ยงความกลัว การเข้าสังคมการเอาเปรียบอย่าง ความแตกต่างจากผู้อื่น ความทะเยอทะยาน และความเป็นผู้นำซึ่งจูงใจ ทางด้านอารมณ์ในลักษณะต่าง ๆ ที่กล่าวมาจะสะท้อนออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความ ต้องการทางด้านอารมณ์เหล่านั้น

2. แรงจูงใจทางเหตุผล (Rational Motives) เป็นแรงจูงใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยการพิจารณา อย่างรอบครอบและสมเหตุสมผล แรงจูงใจทางด้านเหตุผลประกอบด้วย ความประหยัดเป็นแรงจูงใจ ที่เกิดจากการซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงความประหยัด ความเชื่อถือได้เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ของกิจการ ที่มีความเชื่อถือของกิจการทั้งทางด้านชื่อเสียง การดำเนินงาน รวมไปถึงตรา สินค้า นอกจากนี้แรงจูงใจทางด้านเหตุผลยังประกอบด้วยความทนทาน ความสะดวกในการใช้ ความมีประสิทธิภาพ และสมรรถภาพในการใช้ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจจะเป็นสิ่งเร้าที่ชักนำพฤติกรรมของบุคคลให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ ดังนั้น การที่นักการตลาดจัดส่วนผสมทางการตลาด อาทิ การส่งเสริมการขาย การใช้จิตภาพ (Image) ของสินค้า จะมีส่วนสร้างแรงจูงใจที่ผู้บริโภคได้รับจากกิจกรรมต่าง ๆ ของนักการตลาดได้

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยแบบจำลองทฤษฎีสั่งกระตุ้น และการตอบสนอง (S-P Theory) ที่อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค โดยอาศัยสั่งกระตุ้นต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ของผู้บริโภค ก่อให้เกิดกระบวนการตัดสินใจและแสดงออกมาในรูปการตอบสนองต่อสั่งกระตุ้น ต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งก็คือพฤติกรรมในการบริโภคและการซื้อสินค้านั้นเองส่วนแนวความคิดการจูงใจ กับพฤติกรรมผู้บริโภค มีลักษณะเช่นเดียวกันกับแบบจำลองการกระตุ้นและการตอบสนอง กล่าวคือ สั่งกระตุ้นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค คือแรงจูงใจของผู้บริโภคนั่นเอง การสร้างและการกระตุ้นแรงจูงใจจะทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมตอบสนองต่อแรงจูงใจนั้นในรูปการ บริโภคหรือการซื้อสินค้าและบริการ

ดังนั้น การบริโภคสินค้าของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับสั่งกระตุ้นทางการตลาด และสั่งกระตุ้น อื่น ๆ รวมทั้งแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งจะแสดงออกมาในรูปของการ ตอบสนองต่อสิ่งเร้าด้วยการซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการนั้น

2.4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภค (Consumer) คือผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Needs) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Needs) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้นบุคคลนั้นต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ หรือบริการ แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความต้องการก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค ความต้องการนั้นต้องเป็นนามธรรม เป็นความต้องการพื้นฐานเบื้องต้นที่ไม่ใช่กล่าวถึงสินค้า แต่กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับตัวบุคคล สินค้า และบริการต่างๆ ก็สามารถออกมาขายเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นปฐมภูมิได้

2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่ต้องมีอำนาจซื้อด้วย ฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย

3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจ ซื้อมากน้อยแค่ไหน

4. พฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้อย่างไร เช่น ซื้อกี่ครั้ง ครั้งละเท่าไร ซื้อกับใคร เป็นต้น

พฤติกรรมของผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ (Physical) และลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา (Psychological) สภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว (Family) ครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม (Social) รวมถึงสังคมถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น (Cultural) ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค (เสรี วรชัยมณฑา. 2542: 32)

ลาวดอน และเดลลา กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และกิจกรรมกายภาพที่บุคคลกระทำ เมื่อเขาทำการประเมิน (Evaluating) แสวงหาและครอบครอง (Acquiring) การใช้ (Using) หรือบริโภค (Consuming) สินค้าและบริการ (Goods and Services) (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Loudon; & Della. 1993)

ชิฟแมน และคานุก กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลในการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk. 1997)

เอ็นเกล แบล็คเคิล และไมเนียด กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลในการประเมิน (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (นิตยสาร เศรษฐกิจ, 2546: 10; อ้างอิงจาก Engel Blackell; & Miniard. 1993)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6 W และ 1H)

คำถาม (6 W และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรม	กลยุทธ์การตลาด (4P) ประกอบด้วยกลยุทธ์ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ราคา (3) การจัดจำหน่าย (4) การส่งเสริมการตลาด
ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อสิ่งที่ ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือ ต้องการคุณสมบัติ หรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่า คู่แข่ง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (3) ผลิตภัณฑ์ควบ (4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์
ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนอง ความต้องการของเขาด้าน ร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่ง ต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมการซื้อ (1) ปัจจัย ภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคมและ วัฒนธรรม(3) ปัจจัยเฉพาะ บุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านการ โฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขาย การให้ข่าว (3) กลยุทธ์ ด้านราคา (4) กลยุทธ์ด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6 W และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ มี อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือน ใดของปี หือช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใด ของวัน โอกาสพิเศษ	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทาการส่งเสริมการตลาด เมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับ โอกาสในการซื้อ
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภค ไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์ มาร์เกต ร้านขายของชำ บางลาพู ฯลฯ	กลยุทธ์ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย บริษัทนาผลิตภัณฑ์ สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่า จะผ่านคนกลางอย่างไร
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How the consumers buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) ตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย (1) การโฆษณา (2) การขายโดยพนักงานขาย (3) การประชาสัมพันธ์ (4) การตลาดทางตรง จะกำหนดวัตถุประสงค์ในการ ขายให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจ ซื้อ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. 194.

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

Philip Kotler กล่าวถึงการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น โมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) มีทั้งเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก ผู้ศึกษาจะสนใจและทำการศึกษานั่นเฉพาะสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าและบริการ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมและจัดให้เกิดขึ้นได้ เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง แบบ รูปร่าง และการบริการที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถเสนอขายให้กับตลาด เพื่อเรียกร้องความสนใจในการเป็นเจ้าของหรือใช้บริการ

- ปัจจัยด้านราคา หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการที่แสดงออกมาในรูปของจำนวนเงิน ในการกำหนดราคาให้เหมาะสมนั้น จะต้องพิจารณาถึงตลาดเป้าหมาย ฏีกิริยาของผู้บริโภค ราคาของกลุ่มแข่งขัน เป็นต้น

- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ทิศทางที่สินค้าจะเคลื่อนย้าย เปลี่ยนมือ แลกเปลี่ยนความเป็นเจ้าของจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคให้หันมาใช้สินค้าของผู้ผลิต เป็นการโน้มน้าวชักจูงใจผู้บริโภค และเพื่อเตือนความจำให้แก่ผู้บริโภค ไม่ให้ลืมสินค้าของผู้ผลิต วิธีการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การลด แลก แจก แถม

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอก ที่ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น รายได้ ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ซึ่งมีผลต่อความต้องการ และการตัดสินใจของผู้บริโภค

- สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น เพิ่มหรือลดภาษี ซึ่งมีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้บริโภค

- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งกระตุ้นความต้องการได้

- สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดการซื้อสินค้าและบริการ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Consumer's Black Box)

เป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น บุคลิกภาพ ความต้องการ แรงจูงใจการรับรู้ ทศนคติ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer' response)

ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจซื้อในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ การเลือกปริมาณการซื้อ ซึ่งมีกระบวนการซื้อดังนี้

การรับรู้ปัญหา (Problem recognition)

การค้นหาข้อมูล (Information Search)

การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)

2.5 นโยบายและแผนการตลาดท่องเที่ยวประจำปี 2554

นโยบายของคณะกรรมการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2550 - 2554

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสีงามสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกันเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาคอันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบและช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e-Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

แผนการตลาดท่องเที่ยวประจำปี 2554

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้วิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปี 2554 ว่าประเทศไทยอาจจะเผชิญหน้ากับปัจจัยภายนอกถึง 3 ประการ คือ

1. ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยจากกลุ่มประเทศในแถบยุโรป ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากนโยบายขาดดุลการคลัง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงวิกฤตโลกที่ผ่านมา
2. เผชิญหน้ากับภัยคุกคามจากปัญหาสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง
3. เผชิญหน้าความไม่แน่นอนทางการเมือง

สำหรับโอกาสทางการตลาดในปี 2554 นับเป็นความท้าทายที่ ททท. จะใช้โอกาสเปิดกว้างสู่ช่องทางการขายใหม่ผ่านสื่อออนไลน์ ในขณะเดียวกัน ยังมีโอกาสที่อาจตามมาจากการประกาศเพิ่มความยืดหยุ่นของอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินหยวน ส่งผลให้เงินหยวนจะเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่แข็งค่าขึ้น อัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง นอกจากนี้ การใช้การแข่งขันกีฬา และฤดูฝนเป็นจุดขายก็อาจจะกลายเป็นโอกาสใหม่ให้กับประเทศไทยได้

ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ททท. ได้เตรียม Key Message ในการสื่อสาร เพื่อเร่งฟื้นความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวกลับคืน โดยในปี 2554 จะยังคงใช้แคมเปญ “Amazing Thailand: Always Amazes You” (ความมหัศจรรย์ที่สัมผัสได้ทุกครั้งที่มาเยือน) เพื่อเป็นการตอกย้ำความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในใจนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง คู่ขนานไปกับการรักษาภาพลักษณ์ของประเทศไทยผ่านการออก tag line “Always Amazes You” โดยจะสื่อสารตรงสู่นักท่องเที่ยว เป็นการยืนยันที่จะมอบความประทับใจให้ทุกครั้งที่มาเยือน

การดำเนินงานด้านตลาดต่างประเทศ จะดำเนินการตอกย้ำขยายการรับรู้ “Amazing Thailand: Always Amazes you” เพื่อสร้างการรับรู้อย่างแพร่หลายผ่านสื่อต่าง ๆ ทั่วโลก โดยใช้สื่อร่วมสมัย ได้แก่ สื่อดิจิทัล เป็นเครื่องมือทางการตลาด เจาะเข้าสู่ผู้บริโภค ควบคู่กับการจัดกิจกรรม Event Marketing และ Celebrity Marketing โดยเชิญสื่อมวลชน ทีมงานผู้เข้าประกวดนางงาม ทีมถ่ายทำภาพยนตร์ ร่วมกิจกรรมในประเทศไทย

นอกจากนี้ ททท. ยังได้ดำเนินการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านทางเครือข่ายสมาชิก Thailand Fan Club ซึ่งมีฐานข้อมูลในตลาดยุโรปกว่า 50,000 คน เพื่อสร้างความภักดี รวมถึงการขยายช่องทางการขายผ่านลูกค้าทั้งในและนอกอุตสาหกรรม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ก้าวทันกับความเปลี่ยนแปลงของตลาดที่ปัจจุบันมีการพัฒนาแยกย่อยตามลักษณะความสนใจ ซึ่งส่วนใหญ่ ททท. ได้ดำเนินการในระดับหนึ่งและหวังจะขยายฐานตลาดให้กว้างขึ้น โดยจะต่อยอดขยายฐานตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ ประกอบด้วย กลุ่มกอล์ฟ กลุ่มแต่งงาน และฮันนีมูน กลุ่มสุขภาพและความงาม กลุ่มดำน้ำ และกลุ่ม Green Tourism

การดำเนินงานด้านตลาดในประเทศ จะนำเสนอคุณค่า “ไทยเที่ยวไทย” ผ่านมุมมองใหม่ให้ทุกภาคส่วน เพื่อสร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ด้วยการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่จะให้คุณค่ากับนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่จะช่วยสร้างคุณค่าและความยั่งยืนให้กับประเทศไทยควบคู่กันไป โดยนำเสนอผ่านหลากหลายแนวคิด ได้แก่

“การเที่ยว + ด้วยหัวใจ = ความรัก ความผูกพัน ความมหัศจรรย์” โดยใช้ไลฟ์สไตล์ของคนไทย ซึ่งเที่ยวด้วยหัวใจ รักในสิ่งที่ชอบเป็นตัวกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว

“เที่ยว + ด้วยกัน = ความสามัคคี ความผูกพัน เห็นคุณค่าของความแตกต่าง” โดยใช้งานคอนซูเมอร์แฟร์เป็นแนวทางหลักในการดึงนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ ให้เดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค เพื่อเห็นคุณค่าของความแตกต่างแต่ละพื้นที่

“การเที่ยว + สร้างสรรค์ = มุมมอง ความคิด ไอเดียใหม่ ๆ” สานต่อการนำเสนอความแตกต่างของแต่ละภูมิภาค (Product Differentiation) เพื่อให้เห็นคุณค่าเฉพาะของแต่ละพื้นที่

“เที่ยว + สำนึก = ความภูมิใจ” มุ่งสร้างจิตสำนึกอย่างต่อเนื่องให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อดูแลรักษาต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของประเทศให้ยั่งยืน

“เที่ยว + เข้าใจ = ความรู้เชื่อมโยง ปัญญา” ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือนำเสนอคุณค่าด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและภูมิปัญญาไทย

ในปี 2554 ททท. กำหนดเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศประมาณ 15.5 ล้านคน คิดเป็นรายได้ราว 600,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 9 ในขณะที่ตลาดในประเทศประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทย 91 ล้านคนครั้ง คิดเป็นรายได้ประมาณ 432,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 3

2.6 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดน่าน

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดน่าน

ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดน่านตั้งอยู่ติดกับชายแดนทางด้านทิศตะวันออกของภาคเหนือตอนบน ติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยทางรถยนต์ประมาณ 668 กิโลเมตร บริเวณเส้นรุ้งที่ 18 องศา 46 ลิปดา 30 พิลิปดาเหนือ เส้นแวงที่ 102 องศา 46 ลิปดา 44 พิลิปดาตะวันออก ระดับความสูงของพื้นที่อยู่สูง 2,112 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง มีพื้นที่ 11,472.076 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7,170,045 ไร่

อาณาเขตโดยรอบของจังหวัดน่าน

ทิศเหนือ ประกอบด้วย อำเภอเขียงกลาง อำเภอปัว มีอำเภอทุ่งช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอปอเกลือ ที่มีพื้นที่ติดต่อกับเขตเศรษฐกิจพิเศษ เชียงฮ่อน - หงสา (สปป.ลาว)

ทิศตะวันออก ประกอบด้วย อำเภอภูเพียง อำเภอสันติสุข โดยมีอำเภอแม่จริม อำเภอเวียงสา มีพื้นที่ติดต่อกับแขวงไซบุรี (สปป.ลาว)

ทิศใต้ ประกอบด้วย อำเภอนาน้อย อำเภอนาหมื่น มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดอุตรดิตถ์ อำเภอนาน้อย มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดแพร่ อำเภอเวียงสา มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดแพร่

ทิศตะวันตก ประกอบด้วย อำเภอบ้านหลวง มีพื้นที่ติดต่อกับอำเภอเขียงม่วนจังหวัดพะเยา อำเภอท่าวังผา มีพื้นที่ติดกับอำเภอปง จังหวัดพะเยา อำเภอสองแคว มีพื้นที่ติดต่อกับอำเภอเขียงคำ จังหวัดพะเยา

ทิศเหนือและทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เป็นระยะทางยาวประมาณ 227 กม.

ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดน่าน มีทิวเขาหลวงพระบางและทิวเขาผีปันน้ำ ซึ่งเป็นทิวเขาหินแกรนิต ที่มีความสูง 600 - 1,200 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล ทอดผ่านทั่วจังหวัด คิดเป็นพื้นที่ประมาณร้อยละ 40 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด

พื้นที่ของจังหวัดน่านโดยทั่วไป มีสภาพพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนชันเกิน 30 องศา ประมาณร้อยละ 85 ของพื้นที่จังหวัด ส่วนลูกคลื่นลอนลาด ตามลุ่มน้ำ จะเป็นที่ราบแคบๆ ระหว่างหุบเขาตามแนวยาวของลุ่มน้ำ น่าน สา วัว ปัว และกอน

จังหวัดน่านมีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 7,170,045 ไร่ หรือ 11,472.07 ตารางกิโลเมตร จำแนกเป็น

- | | | | |
|-----------------------------|-----------|-----|---------------------|
| 1. พื้นที่ป่าไม้และภูเขา | 3,437,500 | ไร่ | คิดเป็นร้อยละ 47.94 |
| 2. พื้นที่ป่าเสื่อมโทรม | 2,813,980 | ไร่ | คิดเป็นร้อยละ 39.24 |
| 3. พื้นที่ทำการเกษตร | 876,043 | ไร่ | คิดเป็นร้อยละ 12.22 |
| 4. พื้นที่อยู่อาศัยและอื่นๆ | 43,522 | ไร่ | คิดเป็นร้อยละ 0.6 |

ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศของจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกันของฤดูกาล โดยอากาศจะร้อนอบอ้าวในฤดูร้อน และหนาวเย็นในฤดูหนาว โดยได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ พัดพาเอาความชุ่มชื้นมาสู่ภูมิภาค ทำให้มีฝนตกชุก ในเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกันยายน ซึ่งเป็นช่วงฤดูฝน และจะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ พัดพาเอาความหนาวเย็นสู่ภูมิภาค ในเดือนตุลาคมถึงกุมภาพันธ์ และในช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน จะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้มีสภาพอากาศร้อน

นอกจากนี้จังหวัดน่าน ยังมีสภาพภูมิประเทศโดยรอบ เป็นหุบเขาและภูเขาสูงชันมาก ทิวเขาวางตัวในแนวเหนือใต้ ทำให้บริเวณยอดเขา สามารถรับความกดอากาศสูงที่แผ่มาจากประเทศจีนในฤดูหนาว ได้อย่างทั่วถึงและเต็มที่ ขณะเดียวกันที่ทิวเขาวางตัวเหนือใต้ ทำให้เสมือนกำแพงปิดกั้นลมมรสุมทางทิศตะวันออก รวมทั้งยังมีระดับความสูงเฉลี่ยบนยอดเขา กับความสูงเฉลี่ยที่ผิวแตกต่างกันมาก และยังมีระดับความสูงเหนือระดับน้ำทะเล จากปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ ในตอนกลางวันถูกอิทธิพลของแสงแดดเผา ทำให้อุณหภูมิร้อนมาก และในตอนกลางคืนจะได้รับอิทธิพลของลมภูเขาพัดลงสู่หุบเขา ทำให้อากาศเย็นในตอนกลางคืน

ประวัติศาสตร์เมืองน่าน

เมืองน่าน ในอดีตเป็นนครรัฐเล็ก ๆ ก่อตัวขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18 บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำน่าน และแม่น้ำสาขา ในหุบเขา ทางตะวันออกของภาคเหนือ

ประวัติศาสตร์เมืองน่าน เริ่มปรากฏขึ้นราว พ.ศ. 1825 ภายใต้การนำของพญาภูคา ศูนย์การปกครองอยู่ที่เมืองย่าง (เชื่อกันว่าเป็นบริเวณริมฝั่งด้านใต้ ของแม่น้ำย่าง ใกล้เทือกเขาดอยภูคาในเขตบ้านเลี้ยว ตำบลยม อำเภอท่าวังผา) เพราะปรากฏร่องรอย ชุมชนในสภาพที่เป็นคูน้ำ คันดิน กำแพงเมืองซ้อนกันอยู่ ต่อมาพระยาภูคา ได้ขยายอาณาเขตปกครองของตนออกไปให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยส่งราชบุตรบุญธรรม 2 คน ไปสร้างเมืองใหม่ โดย ขุนนุ่น ผู้พี่ไปสร้างเมืองจันทบุรี (เมืองพระบาง) และ ขุนฟองผู้น้องสร้างเมือง วรรณครหรือเมืองบัว

ภายหลังขุนฟองถึงแก่พิราลัย เจ้าแก้วเดือนราชบุตรจึงได้ขึ้นครองเมืองบัวแทน ด้านพญาภูคา ครองเมืองย่างมานานและมีอายุมากขึ้น มีความประสงค์จะให้เจ้าแก้วเดือนผู้หลานมาครองเมืองย่างแทน จึงให้เสนาอำมาตย์ไปเชิญ เจ้าแก้วเดือนเกรงใจปู่จึงยอมไปอยู่เมืองย่างและมอบให้ชายาคือนางพญาแม่เท้าคำป็น คู่แสรักษาเมืองบัวแทน เมื่อพญาภูคาถึงแก่พิราลัย เจ้าแก้วเดือนจึงครองเมืองย่างแทน ในช่วงที่เมืองบัวว่างจากผู้นำ เนื่องจากเจ้าแก้วเดือนไปครองเมืองย่างแทนปู่คือพญาภูคา พญาจ่าเมืองเจ้าผู้ ครองเมืองพะเยา จึงได้ขยายอิทธิพล เข้าครอบครองบ้านเมืองในเขตเมืองน่านทั้งหมด นางพญาแม่เท้าคำป็น พร้อมด้วยบุตรในครรภ์ ได้หลบหนี ไปอยู่บ้านห้วยแร้ง จนคลอดได้บุตรชายชื่อว่าเจ้าขุนใส เดิมใหญ่ได้เป็นขุนนาง รับใช้พญาจ่าเมืองจนเป็นที่โปรดปราน พญาจ่าเมืองจึงสถาปนาให้เป็น เจ้าขุนใสยศ ครองเมืองปราดภายหลังมีกำลังพลมากขึ้นจึงยกทัพ มาต่อสู้อันหลุดพ้นจากอำนาจเมืองพะเยา และได้รับการสถาปนาเป็นพญาผานอง ขึ้นครองเมือง บัวอย่างอิสระระหว่างปี 1865 - 1894 รวม 30 ปี จึงพิราลัย

ในสมัยของพญาการเมือง (กรานเมือง) โอรสของพญาผานอง เมืองบัว ได้มีการขยายตัวมากขึ้น ตลอดจน มีความสัมพันธ์ กับเมืองสุโขทัยอย่างใกล้ชิด พงศาวดารเมืองน่านกล่าวถึงพญาการเมืองว่า ได้รับเชิญจากเจ้าเมืองสุโขทัย (พระมหาธรรมราชาลิไท) ไปร่วมสร้างวัดหลวงอภัย (วัดอัมพวนาราม) ขากลับเจ้าเมืองสุโขทัย ได้พระราชทานพระธาตุ 7 องค์ พระพิมพ์ทองคำ 20 องค์ พระพิมพ์เงิน 20 องค์ ให้กับพญาการเมือง มาบูชา ณ เมืองบัวด้วย พญาการเมือง ได้ปรึกษาพระมหาเถรธรรมบาล จึงได้ก่อสร้างพระธาตุแช่แห้งขึ้นที่บนภูเพียงแช่แห้ง พร้อมทั้งได้อพยพผู้คนจากเมืองบัว ลงมาสร้างเมืองใหม่ที่บริเวณพระธาตุแช่แห้ง เรียกว่า ภูเพียงแช่แห้งในปี พ.ศ. 1902 โดยมีพระธาตุแช่แห้งเป็นศูนย์กลางเมือง

หลังจากพญาการเมืองถึงแก่พิราลัย โอรสคือ พญาผากองขึ้นครองแทนอยู่มาเกิดปัญหาความแห้งแล้ง จึงย้ายเมืองมาสร้างใหม่ที่ริมแม่น้ำน่านด้านตะวันตกบริเวณบ้านห้วยไค้ คือบริเวณที่ตั้งของจังหวัดน่านในปัจจุบัน เมื่อปี พ.ศ. 1911 ในสมัยเจ้าปู่แข็งครองเมืองระหว่างปี พ.ศ. 1950 - 1960 ได้สร้างวัดพระธาตุช้างค้ำ วรวิหาร วัดพระธาตุเขาน้อย วัดพญาภู แต่สร้างไม่ทันเสร็จก็ถึงแก่พิราลัยเสียก่อน พญาจ้าวพารผาสุมผู้เป็นหลาน ได้สร้างต่อจนแล้วเสร็จและได้สร้าง พระพุทธรูปทองคำปางลีลา ปัจจุบันคือ พระพุทธรูปนันทบุรีศรีศากยมุนี ประดิษฐานอยู่ในวิหารวัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร ในปี พ.ศ. 1993 พระเจ้าติโลกราชกษัตริย์นครเชียงใหม่ มีความประสงค์จะครอบครองเมืองน่าน และแหล่งเกลือ บ่อมาง (ต.บ่อเกลือใต้ อ.บ่อเกลือ) ที่มีอย่างอุดมสมบูรณ์และหาได้ยากทางภาคเหนือ จึงได้จัดกองทัพ เข้ายึด เมืองน่าน พญาอินท๊ะแก่นท้าว ไม่อาจต้านทาน ได้จึงอพยพหนีไปอาศัยอยู่ที่เมืองเซียง (ศรีสัชชาลัย) เมืองน่านจึงถูกผนวกเข้าไว้ในอาณาจักรล้านนาตั้งแต่นั้นมา

ตลอดระยะเวลาเกือบ 100 ปี ที่เมืองน่านอยู่ในครอบครองของ อาณาจักรล้านนา ได้ค่อย ๆ ซึมซับเอาศิลปวัฒนธรรมของล้านนา มาไว้ในวิถีชีวิต โดยเฉพาะการรับเอาศิลปกรรมทางด้านศาสนา ปรากฏศิลปกรรมแบบล้านนาเข้ามาแทนที่ศิลปกรรมแบบสุโขทัย อย่างชัดเจน ดังเช่น เจดีย์วัดพระธาตุแช่แห้ง เจดีย์วัดสวนตาล เจดีย์วัดพระธาตุช้างค้ำ แม้จะเหลือส่วนฐานที่มีช้างล้อมรอบ ซึ่งเป็นลักษณะศิลปะแบบสุโขทัยอยู่ แต่ส่วนองค์เจดีย์ขึ้นไปถึงส่วนยอด เปลี่ยนเป็นศิลปกรรมแบบล้านนาไปจนหมดสิ้น

ในระหว่างปี พ.ศ. 2103 - 2328 เมืองน่านได้ตกเป็นเมืองขึ้นของพม่า อยู่หลายครั้งและต้องเป็นเมืองร้าง ไว้ผู้คนถึง 2 ครา คือ ครั้งแรก ปี พ.ศ. 2247 - 2249 ครั้งที่ 2 ปี พ.ศ. 2321 - 2344

ปี พ.ศ. 2331 เจ้าอัครวรปัญญา ได้ลงมาเข้าเฝ้าพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 เพื่อขอเป็น ข้าขอบขัณฑสีมา เจ้าอัครวรปัญญา หลังจากขึ้นครองเมืองน่านยังมีได้เข้าไปอยู่เมืองน่านเสียทีเดียว เนื่องจากเมืองน่าน ยังรกร้างอยู่ ได้ย้ายไปอาศัยอยู่ตามที่ต่าง ๆ คือ บ้านตึ๊ดบุญเรือง เมืองจั่ว (บริเวณอำเภอพาน้อย) เมืองพ้อ (บริเวณอำเภอเวียงสา) หลังจากได้บูรณะซ่อมแซมเมืองน่านแล้ว พร้อมทั้งได้ขอพระบรมราชานุญาตกลับมาเข้ามาอยู่ในเมืองน่าน ในปี พ.ศ. 2344 ในยุคสมัยกรุงรัตนโกสินทร์เมืองน่านมีฐานะเป็นหัวเมืองประเทศราช เจ้าผู้ครองนครน่านในชั้นหลังทุกองค์ ต่างปฏิบัติหน้าที่ราชการ ด้วยความเที่ยงธรรม มีความซื่อสัตย์ จงรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์ราชวงศ์จักรี ได้ช่วยราชการบ้านเมืองสำคัญหลายครั้งหลายคราด้วยกัน นอกจากนี้ เจ้าผู้ครองนครน่าน ต่างได้ทำนุบำรุง กิจการพุทธศาสนาในเมืองน่าน และอุปถัมภ์ค้ำจุน พระพุทธศาสนาเป็นสำคัญ ได้สร้างธรรมนิทานชาดก การจารึกพระไตรปิฎกลงในคัมภีร์ใบลาน

นับเป็นคัมภีร์ได้ 335 คัมภีร์นับเป็นผูกได้ 2,606 ผูก ได้นำไปมอบให้ เมืองต่าง ๆ มีเมืองลำปาง เมืองลำพูน เมืองเชียงใหม่ เมืองเชียงราย และเมืองหลวงพระบาง

ในปี พ.ศ. 2446 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงมีพระกรุณาโปรดเกล้าฯ สถาปนาให้ เจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ เลื่อนยศฐานันดรศักดิ์ขึ้นเป็น "พระเจ้านครน่าน" มีพระนามปรากฏตามสุพรรณบัฏว่า "พระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดช กุลเชษฐมหันต์ ไชยนันทบุรมหาราชวงศาธิบดี สุริตจาริราชนุกาวัรักษ์ วิบูลยศักดิ์กิติไพศาล ภูบาลบพิตรสถิตย์ ณ นันทราชวงษ์" เป็นพระเจ้านครน่านองค์แรก และองค์เดียวในประวัติศาสตร์น่าน ภายหลังได้รับการสถาปนาเป็นพระเจ้าน่าน พระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ จึงได้สร้าง หอคำ (กลุ่มหลวง) ขึ้นแทนหลังเดิมซึ่งสร้างในสมัยของเจ้านันทวร ฤทธิเดชฯ และด้านหน้าหอคำ มีข่วงไว้ทำหน้าที่คล้ายสนามหลวง สำหรับจัดงานพิธีต่าง ๆ ตลอดจนเป็นที่จัดขบวนทัพออกสู้ศึก จัดขบวนนำเสด็จหรือขบวนรักแขกเมืองสำคัญ และในปี พ.ศ. 2474 เจ้ามหาพรหมสุรธาดา เจ้าผู้ครองนครน่าน ถึงแก่พิราลัย ตำแหน่งเจ้าผู้ครองนครก็ถูกยุบเลิกตั้งแต่นั้นมา ส่วนหอคำได้ใช้เป็น ศาลากลางจังหวัดน่าน จนปี พ.ศ. 2511 จังหวัดน่าน ได้มอบหอคำให้กรมศิลปากร ใช้เป็นสถานที่จัดตั้ง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน จนกระทั่งปัจจุบัน (ค้นคว้าเรียบเรียงจากหนังสือ วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดน่าน)

ตราเมืองปัจจุบัน

ดวงตราแบบใหม่นี้ น่าน ยังคงไว้ซึ่งสัญลักษณ์และความหมายของตราเมืองที่เคยใช้อยู่เดิม ได้ปรับปรุงโดยเปลี่ยน รูปโคอุศุภราชเสียใหม่ ให้แลดูสง่างามและเพิ่มพระบรมธาตุเจดีย์ อันเป็นปูชนียสถานเก่าแก่ที่สำคัญ และเป็นศูนย์รวมจิตใจ คู่บ้านคู่เมืองของน่านคือ เจดีย์พระธาตุแช่แห้ง และปรับปรุงลายชอกนกประกอบพื้นช่องไฟให้แลดูเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น ส่วนการให้สี กำหนดใช้ตามความเหมาะสมสวยงามทางด้านศิลปะ

คำขวัญประจำจังหวัด

แข่งเรือลือเลื่อง เมืองงาช้างดำ จิตรกรรมวัดภูมินทร์

แดนดินส้มสีทอง เรืองรองพระธาตุแช่แห้ง

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของอำเภอ จังหวัดน่าน

ท่องเที่ยวอำเภอเมืองน่าน เมืองที่รวยด้วยวัฒนธรรมและเจียบสงบ ด้วยผังเมืองที่มีลักษณะที่ดีมาตั้งแต่ครั้งในอดีต ทำให้ในตัวเมืองน่าน มีวัดวาอารามที่สำคัญๆ ตั้งอยู่ในตัวเมืองน่านทั้งหมด และมีระยะทางที่ไม่ห่างกันมากนัก อีกทั้งยังมีพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงอดีตความเป็นมาของเมืองน่าน และคนพื้นเมืองน่านตั้งแต่ในอดีต การเที่ยวในตัวเมืองน่านนั้น สามารถเที่ยวได้ในหนึ่งวัน



ภาพที่ 2.1 แผนที่อำเภอเมืองน่าน

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

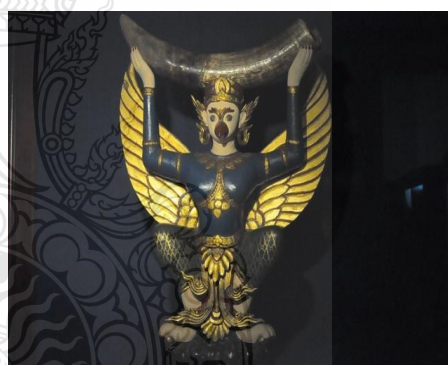
1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน อำเภอเมืองน่าน

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน ตั้งอยู่ในบริเวณ คู่มุขของอดีตเจ้าผู้ครองนครน่าน ที่เรียกว่า "หอคำ" โดย พระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดช เจ้าเมืองน่านสร้างขึ้น เป็นที่ประทับ เมื่อปี พ.ศ.2446 ลักษณะตัวอาคาร โอโถง งดงาม ก่ออิฐถือปูนแข็งแรง แต่ตกแต่งให้อ่อนช้อย สวยงาม ด้วยลายลูกไม้ นับเป็นสถาปัตยกรรมก่อสร้าง ที่ดีเด่นแห่งหนึ่งของเมืองไทย นอกจากนี้ บริเวณด้านหน้าพิพิธภัณฑ์ เป็นที่ตั้งอนุสาวรีย์ พระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดช ผู้เป็นเจ้าของหอคำแห่งนี้ ด้วยกรมศิลปากร ได้รับมอบอาคารหอคำ เพื่อใช้เป็นอาคาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน เมื่อปี พ.ศ.2517 จัดแสดง โบราณวัตถุ ตลอดจนสิ่งที่น่าสนใจ เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปะ โบราณคดี และชาติพันธุ์วิทยา ประจำท้องถิ่น มาจัดแสดงให้ชมอย่างมีระบบ และระเบียบสวยงาม

ส่วนที่เป็นห้องจัดแสดงชั้นล่าง จัดแสดงชาติพันธุ์วิทยาเกี่ยวกับล้านนา เช่น ลักษณะอาคาร บ้านเรือน และเครื่องใช้ ในชีวิตประจำวัน การทอผ้า และผ้าพื้นเมืองน่านแบบต่าง ๆ ที่สวยงามมาก การสาธิต งานประเพณี และความเชื่อต่างๆ เช่น การแข่งเรือ การจุดบั้งไฟ สงกรานต์ และพิธีสืบชะตา เป็นต้น ที่น่าสนใจ ในการจัดแสดง ห้องโถงชั้นล่าง นี้ยังมีการจัดแสดง เรื่องราวชีวิตความ

เป็นอยู่ และเครื่องใช้ของชนกลุ่มน้อย ในจังหวัดน่านรวม 5 เผ่าด้วยกัน คือ ไทลื้อ ม้ง เย้า ถิ่น และตองเหลือง

ส่วนบริเวณห้องจัดแสดง ชั้นบน เป็นการจัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับ ประวัติศาสตร์ของเมืองน่าน การสร้างเมือง และโบราณสถานที่สำคัญ รูปถ่ายโบราณ งานประณีตศิลป์ เครื่องใช้เงินตรา อาวุธ ศิลาจารึก และเครื่องถ้วย ที่ค้นพบในเมืองน่าน ที่สำคัญที่สุดคือ ห้องเก็บ งาช้างดำ ซึ่งเป็นปูชนียวัตถุคู่เมืองน่าน ตามประวัติกล่าวว่า ได้มาจากเมืองเชียงตุงตั้งแต่โบราณ เมื่อเจ้ามหาพรหมสุรธาดา เจ้าผู้ครองนครน่านองค์สุดท้าย ถึงแก่พิราลัย เจ้านายบุตรหลาน จึงมอบให้เป็นสมบัติ ของแผ่นดินพร้อมทองคำ ลักษณะของงาช้างดำนี้เป็นงาปลี ยาว 94 เซนติเมตร เปลือกสีน้ำตาลเข้ม ส่วนปลายมน มีจารึกอักษรธรรมล้านนา ภาษาไทย กำกับไว้ว่า "กึ่งนี้หนักหนึ่งหมื่นห้าพัน" หรือประมาณ 18 กิโลกรัม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน เปิดให้ประชาชน และนักท่องเที่ยว เข้าชมทุกวัน โดยเสียค่าธรรมเนียม เข้าชมคนละ 10 บาท ชาวต่างประเทศ 30 บาท ทั้งยังมีการบริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางด้านวิชาการ การจำหน่ายเอกสารสำคัญ และหัตถกรรมพื้นบ้าน สินค้าที่ระลึกต่าง ๆ



ภาพที่ 2.2 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

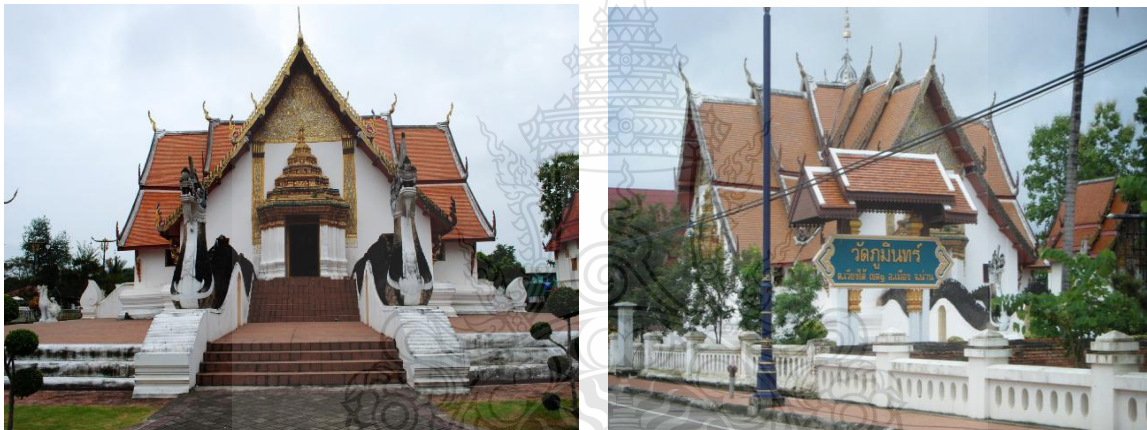
2. วัดภูมินทร์ อำเภอเมืองน่าน

วัดภูมินทร์ เดิมชื่อ “วัดพรหมมินทร์” เป็นวัดหลวง ตั้งอยู่ในเขตพระนครดั่งปรากฏชื่อ ตำบลในเวียงในปัจจุบัน เจ้าเจตนบุตรพรหมมินทร์ สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2139 ต่อมาอีกประมาณ 300 ปี มีการบูรณะครั้งใหญ่ ในสมัยเจ้าอนันตวรฤทธิเดช เมื่อ พ.ศ.2410 (ปลายสมัยรัชกาลที่ 4) ใช้เวลาซ่อมแซมนานถึง 7 ปี ความสวยแปลกของวัดภูมินทร์ ที่เป็นหนึ่งเดียว คือ เป็นวัดที่สร้างทรงจัตุรมุขหนึ่งเดียวในประเทศไทย ที่คู่คล้ายตั้งอยู่บนหลังพญานาคขนาดใหญ่ 2 ตัว แทนพระอุโบสถแทนไว้

กลางลำตัว ตรงใจกลางพระอุโบสถจัตุรมุข ประดิษฐานพระพุทธรูปขนาดใหญ่ 4 องค์ หันพรพักตร์ ออกด้านประตูทั้งสี่ทิศหันเบื้องปฤษฎาศ์ชนกัน ประดับนั่งบนฐานชุกชี เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย

อาคารนี้เป็นทั้งพระอุโบสถ พระวิหาร และพระเจดีย์ในหลังเดียวกัน โดยใช้อาคารในแนว ตะวันออก-ตะวันตก เป็นพระวิหาร และอาคารแนว เหนือ-ใต้ เป็นพระอุโบสถ รัฐบาลไทยเคยพิมพ์ รูปวัดภูมินทร์ ในธนบัตรใบละ 1 บาท ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2

ภายในมีภาพจิตรกรรมฝาผนัง แสดงเรื่องราวชาดก วิถีชีวิตตำนานพื้นบ้าน และความ เป็นอยู่ของชาวน่านในอดีต ได้แก่ การแต่งกายคล้ายผ้าซิ่นลายน้ำไหล การทอผ้าด้วยกี่ทอมือ การติดต่อซื้อขายกับชาวต่างชาติ สิ่งน่าสนใจอีกอย่างหนึ่ง คือ บานประตูแกะสลักเป็น 3 ชั้น บนไม้สักทองแผ่นเดียวขนาดใหญ่ ความหนาของไม้ประมาณ 4 นิ้วสลักเป็นลวดลายเครือเถา ที่หิ้งดอกและมีผลระย้า รวมทั้งสัตว์นานาชนิด ฝีมือช่างเมืองน่าน



ภาพที่ 2.3 วัดภูมินทร์

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

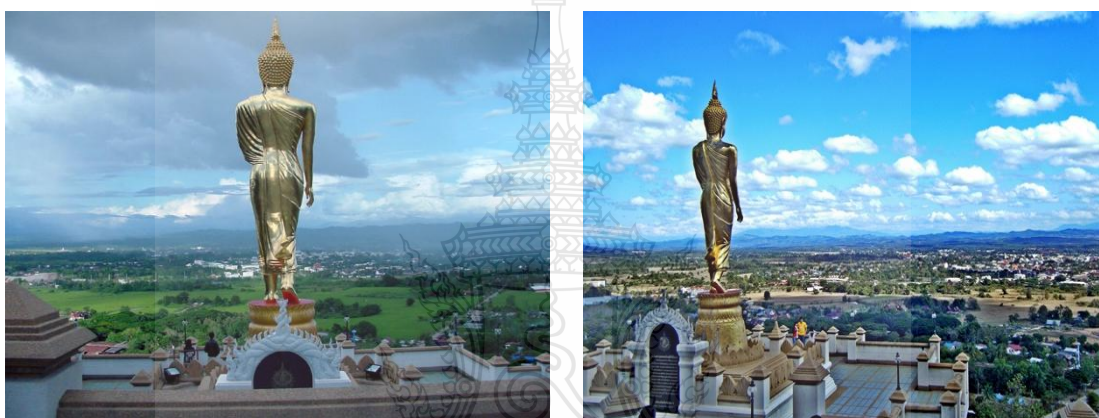
3. วัดพระธาตุเขาน้อย อำเภอเมืองน่าน

วัดพระธาตุเขาน้อย นมัสการพระธาตุเก่าแก่ ชมเมืองน่านจากมุมสูงจากตัวเมืองน่านใช้ เส้นทางเดียวกับวัดพญาวัด แต่เลยไปอีกราว 2 กม. ขึ้นเขาไป ก็จะถึงยอดเขาน้อยซึ่งเป็นที่ตั้งของ วัดพระธาตุเขาน้อย เป็นปูชนียสถานที่สำคัญและเก่าแก่อีกแห่งหนึ่งของ จ.น่าน สันนิษฐานว่า มีอายุรุ่นราวคราวเดียวกับพระธาตุแช่แห้ง ตั้งอยู่บนคอยเขาน้อย สูงจากระดับน้ำทะเล ประมาณ 240 ม.หน้าวัดมีทางขึ้นเป็นบันไดนาค 303 ขั้น

ทางรถขึ้นถึงตัววัดเมื่อขึ้น ไปยืนบนยอดเขาจะมองเห็นทิวทัศน์ของเมืองน่านได้อย่างชัดเจน ตามประวัติ พระธาตุองค์นี้สร้าง โดยมเหสีรองของพญาภูเง็งเจ้าผู้ครองนครน่านเมื่อราวพุทธศตวรรษ

ที่ 20 เจ้าผู้ครองนครน่านอีกหลายองค์ต่อมาได้บูรณปฏิสังขรณ์องค์พระธาตุโดยตลอดจนกระทั่งมีการบูรณะครั้งใหญ่ในสมัยพระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ ในปี พ.ศ. 2449-2454 โดยช่างชาวพม่าชื่อ หม่องยง

กรมศิลปากรได้ทำการสำรวจและขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานเมื่อปีพ.ศ.2523 ด้วยความเป็นวัดที่อยู่บนเขาสูง จึงเป็นจุดชมทิวทัศน์ที่สวยงามอยู่ตรงลานปูนพระพุทธรูปปางลีลาองค์ใหญ่คือ พระพุทธมหาอุดมมงคลนันทบุรีศรีเมืองน่าน สร้างเมื่อปีพ.ศ.2542 ถือเป็นจุดเดียวที่เห็นเมืองน่านจากมุมสูง เราจะเห็นขุนเขาน้อยใหญ่ตั้งตระหง่านโอบล้อมเมืองน่านเป็นฉากหลัง จุดนี้ยังแสดงให้เห็นชัดถึงลักษณะการตั้งเมืองของทางภาคเหนือที่มักเลือกทำเลที่ตั้งบนที่ราบลุ่มและหุบเขาด้วย



ภาพที่ 2.4 วัดพระธาตุเขาน้อย

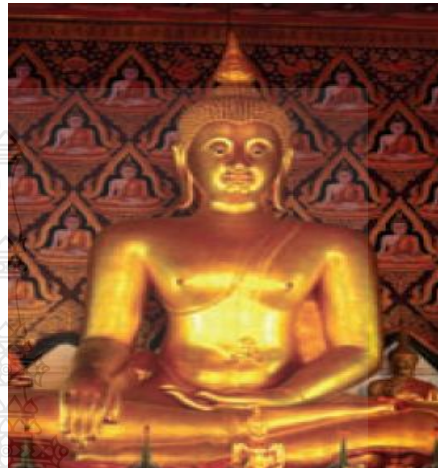
ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

4. วัดสวนตาล อำเภอเมืองน่าน

วัดสวนตาล ใหว่พระเจ้าทองทิพย์ วัดนี้สร้างขึ้นโดยพระนางปทุมมาวดีชายาของพญาภูเง็ง เจ้าผู้ครองนครน่านเมื่อราว พ.ศ.1955 เป็นวัดที่ตั้งอยู่นอกกำแพงเมืองน่านด้านทิศเหนือ ในบริเวณที่เป็นสวนตาลหลวง ซึ่งเป็นที่มาของชื่อวัด ตัวเจดีย์หลังวิหารนั้น เดิมเป็นทรงพุ่มข้าวบิณฑ์แบบสุโขทัย ต่อมาพระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ ผู้ครองนครน่านโปรดเกล้าฯ ให้บูรณะขึ้นใหม่เมื่อปี พ.ศ.2547 ได้แก้ไขรูปทรงเป็นเจดีย์ยอดปรangk ดั้งปัจจุบัน

ภายในวัดแห่งนี้เป็นที่ประดิษฐาน พระเจ้าทรงทิพย์ พระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยองค์ใหญ่หน้าตักกว้าง 10 ฟุต สูง 14 ฟุต 4 นิ้ว พระเจ้าติโลกราช แห่งนครเชียงใหม่โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นในปี พ.ศ.1993 เพื่อแสดงถึงชัยชนะ ที่พระองค์สามารถยึดเมืองน่าน ไว้ในพระราชอำนาจ

ทุกปีใหม่ช่วงเทศกาลมหาสงกรานต์ ชาวน่าน จัดงานนมัสการ และสรงน้ำพระเจ้าทองทิพย์ โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณ จากสมเด็จพระพี่นางเธอ กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ฯ ประทานน้ำสรงเป็นประจำทุกปี ชาวน่านเคารพนับถือเป็นพระคู่บ้านคู่เมือง



ภาพที่ 2.5 วัดสวนตาล

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

5. วัดหัวข่วง อำเภอเมืองน่าน

ตั้งอยู่ที่ตำบลเวียงในอำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน สร้างด้วยศิลปะล้านนา อายุราวพุทธศตวรรษที่ 22 และมีจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงามภายในพระวิหาร

วัดหัวข่วง มีพระพุทธรูปปางมารวิชัย ลักษณะทั่วไปคล้ายคลึงกับพระเจ้าทองทิพย์ เฉพาะพระพักตร์แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลผสมระหว่างศิลปะพระพุทธรูปปางมารวิชัยและพระพุทธรูปศิลปะล้านนา ส่วนชายจีวรที่ยาวมาจรดบันพระองค์แลดูสั้นกว่าปกติอาจจะเป็นเพราะการขีดส่วนบันพระองค์ให้สูงขึ้นรับกับพระวรกายที่เพรียวบางพระพุทธรูปองค์นี้คงมีอายุระหว่างครึ่งแรกของพุทธศตวรรษที่ 21

เจดีย์วัดหัวข่วง ลักษณะเป็นเจดีย์ทรงปราสาทหรือทรงเรือนธาตุ อิทธิพลศิลปะล้านนาฐานล่างทำเป็นหน้ากระดานสี่เหลี่ยมรับฐานบัวลูกแก้ว 2 ชั้น มีชั้นหน้ากระดานคั่นกลาง ฐานบัวลูกแก้วชั้นบนย่อเก้รับกับเรือนธาตุไปจรดชั้นบัวถลาใต้องค์ระฆังส่วนเรือนธาตุมีซุ้มจระณะนมด้านละซุ้ม ประดิษฐานพระพุทธรูปปางมารวิชัยสำริด ที่มุมผนังทั้งสองข้างเป็นรูปเทวดาทรงเครื่องยืนพนมมือ เหนือชั้นอัสดงตอนสุดเรือนธาตุเป็นชั้นบัวถลาซ้อนกัน 3 ชั้น องค์ระฆังมีขนาดเล็กไม่มีบัลลังก์ ลักษณะของรูปทรงโดยส่วนรวมคล้ายคลึงกับเจดีย์วัดโลกโมลี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ซึ่งสร้างขึ้นระหว่างรัชกาลพระเมืองเกษเกล้า ราว พ.ศ. 2071 แต่ส่วนฐานล่างและชั้นบัวลาของเจดีย์องค์นี้ยึดสูงขึ้น ทำให้มีลักษณะเรียวสูงกว่า แสดงถึงพัฒนาการทางรูปแบบที่ช่างเมืองน่านดัดแปลงนำมาใช้ในระบะหลัง ซึ่งคงมีอายุไม่เก่าไปกว่าครั้งแรกของพุทธศตวรรษที่ 21



ภาพที่ 2.6 วัดหัวข่วง

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

6. วัดมิ่งเมือง อำเภอเมืองน่าน

วัดมิ่งเมือง เสาหลักเมืองน่าน ตั้งอยู่ที่บ้านมิ่งเมือง ตำบลในเวียง อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน ลักษณะทางสถาปัตยกรรม ของวิหารหลังเดิม คงเป็นช่างฝีมือแบบสถาปัตยกรรมล้านนา ต่อมาภายหลัง ได้มีการบูรณะปรับปรุงซ่อมแซม เปลี่ยนแปลงรูปแบบ กลายเป็นสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานกับแนวความคิดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจุดเน้น ที่เด่นชัดของวิหารวัดมิ่งเมือง ก็คือ ลวดลายศิลปะปูนปั้น ที่ประดับตกแต่งตัววิหาร มีความสวยงาม วิจิตรบรรจงมาก นับเป็นงานฝีมือของช่างปูนสมัยใหม่ในยุคปัจจุบัน



ภาพที่ 2.7 วัดมิ่งเมือง

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

7. วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร พระอารามหลวง อำเภอเมืองน่าน

วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร (วัดหลวงกลางเวียง) นมัสการเจดีย์ช้างล้อมทรงสุโขทัย อิมโหฬาร พระทองคำปางลีลา อยู่ตรงข้ามพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน เดิมชื่อ วัดหลวงกลางเวียง เจ้าผู้ครองนครน่าน พญาภู่ง เป็นผู้สร้างขึ้น เมื่อปี พ.ศ.1949 พระวิหารหลวงวัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร เป็นวิหารขนาดใหญ่ รูปทรง สร้างตามสถาปัตยกรรม ทางภาคเหนือ ลักษณะภายในโอโถง ด้านหน้ามีสิ่งคู่ ยืนตรงเชิงบันได ด้านละตัว มีทางเข้า 3 ทาง ประตูกลาง ทำเป็นประตูใหญ่ และประตูเล็ก อยู่ด้านซ้ายและด้านขวา มีทางขึ้นเป็นประตูเล็ก ๆ ตรงข้ามพระประธาน ด้านทิศตะวันออกและตะวันตกอีก 2 ซ้ำ ทำหลังคาซ้อนกัน 2 ชั้น มุขลดด้านหน้า และด้านหลัง หน้าบัน ติด้วยแผ่นกระดานเรียงต่อกัน แล้วประดับที่ขอบเสา ด้านหน้าทุกต้น ตามลักษณะ สถาปัตยกรรมล้านนาไทย ภายในพระวิหารกว้างขวาง มีเสาปูนกลมขนาดใหญ่ ขนาด 2 คนโอบรอบ จำหลัก ลวดลายปูนปั้นนูนสูง ไว้เหนือจากระดับพื้นพระวิหาร 1.50 เมตร เป็นลวดลาย กนกกระช้าย้อย เหมือนลวดลาย ที่เสาในวิหารวัดภูมินทร์ ภายในวัดประดิษฐาน เจดีย์ช้างค้ำ ซึ่งเป็นศิลปะสมัยสุโขทัย อายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 20 รอบเจดีย์ มีรูปปั้นช้างปูนปั้น เพียงครึ่งตัวประดับอยู่โดยรอบ นอกจากนี้ยังมีพระพุทธรูปทองคำปางลีลา คือ พระพุทธรูปนันทบุรีศรีศากยมุนี ซึ่งเป็นทองคำ 65 % สูง 145 เซนติเมตร ยอดพระโมฬีทำเสริมเมื่อ พ.ศ. 2442หนัก 69 บาท เจ้าจ้าวพารพาสุม เจ้าผู้ครองนครน่าน องค์ที่ 14 แห่งราชวงศ์ภูคา เป็นผู้สร้าง เมื่อวันที่ พุศ เดือน 6 เหนือ พ.ศ. 1969 เป็นศิลปะสุโขทัย ประดิษฐานอยู่ที่หอพระไตรปิฎก ใหญ่ที่สุดในประเทศ

พระธาตุเจดีย์ช้างค้ำวรวิหาร เป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุไว้ภายใน นับเป็นปูชนียสถาน สำคัญ เป็นเจดีย์ ที่ได้รับอิทธิพลทางด้านศิลปะสุโขทัย จากเจดีย์ทรงลังกา คือเจดีย์วัดช้างล้อมนั่นเอง พระธาตุเจดีย์ สร้างด้วยอิฐถือปูน มีฐานเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ซ้อนกัน 3 ชั้น กว้างด้านละ 9 วา ฐานจากชั้นแรกสูงถึงชั้นสอง มีรูปช้างค้ำอยู่ในลักษณะ เหมือนฐานรองรับไว้ ด้านละ 6 เชือก รวมทั้งหมด 24 เชือก ช้างแต่ละตัว โผล่ส่วนหัว ลอยออกมาครึ่งตัว ขาหน้าทั้งคู่ ยืนพื้นออกมาจากเหลี่ยมฐาน เหนือขึ้นไปเป็นฐานปัทม์ (ฐานบัว) ซ้อนกัน 3 ชั้น และเป็นองค์ระฆังแบบลังกา ต่อจากองค์ระฆัง ทำเป็นฐานเชิง รองรับมาลัยลูกแก้ว ลดหลั่นกันไป เป็นส่วนยอด ปัจจุบันพระธาตุเจดีย์ช้างค้ำ ได้รับการบูรณะซ่อมแซม และหุ้มด้วยแผ่นทองเหลืองทั้งองค์ มีความสวยงามมาก

หอไตรวัดช้างค้ำวรวิหาร สร้างขึ้นในสมัยพระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ ดังปรากฏในพระประวัติของพระองค์ว่า "ร.ศ. 127 พ.ศ. 2453 ก่อสร้างหอพระไตรปิฎก ในบริเวณวัดช้างค้ำ 1 หลัง 8 ห้อง ยาว 16 วา 1 สอก กว้าง 5 วา 2 สอก สูงตั้งแต่ดินถึงอกไก่ 13 วา หลังคาทำเป็นชั้น ๆ ก่ออิฐทาสี

เครื่องบนไม้สัก มุงกระเบื้องไม้สัก ทำอย่างแน่นหนา มีเพดานจั่ว 2 ชั้น และเพดาน ทำด้วยลวดลายต่าง ๆ พระสมุห์อิน เจ้าอาวาสวัดหัวข่วง กับจีนอ้วจิ้นซาง เป็นสถาปนาเงิน 12,558 บาท

ลักษณะโครงสร้างสถาปัตยกรรมมีลักษณะอย่างเดียวกับวิหารและโบสถ์ ตั้งอยู่ด้านหน้าคูกับ พระวิหารหลวง อาคารก่ออิฐโอบปูน ยกพื้นสูงมีสิงห์ยืนอยู่ด้านหน้า ตรงเชิงบันไดด้านละ 1 ตัว ตั้งเสาราย รับหลังคาเชิงชายแทนผนัง และก่อผนังปิด ทำเป็นห้องไว้พระธรรม และพระไตรปิฎก ตรงแนวเสาที่รับคาน มีทางเข้าด้านหน้าเป็นประตูทางเดียว บานประตูสลักเป็นรูปเทวดา 2 องค์ และมีลายปูนปั้น เป็นรูปยอดปราสาท ทำเป็นชั้นติดหน้าต่างด้านละ 3 บาน ผนังด้านหลังปิดทึบ ด้านนอกสองข้างทาง ระหว่างเสารายและผนัง เป็นทางเดินถึงกันได้ตลอดโดยรอบ อาคารสูงหลังคาซ้อน 3 ชั้น ไม่มีมุขลด ที่หน้าบัน ใช้แผ่นไม้เรียงต่อกัน เป็นแผ่นๆ ประดับลายปูนปั้น เป็นรูปกนกถือพระยาครุฑ ระหว่างช่วงเสาประดับด้วยแผ่นไม้จำหลัก ลายกนก เป็นรูปสามเหลี่ยม สลับลายพุ่มข้าวบิณฑ์คว่ำ และรูปพระยาครุฑห้อยลงมาตามแบบสถาปัตยกรรมของล้านนา ภายในมีลักษณะส่วนกว้างแคบ ส่วนยาวลึก เข้าไปภายใน และส่วนสูงจะลดขึ้นไปมาก ใช้เป็นที่เก็บ พระไตรปิฎก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นใบลาน จารอักษรตัวธรรมมีอยู่เป็นจำนวนมาก ปัจจุบันได้ปรับปรุงเป็นวิหาร ใช้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปนันทบุรีศรีศากยมณี



ภาพที่ 2.8 วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

8. วัดพญาวัด อำเภอเมืองน่าน

วัดพญาวัด เป็นที่ตั้งของเจดีย์จามเทวี หรือพระธาตุวัดพญาวัด ปูชนียสถานที่เก่าแก่และสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดน่าน ด้วยช่าง ได้นำรูปแบบ มาจาก จังหวัดลำพูน ในยุคที่ล้านนากำลัง รุ่งเรืองถึงขีดสุด ทั้งทางศาสนาจักรและอาณาจักร และเมืองน่าน ก็ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของ ล้านนาอย่างเต็มที่ วัดนี้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปเก่าแก่ ชื่อว่าพระเจ้าสายฝน ซึ่งชาวบ้านเคารพนับถือและมาขอฝน เมื่อเกิดความแห้งแล้ง ฝนไม่ตกต้องตามฤดูกาล แต่พิธีขอฝนนี้ทำครั้งสุดท้ายเมื่อปี พ.ศ.2533 จากนั้น ก็ไม่เคย มีการทำอีกเลย เนื่องจากเกรงว่าองค์พระจะชำรุด เพราะมีความเก่าแก่มาแล้ว นอกจากนี้ ภายในวัดยังมี ธรรมมาสน์ฝีมือช่างเมืองน่านที่เก่าที่สุดเท่าที่พบมา ลักษณะคล้ายบุษบก ฐานเป็นปูนก่อติดกันพื้น ตัวธรรมมาสน์เป็นไม้แกะสลัก มีทรงสูง คือ ด้านบนผาย ด้านล่างสอบ เข้าเป็นแบบฝาตัด ลงรักเขียนลายรดน้ำปิดทอง ใช้ใส่พระธรรมคัมภีร์ พร้อมทั้งเครื่องสูงจำลองหรือเครื่องราชกกุธภัณฑ์ เป็นเครื่องสักการพระพุทธรเจ้า ทำจากไม้เขียนลายรดน้ำ



ภาพที่ 2.9 วัดพญาวัด

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

9. วัดพญาภู

ตั้งอยู่บ้านพญาภู สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยพระเจ้าภูแข่ง ราวพุทธศตวรรษที่ ๒๐ อายุกว่า ๕๕๔ ปี นอกจากจะมีพระเจดีย์ขนาดใหญ่ที่สร้างไว้ด้านหลังพระวิหารแล้ว ในวิหารเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางลีลา ๒ องค์ ซึ่งสร้างในสมัยพระเจ้าวพารผาสุม ราวปี พ.ศ.๑๘๖๕ นอกจากนี้ยังมีภาพไม้จำหลักทวารบาลรูปยักษ์ที่บานประตู

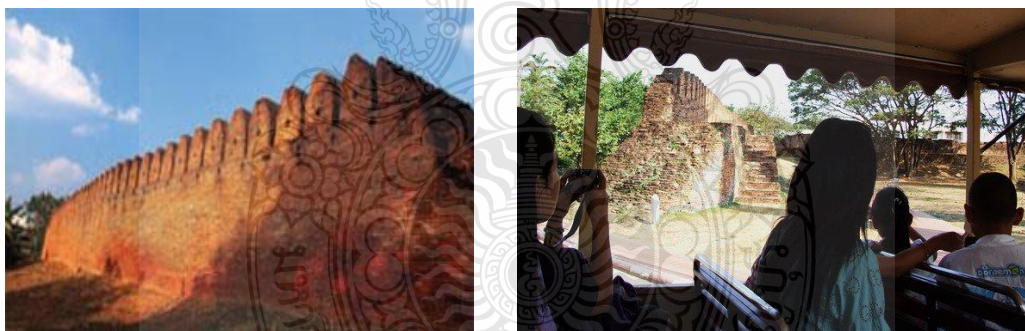


ภาพที่ 2.10 วัดพญาภู

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

10. กำแพงเมืองน่าน

เป็นแนวกำแพงที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบันถูกสร้างขึ้นในปี พ.ศ.๒๓๕๘ สมัยเจ้าอนันตวรฤทธิเดช เจ้าผู้ครองนครน่าน ได้สร้างขึ้นแทนกำแพงเมืองเก่า ที่สร้างด้วยท่อนซุงซึ่งถูกน้ำพัดพังทลาย สมัยพญาสุมนเทวราช ในคราวน้ำท่วมใหญ่เมื่อปี พ.ศ. ๒๓๖๐



ภาพที่ 2.11 กำแพงเมืองน่าน

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

11. คຸ້ມเจ้าราชบุตร (หมอกฟ้า ณ่าน)

สร้างขึ้นใน ปีพ.ศ. ๒๔๐๕ เป็นเรือนไม้สักทองสองชั้น ในปี พ.ศ. ๒๔๘๔ ได้รื้ออาคารเดิม และก่อสร้างใหม่ ย่อขนาดให้เล็กลง ปลูกสร้างในตำแหน่งเดิม ปัจจุบันเป็นที่พักของเจ้าสมปรารถนา ณ่าน ยังคงเก็บรักษาของเก่าแก่ประจำตระกูล เช่น ดาบ งาช้างศึก อาวุธโบราณ ภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ รัชกาลที่ ๕ นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าชม ควรติดต่อล่วงหน้ากับเจ้าบ้าน โทร. 054-710-605

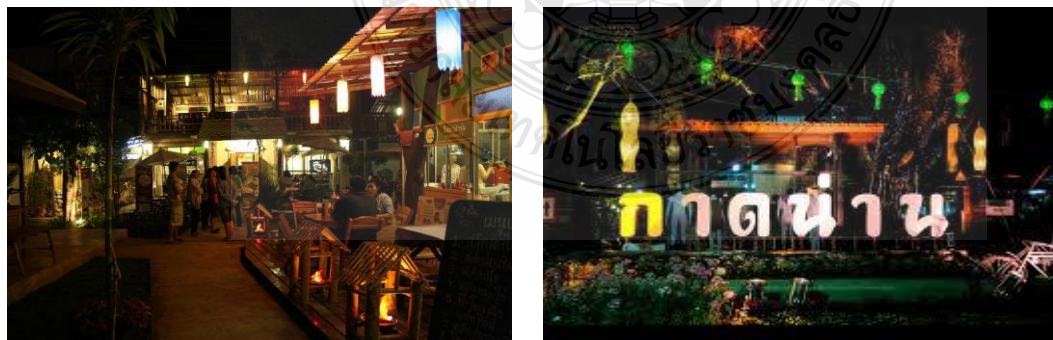


ภาพที่ 2.12 คຸ້มเจ้าราชบุตร (หมอกฟ้า ณ่าน)

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

12. กาดน่าน

กาดน่าน ตลาดแนวใหม่ อนุรักษ์แบบร่วมสมัย วิถีแห่งน่าน ตลาดแห่งใหม่ใจกลาง เมืองน่าน (ตรงข้ามกับเทศบาลเมืองน่าน) ตลาดการค้าที่รวบรวมสินค้าต่าง ๆ มากมาย อาทิเช่น ของฝากของที่ระลึก เสื้อผ้าพื้นเมือง เสื้อผ้าแฟชั่นของตกแต่งบ้าน สินค้าไอที ศูนย์อาหาร หน่วยบริการนักท่องเที่ยว และสาธาณูปโภคต่าง ๆ มากมาย



ภาพที่ 2.13 กาดน่าน

ที่มา: <http://www.nan.go.th/webjo/>

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

นางสาวนิภาพร โชติสุดเสน่ห์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย

ผลการวิจัยพบว่า มีสิ่งสำคัญ 4 ประการ ดังนี้ **ประการแรก** พบว่า นักศึกษาที่อยู่ในสถานการณ์ใดใน 5 ด้านที่เหมาะสมมากที่สุดต่อไปนี้ คือ ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบรักสนับสนุนใช้เหตุผลมาก หรือมีบิดามารดาเป็นแบบอย่างมากหรือรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาก หรือรับรู้ทัศนคติทางสังคมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานท่องเที่ยวสูง เป็นผู้มีพฤติกรรมเสริมสร้างและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว และพฤติกรรมรักษาระเบียบ มากกว่านักศึกษาประเภทตรงข้าม พบในกลุ่มรวม และกลุ่มย่อยอีก 2 ประเภท คือ กลุ่มท่องเที่ยวน้อย และกลุ่มผลการเรียนต่ำ **ประการที่สอง** นักศึกษาที่มีจิตลักษณะแต่ละด้านใน 4 ด้านสูง คือ มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาก หรือมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาก หรือมีเหตุผลเชิงจริยธรรมสูง หรือมุ่งอนาคตควบคุมตนเองสูง เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมเสริมสร้างและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว และพฤติกรรมรักษาระเบียบ มากกว่านักศึกษาประเภทตรงข้าม พบในกลุ่มรวม กลุ่มเพศชาย และกลุ่มต่างจังหวัด **ประการที่สาม** พบว่า ตัวแปรกลุ่มลักษณะสถานการณ์ 6 ตัวแปร เมื่อรวมกับตัวแปรกลุ่ม จิตลักษณะ 5 ตัวแปร รวมเป็น 11 ตัวแปรสามารถทำนายพฤติกรรมเสริมสร้างและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว และพฤติกรรมรักษาระเบียบในนักศึกษากลุ่มรวมได้ 43.4% และ 37.6% ตามลำดับ และทำนายพฤติกรรมเสริมสร้างและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวได้สูงสุด 47.4% ในกลุ่มฐานะสูง ส่วนพฤติกรรมรักษาระเบียบทำนายได้สูงสุด 49.5% ในกลุ่มเพศชาย ซึ่งพบโดยรวมว่าตัวทำนายจากผลทั้ง 4 ส่วนนี้ มีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นตัวทำนายสำคัญลำดับแรก **ประการที่สี่** พบว่า นักศึกษาที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งสองด้านในปริมาณต่ำ คือ นักศึกษาชาย นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ นักศึกษาที่ท่องเที่ยวน้อย และนักศึกษามีผลการเรียนต่ำ และมักพบเป็นส่วนใหญ่ว่านักศึกษามีพฤติกรรมเสริมสร้างและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวน้อย มักจะมีพฤติกรรมรักษาระเบียบน้อยด้วย ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาให้นักศึกษานักศึกษาที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในปริมาณต่ำกว่ากลุ่มอื่น ควรพัฒนาดังนี้ **ประการแรก** ควรพัฒนาลักษณะสถานการณ์ หรือทางด้านสังคม คือ พัฒนาการเป็นแบบอย่างของบิดามารดา การรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการอบรมเลี้ยงดูแบบรักสนับสนุนใช้เหตุผล **ประการที่สอง** พัฒนาจิตลักษณะ 5 ตัวแปร โดยอาจพัฒนาทีละตัวแปร หรือพัฒนาทั้ง 5 ตัวแปร

พร้อมกัน ได้แก่ ทักษะคิดที่ดีต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มุ่งอนาคตควบคุมตน เหตุผลเชิงจริยธรรม ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และสุขภาพจิตดี

แสงเดือน สอนเจริญ (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยว บริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 30 - 39 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/สถาบันการเงิน และมีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว กลุ่มบุคคลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน คือ กลุ่มเพื่อน ฤดูที่น่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวคือ ฤดูหนาว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 3 ครั้ง ระยะเวลาที่มาเที่ยวต่อครั้งโดยเฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 4,851 บาท ส่วนปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ด้านกายภาพและด้านศาสนา ด้านวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวบริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย ปัจจัยความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในด้านสถานที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัฒนธรรม ด้านแหล่งท่องเที่ยวบริเวณสามเหลี่ยมทองคำ ด้านร้านอาหารและรสชาติอาหาร ด้านการเดินทาง ด้านสถานที่พักผ่อน มีความสัมพันธ์กับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวบริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย

สรไกร เต็มถาวร (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีสถานภาพโสด พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ นิยมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ พาหนะที่นิยมใช้ในการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาที่นิยมท่องเที่ยวคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวคือ 1 - 5 วัน และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานีคือ 1 - 5 ครั้ง นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากในภาพรวมของปัจจัยจูงใจด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานีในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ขวัญจิตร โชติช่วง (2549) ได้ศึกษาเรื่องความสนใจและทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 18 - 20 ปี กำลังศึกษาระดับชั้นปี 1 มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีภูมิลำเนาเดิมในภาคกลาง และมีจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวในภาคเหนือ - ภาคใต้ รวมกันประมาณ 1 - 5 ครั้ง โดยความสนใจต่อการท่องเที่ยวในภาคเหนือและทัศนคติด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือด้านแนวโน้มที่จะไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่ชักชวนครอบครัว/ญาติ/เพื่อนไปท่องเที่ยวด้วยกันของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยความสนใจต่อการท่องเที่ยวในภาคใต้ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในภาคใต้ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นและบริการสาธารณูปโภค เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคใต้ด้านแนวโน้มที่จะไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่ชักชวนครอบครัว/ญาติ/เพื่อนไปท่องเที่ยวด้วยกันของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

จรรยา วาหลวง (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 - 34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ เพื่อน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ช่วงเวลาในการเดินทางคือ วันหยุดปลายสัปดาห์ ระยะเวลาต่อครั้งเฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 8,100 บาท จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง นักท่องเที่ยวตั้งใจจะกลับมาท่องเที่ยวอีก โดยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ แตกต่างกันไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน สถานภาพแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน แต่มีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวและระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้งไม่แตกต่างกัน ปัจจัยจูงใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเลมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ปัจจัยจูงใจด้านความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเลมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ปัจจัยจูงใจเพื่อพบปะบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกัน ความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเล และปัจจัยด้านความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติของน้ำตก ความดึงดูดด้านศิลปวัฒนธรรมและการขนส่งมวลชน เช่น สายการบิน

รถทัวร์ เรือ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันระดับต่างมาก ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวด้านความสนุกสนานและความบันเทิงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาท่องเที่ยวต่อครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อศวิน แสงพิกุล (2551) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี งานวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี โดยใช้ทฤษฎีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย งานวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจผลักดันที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่ “ความชอบสนุกสนานและการพักผ่อน” “การชอบค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ” และ “การชอบเข้าสังคมพบปะผู้คน” ส่วนปัจจัยดึงดูดให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทยได้แก่ “ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านราคา” และ “ความปลอดภัยและความสะอาด” แต่อย่างไรก็ตามหากวิเคราะห์ในเชิงสถิติพบว่า แรงจูงใจหลักที่แท้จริงในการเดินทางท่องเที่ยว คือ “ความชอบสนุกสนานและการพักผ่อน” ส่วนปัจจัยดึงดูดที่สำคัญของประเทศไทยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง คือ “ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านราคา” นอกจากนั้น ยังมีการทดสอบความแตกของข้อมูลโดยใช้การทดสอบแบบ CHI SQUARE และการวิเคราะห์ความแปรปรวน งานวิจัยในครั้งนี้ได้ค้นพบประเด็นที่น่าสนใจหลายประการที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี ทั้งนี้หวังว่าผลการวิจัยจะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำผลการวิจัยและข้อเสนอแนะไปพัฒนาและปรับแผนกลยุทธ์การตลาดและสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย

ศิริวรรณ ปิติวรรณ (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา: บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยว บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 34 ปี จบการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. โดยมีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ด้านแรงจูงใจแบบผลักดัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ

กับการมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ด้านแรงจูงใจแบบดึง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของจุดท่องเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยว ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานที่ท่องเที่ยว บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว สำหรับจุดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมมากที่สุด ได้แก่ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ คิดเป็นร้อยละ 49.25 โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวไม่นิยมพักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 90 นักท่องเที่ยวให้ระดับความคิดเห็นด้านแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคตอยู่ในระดับมาและแนวโน้มการแนะนำให้มาท่องเที่ยวอยู่ในระดับแนะนำแน่นอน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายโดยรวมในการมาท่องเที่ยวโดยประมาณ และด้านจำนวนบุคคลที่มาท่องเที่ยว แตกต่างอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านจำนวนบุคคลที่มาท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แรงจูงใจแบบผลัก มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านจำนวนบุคคลที่มาท่องเที่ยว ด้านแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำให้มาท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 แรงจูงใจแบบดึง มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายโดยรวมในการมาท่องเที่ยวโดยประมาณ ด้านแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำให้มาท่องเที่ยว อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมด้านการมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก หรือการท่องเที่ยวซ้ำที่ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจแบบดึง ด้านสินค้าและพนักงาน แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวโดยสรุป ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ แรงจูงใจแบบผลักและแบบดึงล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี

อศวิณ แสงพิบูล (2552) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์และเปรียบเทียบแรงจูงใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาประเทศไทย งานวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบแรงจูงใจและพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาประเทศไทย โดยเปรียบเทียบในลักษณะภูมิภาคระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรป

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาตินานาชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจผลักดัน (push factor) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวทั้งชาวเอเชียและยุโรปมีลักษณะคล้ายกัน คือ แรงจูงใจที่ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกๆใหม่ ๆ ในสถานที่ต่าง ๆ (novelty seeking) ส่วนปัจจัยดึงดูด (pull factor) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปเดินทางมาประเทศไทยมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเพราะปัจจัยดึงดูดด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรประบุว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นปัจจัยดึงดูดหลักให้อยากเดินทางมาประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวยุโรปมีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น การวางแผนการเดินทาง ระยะเวลาพำนัก กิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลข่าวสาร งานวิจัยในครั้งนี้ได้ค้นพบประเด็นที่น่าสนใจหลายประการที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและยุโรปที่เดินทางมาประเทศไทย ทั้งนี้หวังว่าผลการวิจัยจะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำผลการวิจัยและข้อเสนอแนะไปพัฒนาและปรับแผนกลยุทธ์การตลาดและสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย

ภาวิณี หมู่ศิริเลิศ (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในด้านธุรกิจ/งานที่ทำ ด้านกายภาพและสรีระศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา การศึกษาบุคคล ด้านสังคม สัมพันธภาพระหว่างบุคคล และจริยธรรม ด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลิน การฆ่าเวลา และด้านศาสนา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวในด้านธุรกิจ/งานที่ทำและด้านกายภาพและสรีระศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสังคม สัมพันธภาพระหว่างบุคคล และจริยธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อนุชิต พึ่งปัญญาดี (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี เป็นโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท นักท่องเที่ยวมีปัจจัยสนใจในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ด้านธุรกิจ หรืองานที่ทำ ด้านทางกายภาพและสรีระศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา และการศึกษาของบุคคล ด้านสังคม สัมพันธภาพระหว่างบุคคล และจริยธรรม ด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลิน ด้านศาสนา อยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย ด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและ โบราณวัตถุ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับเห็นด้วย ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าเพศและระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว อายุ สถานภาพทางการสมรส และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ปัจจัยการสนใจในการท่องเที่ยวด้านธุรกิจหรืองานที่ทำ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวและด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ปัจจัยการสนใจในการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา และการศึกษาของบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยการสนใจในการท่องเที่ยวด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และปัจจัยการสนใจในการท่องเที่ยวด้านศาสนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านการตลาดท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ด้านการขนส่ง ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เคยเดินทางท่องเที่ยวและด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวยชาวไทย กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน โดยวิธีการดำเนินการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวใน
อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวใน
อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรกลุ่มนี้ ดังนั้นจึงใช้
จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (ศิริวรรณ
เสรีรัตน์ และคณะฯ 2549:177) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความ
คลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน
จากสูตรดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

P = สัดส่วนประชากรที่สนใจศึกษา

Q = $1-P$

- Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากรางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน
(Z score) ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่น
95% ได้ค่า $Z = 1.96$
- e = ระดับของความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดสัดส่วนของประชากรที่สนใจศึกษาเท่ากับ 50% หรือ 0.50 และต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% นั่นคือยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% (0.05) ดังนั้นจึงแทนค่าได้ขนาดตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (1-0.5)}{(0.05)^2} = 384.16 = 385 \text{ คน}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน และมีการเพื่อสุ่มเลือกของแบบสอบถามไว้เท่ากับ 15 คน ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน Two stage sampling ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเก็บจากศูนย์บริการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน
2. การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาศูนย์บริการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ออกแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามขึ้นให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถามโดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้
3. นำแบบสอบถามที่ร่างได้ ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษาประธานและกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและ

ขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่าย และชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการจากเสนอแนะจากกรรมการมาแก้ไขข้อบกพร่อง และนำไป ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการของครอนบัก (Cronbach Cronbach's Alpha Coefficient: α) จำนวน 30 ชุด โดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีค่าความเชื่อมั่นสูง

5. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิม เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ

6. นำแบบสอบถามที่ทำการแก้ไขโดยสมบูรณ์แล้วไปทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

โดยผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีดังนี้

1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) เป็นคำถามแบบ 2 ตัวเลือก (Two-way question)
2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)
3. สถานภาพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)
4. การศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)
5. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)
7. ภูมิลำเนา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว

การแปลผล (Interpretation) ลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในระดับการวัดข้อมูลประเภท
 อันตรภาค (Interval scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์
 และคณะฯ 2549:129) ใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นมีดังนี้

โดยให้	5	=	มากที่สุด
	4	=	มาก
	3	=	ปานกลาง
	2	=	น้อย
	1	=	น้อยที่สุด

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อย
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีดังนี้

1. สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
 เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)
2. ช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
 เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)
3. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
 เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)

กรณีพักค้างคืน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุตัวเลขจำนวนที่พักค้างคืน

4. สถานที่พัก ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)

5. การจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)

6. ประเภทร้านอาหารที่ใช้บริการ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)

7. กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)

8. การเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) เป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ทำการเก็บข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้ใช้วิธีสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเอง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ หนังสือทางราชการ บทความ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำแบบสอบถามที่ได้รวบรวมมาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ศึกษาจะตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องของการตอบแบบสอบถาม และคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนด

3. การประมวลผลข้อมูล ผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถามที่ผ่านการลงรหัสแล้วมาบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แสดงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มประชากร โดยแจกแจงความถี่ ร้อยละ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$P = \left(\frac{fx}{n} \right) \times 100$$

โดย	P	แทน	ค่าสถิติร้อยละ
	f	แทน	ค่าความถี่ในการปรากฏของข้อมูล
	x	แทน	ค่าของข้อมูลหรือคะแนน
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าคะแนนเฉลี่ย ใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541: 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541: 65)

$$\text{ใช้สูตร } S = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวด้วยยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์สถิติพรรณนา(Descriptive statistics) หรือ ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

เพศ อาชีพ สถานภาพและภูมิลำเนา เป็นมาตราวัด Nominal scale สถิติพื้นฐานที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ

อายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นมาตราวัด Ordinal scale สถิติพื้นฐานที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคมด้านการให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นมาตราวัด (Interval scale) สถิติพื้นฐานที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในท่องเที่ยว สถานที่พัก ประเภทร้านอาหารที่ใช้บริการ กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว การเลือกซื้อสินค้า/ของที่ระลึก เป็นมาตราวัด Nominal scale สถิติพื้นฐานที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ

การจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) เป็นมาตราวัด Ordinal scale สถิติพื้นฐานที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ

สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538 : 125-126)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right)$$

เมื่อ α แทนค่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
 n แทนค่า จำนวนข้อของแบบสอบถาม
 $\sum S_i^2$ แทนค่า ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
 S^2 แทนค่า ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

สถิติเชิงอนุมาน ใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. T-Test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ในกรณีทราบ ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample) (ชูศรี วงศ์ รัตนะ. 2541; 165)

$$t = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทนค่า	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	X_1	แทนค่า	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	X_2	แทนค่า	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทนค่า	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทนค่า	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทนค่า	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทนค่า	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

2. F-Test หรือ (One - Way ANOVA) โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 ค่าขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวในการทดสอบ

ใช้สูตร	F	=	$\frac{MS_B}{MS_w}$
เมื่อ	F	แทน	อัตราส่วนของความแปรปรวน (variance ratio)
	MS_B	แทน	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนภายในกลุ่ม

หลังจากพบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการดังนี้

ในกรณีความแปรปรวนของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม แตกต่างกัน ทำการทดสอบค่าเฉลี่ย รายคู่ด้วยวิธีการของ Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545:333)

$$\text{ใช้สูตร } LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_1}}$$

$$\text{โดยที่ } n_i \neq n_j$$

$$r = n - k$$

เมื่อ LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ i และ j
MSL	แทน	ค่า Mean square error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
N	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

3. CHI SQUARE โดยทดสอบ

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \left[\frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \right]$$

O_{ij}	แทน	ค่าความถี่จากการสังเกตในแถวที่ i สดมภ์ที่ j
i	แทน	จำนวนของแถว โดย $i = 1, 2, \dots, r$
j	แทน	จำนวนสดมภ์ โดย $j = 1, 2, \dots, c$
E_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่คาดหวังของแถวที่ i สดมภ์ที่ j
r	แทน	จำนวนแถวนอน
c	แทน	จำนวนแถวตั้ง

องศาของความเป็นอิสระ $df = (r-1)(c-1)$

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้มาตรวจเช็คความถูกต้องของข้อมูลก่อนที่จะนำมาวิเคราะห์ผล เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนใหญ่จะมีโปรแกรมคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ผล ทำให้การวิเคราะห์ผลมีความง่ายขึ้น ดังนั้นเพื่อการวิเคราะห์ผลและแปลความหมายที่ถูกต้อง ผู้ศึกษาควรจะทราบสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t - distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F - Distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
χ^2	แทน	ค่าสถิติของการทดสอบ ไค - สแควร์ (Chi - Square Test)
LSD	แทน	Least Significant Difference
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติที่คำนวณได้ ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้นำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	168	42.00
หญิง	232	58.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	35	8.75
21 - 25 ปี	101	25.25
26 - 30 ปี	111	27.75
31 - 40 ปี	87	21.75
41 - 50 ปี	40	10.00
51 ปีขึ้นไป	26	6.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 อายุ 21 - 25 ปี มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 อายุ 26 - 30 ปี มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 อายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 อายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 21 - 25 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	175	43.75
สมรส	194	48.50
หม้าย / หย่าร้าง	31	7.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 สถานภาพสมรส มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 โดยนักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวยาวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือสถานภาพโสด และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	12	3.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	2.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	16	4.00
อนุปริญญา / ปวส.	57	14.25
ปริญญาตรี	256	64.00
สูงกว่าปริญญาตรี	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ระดับการศึกษอนุปริญญา / ปวส. มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยนักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวยาวส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	66	16.50
พนักงานบริษัทเอกชน	117	29.25
รับราชการ	68	17.00
รัฐวิสาหกิจ	41	10.25
ค้าขาย / รับจ้าง	34	8.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	60	15.00
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 อาชีพรับราชการ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อาชีพรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 อาชีพค้าขาย / รับจ้าง มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ รับราชการ และนักเรียน / นักศึกษา ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	57	14.25
10,001 - 20,000 บาท	174	43.50
20,001 - 30,000 บาท	100	25.00
30,001 - 40,000 บาท	40	10.00
มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	29	7.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 โดยนักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จังหวัดน่าน	24	6.00
กรุงเทพฯและปริมณฑล	101	25.25
ภาคเหนือ	39	9.75
ภาคตะวันออก	36	9.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	23	5.75
ภาคกลาง	125	31.25
ภาคใต้	29	7.25
ภาคตะวันตก	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาที่จังหวัดน่าน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 กรุงเทพฯและปริมณฑล มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ภาคเหนือ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ภาคตะวันออก มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ภาคกลาง มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ภาคใต้ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ภาคตะวันตก

มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาที่ภาคกลาง รองลงมาคือ กรุงเทพฯและปริมณฑล และภาคเหนือ ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระดับแรงจูงใจ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	191	125	81	3	0	4.26	0.803	มากที่สุด	5
คิดเป็นร้อยละ	47.75	31.25	20.25	0.75	0				
2. ความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์วัฒนธรรมและประเพณี	252	105	38	5	0	4.51	0.718	มากที่สุด	2
คิดเป็นร้อยละ	1.25	9.50	26.25	63.00	0				
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาประวัติศาสตร์โบราณสถานโบราณวัตถุ	278	79	38	5	0	4.58	0.715	มากที่สุด	1
คิดเป็นร้อยละ	69.50	19.75	9.50	1.25	0				

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระดับแรงจูงใจ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
4. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	199	142	51	8	0	4.33	0.773	มากที่สุด	4
คิดเป็นร้อยละ	49.75	35.50	12.75	2.00	0				
5. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	248	110	37	5	0	4.50	0.715	มากที่สุด	3
คิดเป็นร้อยละ	62.00	27.50	9.25	1.25	0				
6. ความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึก	160	171	53	14	2	4.18	0.828	มาก	6
คิดเป็นร้อยละ	40.00	42.75	13.25	3.50	0.50				
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						4.393	0.642	มากที่สุด	
						3	53		

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3933 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58, 4.51, 4.50, 4.33, 4.26 และ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจที่อยู่ในระดับมาก คือ ความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับแรงจูงใจ					\bar{X}	S.D.	แปล ผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. มีการจัดบริการร้านค้า / เครื่องดื่มราคาถูก สุขอนามัย / ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ	62	254	74	6	4	3.91	0.695	มาก	3
2. มีแผ่นป้ายและ สัญลักษณ์ต่างๆ ชัดเจน เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ	117	204	55	16	8	4.02	0.878	มาก	2
3. มีการจัดบริการห้องสุขา ไว้อย่างสะอาดและเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ	88	140	151	16	5	3.72	0.892	มาก	4
4. มีการจัดบริการด้าน สิ่งแวดล้อมภายในแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีความสะอาด และเป็นระเบียบ คิดเป็นร้อยละ	108	223	58	10	1	4.07	0.731	มาก	1
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						4.00	0.58	มาก	

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยว
ชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9294 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจที่อยู่ใน
ระดับมาก ได้แก่ มีการจัดบริการด้านสิ่งแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะอาดและเป็น
ระเบียบ มีแผ่นป้ายและสัญลักษณ์ต่างๆ ชัดเจนเหมาะสม มีการจัดบริการร้านค้า / เครื่องดื่มราคาถูก

สุขอนามัย / ราคาเหมาะสม มีการจัดบริการห้องสุขาไว้อย่างสะอาดและเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 4.02, 3.91 และ 3.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม

ด้านการคมนาคม	ระดับแรงจูงใจ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ความสะดวกใน									
การเดินทางมาท่องเที่ยว	121	198	79	2	-	4.10	0.716	มาก	1
คิดเป็นร้อยละ	30.25	49.50	19.75	0.50	-				
2. ความปลอดภัย									
ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	125	192	79	4	-	4.10	0.736	มาก	1
คิดเป็นร้อยละ	31.25	48.00	19.75	1.00	-				
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						4.0950	0.71045	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการคมนาคม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านการคมนาคม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0950 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวและความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว
ด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการ ประชาสัมพันธ์	ระดับแรงจูงใจ					\bar{X}	S.D.	แปล ผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ข้อมูลการท่องเที่ยว									
จากนิตยสารการ ท่องเที่ยว	76	205	82	11	26	3.74	1.011	มาก	4
คิดเป็นร้อยละ	19.00	51.25	20.50	2.75	6.50				
2. ข้อมูลการท่องเที่ยว									
จากอินเทอร์เน็ต	133	165	74	23	5	4.00	0.929	มาก	2
คิดเป็นร้อยละ	33.25	41.25	18.50	5.75	1.25				
3. ข้อมูลการท่องเที่ยว									
จากสื่อวิทยุและ โทรทัศน์	117	152	118	13	-	3.93	0.845	มาก	3
คิดเป็นร้อยละ	29.25	38.00	29.50	3.25	-				
4. ข้อมูลการท่องเที่ยว									
จากสื่ออื่นๆ เช่น แผ่น พับ	117	196	76	9	2	4.04	0.786	มาก	1
คิดเป็นร้อยละ	29.25	49.00	19.00	2.25	0.50				
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						3.9262	0.74415	มาก	

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9262 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ เช่น แผ่นพับ ข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ข้อมูลการ

ท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04, 4.00, 3.93 และ 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	ระดับแรงจูงใจ					\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	92	224	73	10	1	3.99	0.732	มาก	4
คิดเป็นร้อยละ	23.00	56.00	18.25	2.50	0.25				
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	155	181	57	6	1	4.21	0.756	มากที่สุด	2
คิดเป็นร้อยละ	38.75	45.25	14.25	1.50	0.25				
3. มีสถานที่จอดรถเหมาะสมเพียงพอ	132	158	96	12	2	4.02	0.858	มาก	3
คิดเป็นร้อยละ	33.00	39.50	24.00	3.00	0.50				
4. การต้อนรับนักท่องเที่ยวของพนักงานบริการในพื้นที่	175	168	50	4	3	4.27	0.774	มากที่สุด	1
คิดเป็นร้อยละ	43.75	42.00	12.50	1.00	0.75				
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม						4.1206	0.64475	มาก	

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1206

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การต้อนรับนักท่องเที่ยวของพนักงานบริการในพื้นที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และ 4.21 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเหมาะสมเพียงพอ ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ 3.99 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว

สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน	13	3.25
2. กาดน่าน	18	4.50
3. วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร	29	7.25
4. วัดพญาภู	15	3.75
5. วัดหัวข่วง	1	0.25
6. วัดภูมินทร์	276	69.00
7. วัดมิ่งเมือง	16	4.00
8. วัดพญาวัด	5	1.25
9. วัดพระธาตุเขาน้อย	19	4.75
10. วัดสวนตาล	3	0.75
11. คุ่มเจ้าราชบุตร	3	0.75
12. กำแพงเมืองน่าน	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการเที่ยวในสถานที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 กาดน่าน มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 วัดพญาภู มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 วัดหัวข่วง มีจำนวน 1 คน คิดเป็น

ร้อยละ 0.25 วัดภูมินทร์ มีจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 วัดพญาวัด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 วัดสวนตาล มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 คຸ້ມເຈົ້າຮາຊບຸຣ ມີจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับว่าส่วนใหญ่ต้องการเที่ยวในสถานที่วัดภูมินทร์ รองลงมาคือ วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร และวัดพระธาตุเขาน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามช่วงฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว

ฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.)	10	2.50
2. ฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.)	8	2.00
3. ฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.)	382	95.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับว่าส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว รองลงมาคือ ฤดูร้อน และฤดูฝน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. พักค้างคืน	351	87.75
2. มาเช้า - เย็นกลับ	49	12.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม เดินทางมาพักค้างคืน มีจำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 87.75 เดินทางมาเช้า - เย็นกลับ

มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่เดินทางมาพักค้างคืนมากกว่าเดินทางมาเช้า - เย็นกลับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่พัก (กรณีพักค้างคืน)

สถานที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. โรงแรม	201	50.25
2. รีสอร์ท	80	20.00
3. บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	40	10.00
4. เกสต์เฮาส์	23	5.75
5. บ้านพักรับรองของทางราชการ	7	1.75
6. ไม่ตอบ	49	12.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่พัก (กรณีพักค้างคืน) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และเลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่เลือกพักโรงแรม รองลงมาคือ เลือกพักรีสอร์ท และเลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน)

การจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	43	10.75
2. 3,001 - 7,000 บาท	170	42.50
3. 7,001 - 11,000 บาท	113	28.25
4. 11,001 - 15,000 บาท	69	17.25
5. สูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับว่ามีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท รองลงมาคือ 7,001 - 11,000 บาท และ 11,001 - 15,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่ใช้บริการ

ประเภทร้านอาหารที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ร้านอาหารภายในโรงแรม	47	11.75
2. ร้านอาหารในศูนย์การค้า	48	12.00
3. ร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว	138	34.50
4. ร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน	6	1.50
5. ร้านอาหารระหว่างทาง	161	40.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้านอาหารที่ใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับว่ามีจำนวนเลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง รองลงมาคือ เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว และเลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
จำแนกตามกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ถ่ายรูป	64	16.00
2. ชมวิว ทิวทัศน์	17	4.25
3. ไหว้พระ	189	47.25
4. ทำบุญ	105	26.25
5. ซื้อของที่ระลึก	16	4.00
6. รับประทานอาหารอร่อยๆ	4	1.00
7. เที่ยวสถานบันเทิง	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 รับประทานอาหารอร่อย ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับส่วนใหญ่ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว และถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
จำแนกตามการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

การเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สินค้าประเภทผ้า	125	31.25
2. สินค้าประเภทเครื่องเงิน	73	18.25
3. สินค้าประเภทของตกแต่ง	68	17.00
4. สินค้าเพื่อสุขภาพ	43	10.75
5. สินค้าประเภทของว่าง	41	10.25
6. สินค้าประเภทอาหาร	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า รองลงมาคือ เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน และเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t - test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05

H_0 : เพศ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามเพศ

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	t - test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t.	df	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ชาย	4.3214	0.67326	- 1.911	398	0.057
	หญิง	4.4454	0.61557			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	3.8676	0.67954	- 1.593	398	0.112
	หญิง	3.9741	0.64623			
ด้านการคมนาคม	ชาย	4.0655	0.71040	- 0.707	398	0.480
	หญิง	4.1164	0.71125			
ด้านการประชาสัมพันธ์	ชาย	3.8839	0.74217	- 0.968	398	0.334
	หญิง	3.9569	0.74568			
ด้านการให้บริการ	ชาย	4.0759	0.67002	- 1.181	398	0.238
	หญิง	4.1530	0.62529			

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามเพศ พบว่า แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.057, 0.112, 0.480, 0.334, และ 0.238 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว F - test (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

H_0 : อายุ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามอายุ

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	17.196	5	3.439	9.185	0.000**
	ภายในกลุ่ม	147.531	394	0.374		
	รวม	164.727	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	20.647	5	4.129	10.562	0.000**
	ภายในกลุ่ม	154.046	394	0.391		
	รวม	174.692	399			
ด้านการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	19.093	5	3.819	8.253	0.000**
	ภายในกลุ่ม	182.297	394	0.463		
	รวม	201.390	399			

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

แรงจูงใจต่อ การท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	20.997	5	4.199		0.000**
	ภายในกลุ่ม	199.952	394	0.507	8.275	
	รวม	220.949	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	15.587	5	3.117		0.000**
	ภายในกลุ่ม	150.281	394	0.381	8.173	
	รวม	165.867	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามอายุพบว่า แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

ตารางที่ 4.23 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ					51 ปี ขึ้นไป
		20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	
		3.8381	4.4076	4.3649	4.5326	4.7125	4.2500
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	3.8381	-	-0.56950	-0.52677	-0.69447	-0.87440	-0.41190
			(0.000**)	(0.000**)	(0.000**)	(0.000**)	(0.010**)
21 - 25 ปี	4.4076	-	-	0.04273	-0.12498	-0.30491	0.15759
				(0.612)	(0.163)	(0.008**)	(0.242)
26 - 30 ปี	4.3649	-	-	-	-0.16770	-0.34764	0.11486
					(0.056)	(0.002**)	(0.389)
31 - 40 ปี	4.5326	-	-	-	-	-0.17993	0.28257
						(0.125)	(0.039**)
41 - 50 ปี	4.7125	-	-	-	-	-	0.46250
							(0.003**)
51 ปีขึ้นไป	4.2500	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.23 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 21 - 25 ปี โดยอายุ 21 - 25 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 26 - 30 ปี โดยอายุ 26 - 30 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 31 - 40 ปี โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือ

เท่ากับ 20 ปี อายุ 21 - 25 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า อายุ 21 - 25 ปี อายุ 26 - 30 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า อายุ 26 - 30 ปี อายุ 31 - 40 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า อายุ 51 ปีขึ้นไปอายุ 41 - 50 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า อายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.24 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ					51 ปี ขึ้นไป
		20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	
		3.3071	4.0099	3.8536	4.0661	4.2437	3.8365
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	3.3071	-	-0.70276 (0.000**)	-0.54646 (0.000**)	-0.75895 (0.000**)	-0.93661 (0.000**)	-0.52940 (0.001**)
21 - 25 ปี	4.0099	-	-	0.15630 (0.070)	-0.05619 (0.539)	-0.23385 (0.046*)	0.17336 (0.208)
26 - 30 ปี	3.8536	-	-	-	-0.21249 (0.018*)	-0.39015 (0.001**)	0.01707 (0.900)
31 - 40 ปี	4.0661	-	-	-	-	-0.17766 (0.138)	0.22955 (0.101)
41 - 50 ปี	4.2437	-	-	-	-	-	0.40721 (0.010**)
51 ปีขึ้นไป	3.8365	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 21 - 25 ปี โดยอายุ 21 - 25 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 26 - 30 ปี โดยอายุ 26 - 30 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 31 - 40 ปี โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 21 - 25 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 21 - 25 ปี อายุ 26 - 30 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 31 - 40 ปี โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 26 - 30 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 26 - 30 ปี อายุ 41 - 50 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า อายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ					51 ปีขึ้นไป
		20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	
	3.4429	3.4429	4.1535	4.0811	4.1609	4.3875	4.1346
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3.4429	-	-0.71061	-0.63822	-0.71806	-0.94464	-0.69176
			(0.000**)	(0.000**)	(0.000**)	(0.000**)	(0.000**)
21 - 25 ปี	4.1535	-	-	0.07238	-0.00745	-0.23403	0.01885
				(0.439)	(0.940)	(0.066)	(0.900)
26 - 30 ปี	4.0811	-	-	-	-0.07984	-0.30642	-0.05353
					(0.413)	(0.015*)	(0.718)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ					51 ปี ขึ้นไป
		21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	20 ปี	
31 - 40 ปี	4.1609	-	-	-	-	- 0.22658	0.02630
						(0.082)	(0.863)
41 - 50 ปี	4.3875	-	-	-	-	-	0.25288
							(0.141)
51 ปีขึ้นไป	4.1346	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงงูใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดน่าน (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 21 - 25 ปี โดยอายุ 21 - 25 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 26 - 30 ปี โดยอายุ 26 - 30 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 31 - 40 ปี โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 26 - 30 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 26 - 30 ปี

ตารางที่ 4.26 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
(ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ					51 ปี ขึ้นไป
		20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	
		3.3286	3.9134	3.8581	4.0747	4.3125	3.9808
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	3.3286	-	-0.58479	-0.52954	-0.74614	-0.98393	-0.65220
			(0.000**)	(0.000**)	(0.000**)	(0.000**)	(0.000**)
21 - 25 ปี	3.9134	-	-	0.05526	-0.16135	-0.39913	-0.06740
				(0.573)	(0.122)	(0.003**)	(0.667)
26 - 30 ปี	3.8581	-	-	-	-0.21660	-0.45439	-0.12266
					(0.034*)	(0.001**)	(0.430)
31 - 40 ปี	4.0747	-	-	-	-	-0.23779	0.09394
						(0.081)	(0.556)
41 - 50 ปี	4.3125	-	-	-	-	-	0.33173
							(0.065)
51 ปีขึ้นไป	3.9808	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 21 - 25 ปี โดยอายุ 21 - 25 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 26 - 30 ปี โดยอายุ 26 - 30 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 31 - 40 ปี โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่า

หรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 21 - 25 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 21 - 25 ปี อายุ 26 - 30 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 31 - 40 ปี โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 26 - 30 ปี อายุ 26 - 30 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 26 - 30 ปี

ตารางที่ 4.27 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ					51 ปี ขึ้นไป
		20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	
		3.5571	4.1832	4.1959	4.2759	4.0437	3.9135
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	3.5571	-	-0.62603 (0.000**)	-0.63880 (0.000**)	-0.71872 (0.000**)	-0.48661 (0.001**)	-0.35632 (0.026*)
21 - 25 ปี	4.1832	-	-	-0.01278 (0.880)	-0.09269 (0.305)	0.13942 (0.228)	0.26971 (0.048)
26 - 30 ปี	4.1959	-	-	-	-0.07992 (0.367)	0.15220 (0.182)	0.28248 (0.036*)
31 - 40 ปี	4.2759	-	-	-	-	0.23211 (0.050*)	0.36240 (0.009**)
41 - 50 ปี	4.0437	-	-	-	-	-	0.13029 (0.403)
51 ปีขึ้นไป	3.9135	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 21 - 25 ปี โดยอายุ 21 - 25 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 26 - 30 ปี โดยอายุ 26 - 30 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่า

หรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 31 - 40 ปี โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 26 - 30 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 26 - 30 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 51 ปีขึ้นไป อายุ 31 - 40 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 41 - 50 ปี โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 41 - 50 ปี อายุ 31 - 40 ปี มีความแตกต่างกับอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยอายุ 31 - 40 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 51 ปีขึ้นไป

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามสถานภาพ

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.476	2	0.738	1.795	0.167
	ภายในกลุ่ม	163.250	397	0.411		
	รวม	164.727	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.777	2	0.888	2.040	0.131
	ภายในกลุ่ม	172.915	397	0.436		
	รวม	174.692	399			
ด้านการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	2.180	2	1.090	2.172	0.115
	ภายในกลุ่ม	199.210	397	0.502		
	รวม	201.390	399			

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

แรงจูงใจต่อ การท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2.780	2	1.390	2.529	0.081
	ภายในกลุ่ม	218.170	397	0.550		
	รวม	220.949	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.008	2	1.004	2.433	0.089
	ภายในกลุ่ม	163.859	397	0.413		
	รวม	165.867	399			

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามสถานภาพ พบว่า แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.167, 0.131, 0.115, 0.081, และ 0.089 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง
จังหวัดน่าน จำแนกตามระดับการศึกษา

แรงจูงใจต่อ การท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	15.236	5	3.047	8.031	0.000**
	ภายในกลุ่ม	149.491	394	0.379		
	รวม	164.727	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	9.333	5	1.867	4.448	0.001*
	ภายในกลุ่ม	165.359	394	0.420		
	รวม	174.692	399			
ด้านการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	14.836	5	2.967	6.267	0.000**
	ภายในกลุ่ม	186.554	394	0.473		
	รวม	201.390	399			
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	14.053	5	2.811	5.353	0.000**
	ภายในกลุ่ม	206.896	394	0.525		
	รวม	220.949	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	13.979	5	2.796	7.252	0.000**
	ภายในกลุ่ม	151.888	394	0.386		
	รวม	165.867	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000, 0.001, 0.000, 0.000, และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05

จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.4306	3.8889	4.2187	4.4298	4.4629	4.3733
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	3.4306	-	-0.45833 (0.092)	-0.78819 (0.001**)	-0.99927 (0.000**)	-1.0323 (0.000**)	-0.94278 (0.000**)
มัธยมศึกษา ตอนต้น	3.8889	-	-	-0.32986 (0.199)	-0.54094 (0.015*)	-0.57400 (0.006**)	-0.48444 (0.030*)
มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	4.2187	-	-	-	-0.21107 (0.227)	-0.24414 (0.125)	-0.15458 (0.383)
อนุปริญญา/ ปวส.	4.4298	-	-	-	-	-0.03307 (0.714)	0.05649 (0.636)
ปริญญาตรี	4.4629	-	-	-	-	-	0.08956 (0.348)
สูงกว่า ปริญญาตรี	4.3733	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. โดยมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับอนุปริญญา / ปวส. โดยอนุปริญญา / ปวส. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา

มีความแตกต่างกับปริญญาตรี โดยปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับสูงกว่าปริญญาตรี โดยสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความแตกต่างกับ อนุปริญญา / ปวส. โดยอนุปริญญา / ปวส. มีค่าเฉลี่ยมากกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความแตกต่างกับปริญญาตรี โดยปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่ามัธยมศึกษา ตอนต้น ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความแตกต่างกับสูงกว่าปริญญาตรี โดยสูงกว่า ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

ตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับ การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.2500	3.4722	3.7344	4.0351	3.9756	3.8800
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	3.2500	-	-0.22222 (0.437)	-0.48438 (0.051)	-0.78509 (0.000**)	-0.72559 (0.000**)	-0.63000 (0.003**)
มัธยมศึกษา ตอนต้น	3.4722	-	-	-0.26215 (0.332)	-0.56287 (0.016*)	-0.50336 (0.022*)	-0.40778 (0.083)
มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.	3.7344	-	-	-	-0.30071 (0.102)	-0.24121 (0.149)	-0.14562 (0.434)
อนุปริญญา / ปวส.	4.0351	-	-	-	-	0.05950 (0.531)	0.15509 (0.217)
ปริญญาตรี	3.9756	-	-	-	-	-	0.09559 (0.341)
สูงกว่า ปริญญาตรี	3.8800	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.31 เมื่อทดสอบแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับอนุปริญญา / ปวส. โดยอนุปริญญา / ปวส. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับปริญญาตรี โดยปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับสูงกว่าปริญญาตรี โดยสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความแตกต่างกับอนุปริญญา / ปวส. โดยอนุปริญญา / ปวส. มีค่าเฉลี่ยมากกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความแตกต่างกับปริญญาตรี โดยปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

ตารางที่ 4.32 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.1250	3.8333	3.8125	4.0965	4.1738	4.0600
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3.1250	-	-0.70833 (0.020*)	-0.68750 (0.009**)	-0.97149 (0.000**)	-1.0488 (0.000**)	-0.93500 (0.000**)
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.8333	-	-	0.02083 (0.942)	-0.26316 (0.287)	-0.34049 (0.145)	-0.22667 (0.364)
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.8125	-	-	-	-0.28399 (0.145)	-0.36133 (0.042*)	-0.24750 (0.211)
อนุปริญญา / ปวส.	4.0965	-	-	-	-	-0.07734 (0.443)	0.03649 (0.784)
ปริญญาตรี	4.1738	-	-	-	-	-	0.11383 (0.285)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.0600	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยมัธยมศึกษาตอนต้น มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. โดยมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับอนุปริญญา / ปวส. โดยอนุปริญญา / ปวส. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับปริญญาตรี โดยปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับสูงกว่าปริญญาตรี โดยสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีความแตกต่างกับปริญญาตรี โดยปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

ตารางที่ 4.33 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา / ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		2.9583	3.6944	3.7188	4.0132	3.9873	3.8550
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	2.9583	-	-0.73611 (0.022*)	-0.76042 (0.006**)	-1.05482 (0.000**)	-1.02897 (0.000**)	-.89667 (0.000**)
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.6944	-	-	-0.02431 (0.936)	-0.31871 (0.221)	-0.29286 (0.234)	-0.16056 (0.541)
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.7188	-	-	-	-0.29441 (0.152)	-0.26855 (0.151)	-0.13625 (0.513)
อนุปริญญา / ปวส.	4.0132	-	-	-	-	0.02585 (0.808)	0.15816 (0.261)

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ปริญญาตรี	3.9873	-	-	-	-	-	0.13230 (0.238)
สูงกว่า ปริญญาตรี	3.8550	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.33 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง
จังหวัดน่าน (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษา
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยมัธยมศึกษาตอนต้น มีค่าเฉลี่ยมากกว่า
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับมัธยมศึกษาตอนปลาย /
ปวช. โดยมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่า
มัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับอนุปริญญา / ปวส. โดยอนุปริญญา / ปวส. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่า
มัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับปริญญาตรี โดยปริญญาตรี
มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับสูงกว่า
ปริญญาตรี โดยสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา

ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.3542	3.8889	3.9219	4.2149	4.2070	3.8600
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	3.3542	-	-0.53472 (0.052)	-0.56771 (0.017*)	-0.86075 (0.000**)	-0.85286 (0.000**)	-0.50583 (0.012*)
มัธยมศึกษา ตอนต้น	3.8889	-	-	-0.03299 (0.899)	-0.32602 (0.144)	-0.31814 (0.132)	0.02889 (0.898)
มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.	3.9219	-	-	-	-0.29304 (0.096)	-0.28516 (0.075)	0.06188 (0.729)
อนุปริญญา/ ปวส.	4.2149	-	-	-	-	0.00788 (0.931)	0.35491 (0.003**)
ปริญญาตรี	4.2070	-	-	-	-	-	0.34703 (0.000**)
สูงกว่าปริญญา ตรี	3.8600	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.34 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. โดยมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับอนุปริญญา / ปวส. โดยอนุปริญญา / ปวส. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับปริญญาตรี โดยปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความแตกต่างกับสูงกว่าปริญญาตรี โดยสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าต่ำกว่ามัธยมศึกษา ระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. มีความแตกต่างกับสูงกว่าปริญญาตรี

โดยอนุปริญา / ปวส. มีค่าเฉลี่ยมากกว่าสูงกว่าปริญญาตรี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความแตกต่างกับสูงกว่าปริญญาตรี โดยปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าสูงกว่าปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามอาชีพ

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	17.883	6	2.981	7.977	0.000**
	ภายในกลุ่ม	146.843	393	0.374		
	รวม	164.727	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	11.470	6	1.912	4.603	0.000**
	ภายในกลุ่ม	163.223	393	0.415		
	รวม	174.692	399			
ด้านการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	29.199	6	4.867	11.107	0.000**
	ภายในกลุ่ม	172.191	393	0.438		
	รวม	201.390	399			
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	18.950	6	3.158	6.145	0.000**
	ภายในกลุ่ม	201.999	393	0.514		
	รวม	220.949	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	15.749	6	2.625	6.872	0.000**
	ภายในกลุ่ม	150.118	393	0.382		
	รวม	165.867	399			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.35 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามอาชีพ พบว่า แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.000, และ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับ ราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	ค้าขาย/ รับจ้าง	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
		4.0783	4.4900	4.5000	4.6504	4.0784	4.5278	3.9881
นักเรียน / นักศึกษา	4.0783	-	-0.41175 (0.000**)	-0.42172 (0.000**)	-0.57212 (0.000**)	-0.00015 (0.999)	-0.44949 (0.000**)	0.09019 (0.616)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.4900	-	-	-0.00997 (0.915)	-0.16038 (0.149)	0.41160 (0.001**)	-0.03775 (0.698)	0.50193 (0.004**)
รับราชการ	4.5000	-	-	-	-0.15041 (0.214)	0.42157 (0.001**)	-0.02778 (0.798)	0.51190 (0.005**)
รัฐวิสาหกิจ	4.6504	-	-	-	-	0.57198 (0.000**)	0.12263 (0.323)	0.66231 (0.001**)
ค้าขาย / รับจ้าง	4.0784	-	-	-	-	-	-0.44935 (0.001**)	0.09034 (0.642)
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	4.5278	-	-	-	-	-	-	0.53968 (0.003**)
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.9881	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.36 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับพนักงานบริษัทเอกชน โดยนักเรียน / นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรับราชการ โดยนักเรียน / นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารับราชการ อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรัฐวิสาหกิจ โดยนักเรียน / นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารัฐวิสาหกิจ อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยนักเรียน / นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยมากกว่าประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพรับราชการมีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยอาชีพรับราชการมีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพรับราชการ มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพค้าขาย / รับจ้าง มีความแตกต่างกับประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน



ตารางที่ 4.37 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
(ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับ ราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	ค้าขาย / รับจ้าง	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
	3.6402		4.0235	4.0735	4.0488	3.7059	4.0042	3.6786
นักเรียน / นักศึกษา	3.6402	-	-0.38335 (.000**)	-0.43338 (0.000**)	-0.40863 (0.002**)	-0.06573 (0.629)	-0.36402 (0.002**)	-0.03842 (0.840)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.0235	-	-	-0.05003 (0.611)	-0.02528 (0.829)	0.31762 (0.012*)	0.01934 (0.850)	0.34493 (0.059)
รับราชการ	4.0735	-	-	-	0.02475 (0.846)	0.36765 (0.007**)	0.06936 (0.544)	0.39496 (.037*)
รัฐวิสาหกิจ	4.0488	-	-	-	-	0.34290 (0.022)	0.04461 (0.733)	0.37021 (0.064)
ค้าขาย / รับจ้าง	3.7059	-	-	-	-	-	-0.29828 (0.032*)	0.02731 (0.894)
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	4.0042	-	-	-	-	-	-	0.32560 (0.090)
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.6786	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.37 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับพนักงานบริษัทเอกชน โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรับราชการ โดยรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรัฐวิสาหกิจ โดยรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง

อาชีพรับราชการ มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยอาชีพรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้างอาชีพรับราชการ มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพค้าขาย / รับจ้าง มีความแตกต่างกับประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง

ตารางที่ 4.38 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามอาชีพ

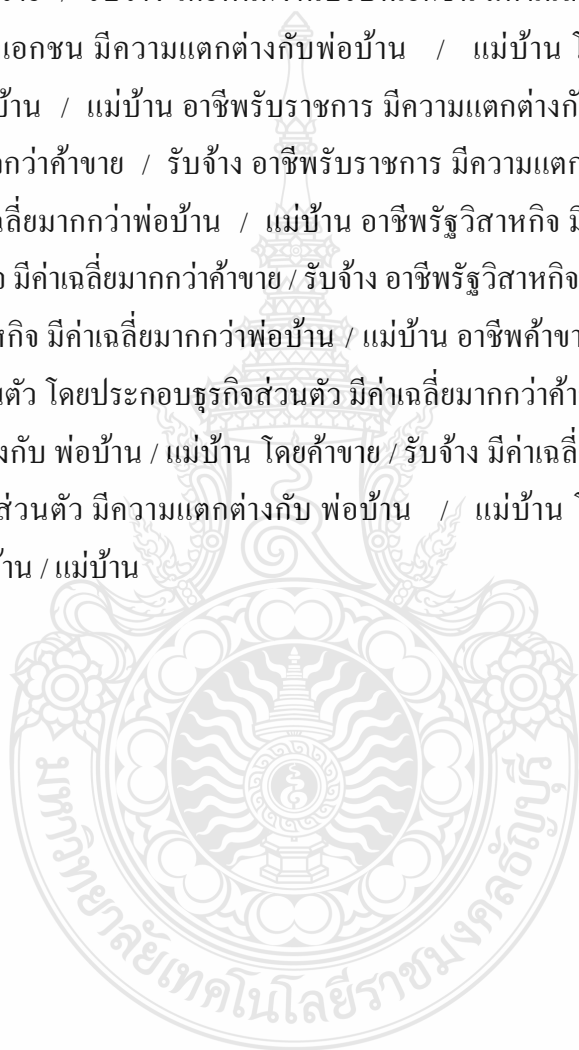
อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	ค้าขาย / รับจ้าง	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
	3.6288	4.2607	4.2059	4.3171	3.9265	4.2583	3.4286	
นักเรียน / นักศึกษา	3.6288	-	-0.63190 (.000**)	-0.57709 (0.000**)	-0.68829 (0.000**)	-0.29768 (0.034*)	-0.62955 (0.000**)	0.20022 (0.305)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.2607	-	-	0.05480 (0.587)	-0.05639 (0.639)	0.33421 (0.010*)	0.00235 (0.982)	0.83211 (0.000**)
รับราชการ	4.2059	-	-	-	-0.11119 (0.396)	0.27941 (0.045*)	-0.05245 (0.655)	0.77731 (0.000**)
รัฐวิสาหกิจ	4.3171	-	-	-	-	0.39060 (0.011*)	0.05874 (0.662)	0.88850 (0.000**)
ค้าขาย / รับจ้าง	3.9265	-	-	-	-	-	-0.33186 (0.020*)	0.49790 (0.018*)
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	4.2583	-	-	-	-	-	-	0.82976 (0.000**)
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.4286	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.38 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน(ด้านการคมนาคม) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับพนักงานบริษัทเอกชน โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา

อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรับราชการ โดยรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน /
 นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรัฐวิสาหกิจ โดยรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่า
 นักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยค้าขาย / รับจ้าง
 มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับประกอบธุรกิจ
 ส่วนตัว โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน
 มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง
 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยพนักงานบริษัทเอกชน
 มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพรับราชการ มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยรับ
 ราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพรับราชการ มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน
 โดยรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างกับค้าขาย /
 รับจ้าง โดยรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน
 / แม่บ้าน โดยรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพค้าขาย / รับจ้าง มีความแตกต่าง
 กับประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพค้าขาย /
 รับจ้าง มีความแตกต่างกับ พ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยค้าขาย / รับจ้าง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน
 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความแตกต่างกับ พ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว
 มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน



ตารางที่ 4.39 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	ค้าขาย/ รับจ้าง	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.6098	3.9936	4.1654	4.0305	3.6250	4.0792	3.4643
นักเรียน/ นักศึกษา	3.6098	-	-0.38374 (.001**)	-0.55559 (0.000**)	-0.42064 (0.003**)	-0.01515 (0.920)	-0.46932 (0.000**)	0.14556 (0.491)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.9936	-	-	-0.17185 (0.117)	-0.03690 (0.777)	0.36859 (0.009**)	-0.08558 (0.453)	0.52930 (0.009**)
รับราชการ	4.1654	-	-	-	0.13495 (0.342)	0.54044 (0.000**)	0.08627 (0.497)	0.70116 (0.001**)
รัฐวิสาหกิจ	4.0305	-	-	-	-	0.40549 (0.015*)	-0.04868 (0.738)	0.56620 (0.011*)
ค้าขาย/รับจ้าง	3.6250	-	-	-	-	-	-0.45417 (0.003**)	0.16071 (0.481)
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	4.0792	-	-	-	-	-	-	0.61488 (0.004**)
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	3.4643	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.39 เมื่อทดสอบทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับพนักงานบริษัทเอกชน โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรับราชการ โดยรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรัฐวิสาหกิจ โดยรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพรับราชการ มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพรับราชการ มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างกับค้าขาย / รับจ้าง โดยรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน อาชีพค้าขาย / รับจ้าง มีความแตกต่างกับประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน

ตารางที่ 4.40 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	ค้าขาย/ รับจ้าง	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
	3.7614		4.3376	4.1397	4.1646	4.0000	4.1708	3.8571
นักเรียน / นักศึกษา	3.7614	-	- 0.57624 (0.000**)	- 0.37834 (0.000**)	- 0.40327 (0.001**)	-0.23864 (0.068)	- 0.40947 (0.000**)	- 0.09578 (0.599)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.3376	-	-	0.19790 (0.036*)	0.17297 (0.124)	0.33761 (0.005*)	0.16677 (0.090)	0.48046 (0.006*)
รับราชการ	4.1397	-	-	-	- 0.02493 (0.838)	0.13971 (0.283)	- 0.03113 (0.776)	0.28256 (0.120)
รัฐวิสาหกิจ	4.1646	-	-	-	-	0.16463 (0.251)	- 0.00620 (0.961)	0.30749 (0.109)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

อาชีพ	นักเรียน / ค่าเฉลี่ย นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	ค้าขาย / รับจ้าง	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
ค้าขาย / รับจ้าง	4.0000	-	-	-	-	- 0.17083 (0.1990	0.14286 (0.467)
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	4.1708	-	-	-	-	-	0.31369 (0.088)
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.8571	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.40 เมื่อทดสอบทดสอบความแตกต่างแรงงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับพนักงานบริษัทเอกชน โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรับราชการ โดยรับราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับรัฐวิสาหกิจ โดยรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความแตกต่างกับประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน / นักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างกับรับราชการ โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารับราชการ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างกับ ค้าขาย / รับจ้าง โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค้าขาย / รับจ้าง อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความแตกต่างกับพ่อบ้าน / แม่บ้าน โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพ่อบ้าน / แม่บ้าน

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	20.700	4	5.175	14.193	0.000**
	ภายในกลุ่ม	144.026	395	0.365		
	รวม	164.727	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	14.775	4	3.694	9.124	0.000**
	ภายในกลุ่ม	159.917	395	0.405		
	รวม	174.692	399			
ด้านการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	21.414	4	5.354	11.750	0.000**
	ภายในกลุ่ม	179.976	395	0.456		
	รวม	201.390	399			

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

แรงจูงใจต่อ การท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการ ประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	16.755	4	4.189	8.103	0.000**
	ภายในกลุ่ม	204.194	395	0.517		
	รวม	220.949	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	13.624	4	3.406	8.837	0.000**
	ภายในกลุ่ม	152.243	395	0.385		
	รวม	165.867	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.41 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ มีค่านัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

ตารางที่ 4.42 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือ	10,001 -	20,001 -	30,001 -	มากกว่า
		เท่ากับ	20,000 บาท	30,000 บาท	40,000 บาท	40,001
		10,000 บาท				บาทขึ้นไป
		4.0088	4.3851	4.6583	4.5792	4.0287
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.0088	-	-0.37629 (0.000**)	-0.64956 (0.000**)	-0.57039 (0.000**)	-0.01996 (0.885)
10,001 - 20,000 บาท	4.3851	-	-	-0.27328 (0.000**)	-0.19411 (0.068)	0.35632 (0.003**)
20,001 - 30,000 บาท	4.6583	-	-	-	0.07917 (0.484)	0.62960 (0.000**)
30,001 - 40,000 บาท	4.5792	-	-	-	-	0.55043 (0.000**)
มากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป	4.0287	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.42 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท โดย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000

บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.43 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงงูใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป
		3.5570	3.9784	4.0525	4.1625	3.6207
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.5570	-	- 0.42143 (0.000**)	- 0.49548 (0.000**)	- 0.60548 (0.000**)	- 0.06367 (0.661)
10,001 - 20,000 บาท	3.9784	-	-	- 0.07405 (0.354)	- 0.18405 (0.100)	0.35776 (0.005**)
20,001 - 30,000 บาท	4.0525	-	-	-	- 0.11000 (0.356)	0.43181 (0.001**)
30,001 - 40,000 บาท	4.1625	-	-	-	-	0.54181 (0.001**)
มากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป	3.6207	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.43 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงงูใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ย

ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.44 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงงูใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือ	10,001 -	20,001 -	30,001 -	มากกว่า
		เท่ากับ	20,000 บาท	30,000 บาท	40,000 บาท	40,001
		10,000 บาท				บาทขึ้นไป
		3.6404	4.1034	4.3050	4.3750	3.8276
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.6404	-	-0.46310 (0.000**)	-0.66465 (0.000**)	-0.73465 (0.000**)	-0.18724 (0.225)
10,001 - 20,000 บาท	4.1034	-	-	-	-0.27155 (0.022*)	0.27586 (0.042*)
20,001 - 30,000 บาท	4.3050	-	-	-	-	0.47741 (0.001**)
30,001 - 40,000 บาท	4.3750	-	-	-	-	0.54741 (0.001**)
มากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป	3.8276	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.45 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
(ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือ	10,001 -	20,001 -	30,001 -	มากกว่า
		เท่ากับ	20,000 บาท	30,000 บาท	40,000 บาท	40,001
		10,000 บาท				บาทขึ้นไป
		3.5482	3.9109	4.1600	4.1187	3.6897
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.5482	-	-0.36267 (0.001**)	-0.61175 (0.000**)	-0.57050 (0.000**)	-0.14141 (0.389)
10,001 - 20,000 บาท	3.9109	-	-	-0.24908 (0.006**)	-0.20783 (0.100)	0.22126 (0.126)
20,001 - 30,000 บาท	4.1600	-	-	-	0.4125 (0.759)	0.47034 (0.002**)
30,001 - 40,000 บาท	4.1187	-	-	-	-	0.42909 (0.015**)
มากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป	3.6897	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.45 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 -

20,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.46 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป
		3.7763	4.2155	4.2500	4.1313	3.7672
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.7763	-	-0.43920 (0.000**)	-0.47368 (0.000**)	-0.35493 (0.006**)	0.00907 (0.949)
10,001 - 20,000 บาท	4.2155	-	-	-0.03448 (0.658)	0.08427 (0.439)	0.44828 (0.000**)
20,001 - 30,000 บาท	4.2500	-	-	-	0.11875 (0.307)	0.48276 (0.000**)
30,001 - 40,000 บาท	4.1313	-	-	-	-	0.36401 (0.017**)
มากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป	3.7672	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.46 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่า

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดย 10,001 - 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป โดย 30,001 - 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 1.7 ภูมิฐานะที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

H_0 : ภูมิฐานะ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิฐานะ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามภูมิฐานะ

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	18.099	7	2.586	6.912	0.000**
	ภายในกลุ่ม	146.628	392	0.374		
	รวม	164.727	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	15.649	7	2.236	5.510	0.000**
	ภายในกลุ่ม	159.044	392	0.406		
	รวม	174.692	399			

ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

แรงจูงใจต่อ การท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	22.847	7	3.264	7.166	0.000**
	ภายในกลุ่ม	178.543	392	0.455		
	รวม	201.390	399			
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	15.544	7	2.221	4.238	0.000**
	ภายในกลุ่ม	205.406	392	0.524		
	รวม	220.949	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	10.036	7	1.434	3.607	0.001**
	ภายในกลุ่ม	155.831	392	0.398		
	รวม	165.867	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.47 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ มีนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.0000.000, และ 0.001 ตาม ลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถทดสอบ LSD ต่อไปได้

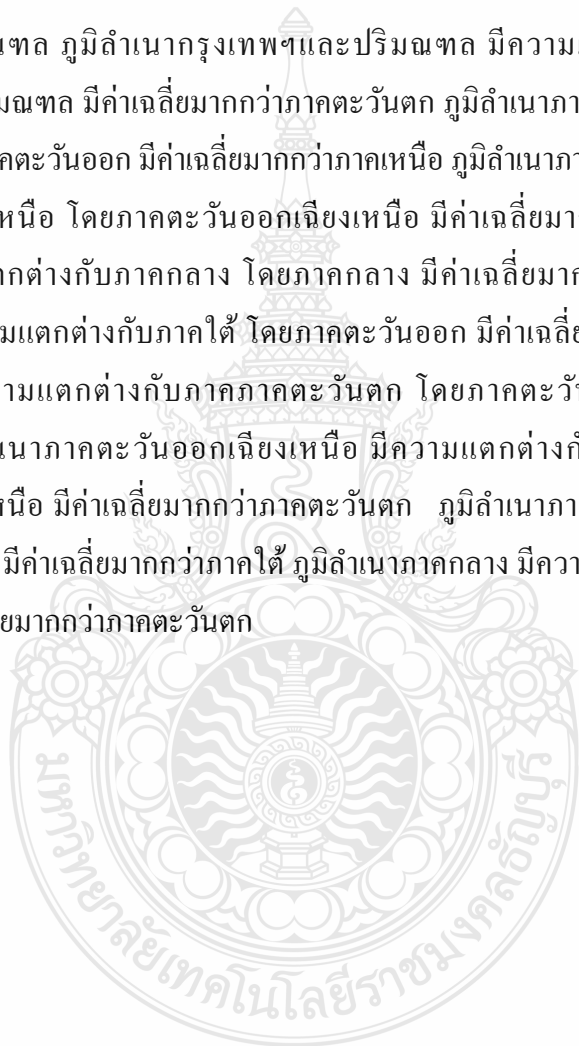
ตารางที่ 4.48 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
(ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ค่าเฉลี่ย	จังหวัดน่าน	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันตก	
		4.1944	4.3845	4.0897	4.5694	4.4058	4.6187	4.1322	3.9710
จังหวัดน่าน	4.1944	-	-0.19004 (0.172)	0.10470 (0.510)	-0.37500 (0.020*)	-0.21135 (0.237)	-0.42422 (0.002**)	0.06226 (0.712)	0.22343 (0.211)
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	4.3845	-	-	0.29474 (.011*)	-0.18496 (0.120)	-0.02131 (0.880)	-0.23418 (0.004**)	0.25230 (0.051)	0.41347 (0.004**)
ภาคเหนือ	4.0897	-	-	-	-0.47970 (0.001**)	-0.31605 (0.050*)	-0.52892 (0.000**)	-0.04244 (0.777)	0.11873 (0.461)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.5694	-	-	-	-	0.16365 (0.317)	-0.04922 (0.671)	0.43726 (0.004**)	0.59843 (0.000**)
ภาคกลาง	4.4058	-	-	-	-	-	-0.21287 (0.126)	0.27361 (0.110)	0.43478 (0.016**)
ภาคใต้	4.6187	-	-	-	-	-	-	0.48648 (0.000**)	0.64765 (0.000**)
ภาคตะวันตก	4.1322	-	-	-	-	-	-	-	0.16117 (0.346)
ภาคตะวันออก	3.9710	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.48 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งดึงดูดใจ) จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่ พบว่า ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคตะวันออก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคเหนือ โดยกรุงเทพฯและปริมณฑล มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคเหนือ ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่า กรุงเทพฯและปริมณฑล ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยกรุงเทพฯและปริมณฑล มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความแตกต่างกับ ภาคตะวันออก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคเหนือ ภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความแตกต่างกับ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคเหนือ ภูมิลำเนา ภาคเหนือ มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคเหนือ ภูมิลำเนา ภาคตะวันออก มีความแตกต่างกับภาคใต้ โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนา ภาคตะวันออก มีความแตกต่างกับภาคภาคตะวันตก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความแตกต่างกับภาคภาคตะวันตก โดย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่างกับ ภาคใต้ โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก



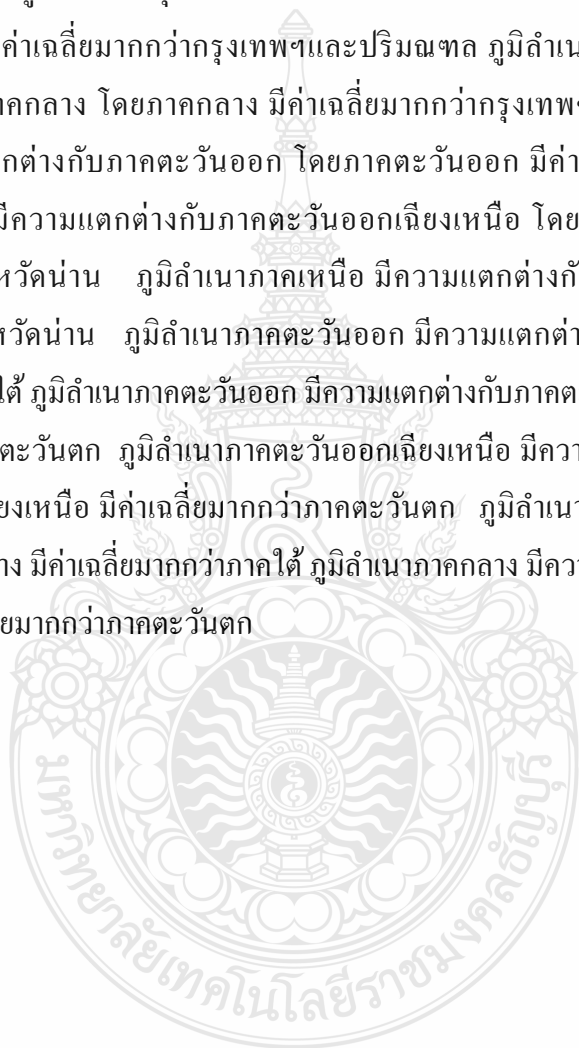
ตารางที่ 4.49 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
(ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ค่าเฉลี่ย	จังหวัดน่าน	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันตก
		3.6354	3.8861	3.6603	4.1319	4.0109	4.1380	3.7069	3.6304
จังหวัดน่าน	3.6354	-	-0.25072 (0.084)	-0.02484 (0.881)	-0.49653 (0.003**)	-0.37545 (0.044*)	-0.50258 (0.000**)	-0.07148 (0.684)	0.00498 (0.979)
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	3.8861	-	-	0.22588 (0.061)	-0.24581 (0.048*)	-0.12473 (0.397)	-0.25186 (0.003**)	0.17924 (0.182)	0.25570 (0.083)
ภาคเหนือ	3.6603	-	-	-	-0.47169 (0.001**)	-0.35061 (0.037*)	-0.47774 (0.000**)	-0.04664 (0.765)	0.02982 (0.859)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.1319	-	-	-	-	0.12107 (0.477)	-0.00606 (0.960)	0.42505 (0.008**)	0.50151 (0.003**)
ภาคตะวันออก	4.0109	-	-	-	-	-	-0.12713 (0.380)	0.30397 (0.088)	0.38043 (0.044*)
ภาคกลาง	4.1380	-	-	-	-	-	-	0.43110 (0.001**)	0.50757 (0.000**)
ภาคใต้	3.7069	-	-	-	-	-	-	-	0.07646 (0.667)
ภาคตะวันตก	3.6304	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.49 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่ พบว่า ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากรุงเทพฯและปริมณฑล ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากรุงเทพฯและปริมณฑล ภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความแตกต่างกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความแตกต่างกับภาคใต้ โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่างกับภาคใต้ โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก



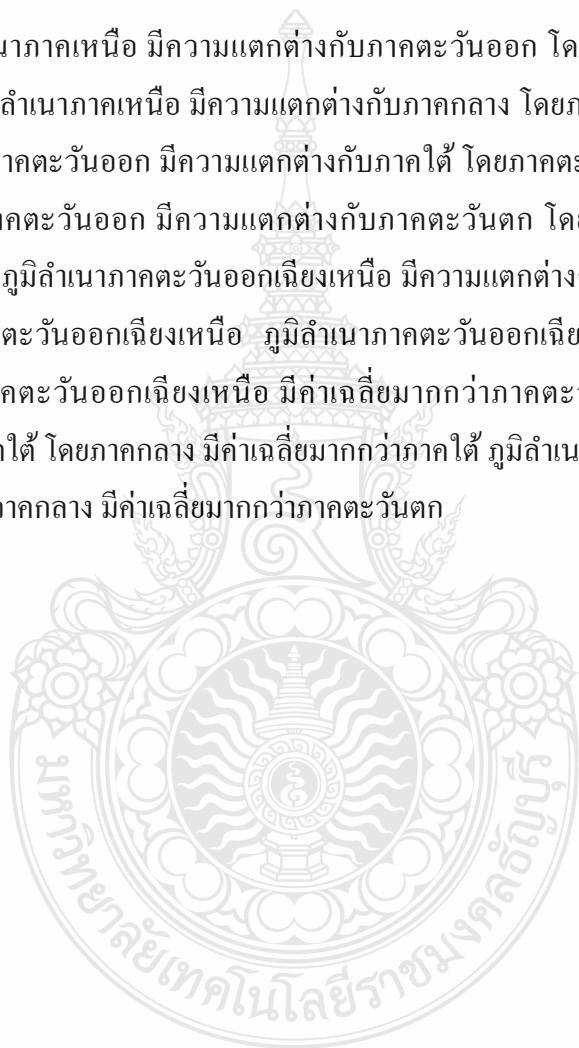
ตารางที่ 4.50 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
(ด้านการคมนาคม) จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ค่าเฉลี่ย	จังหวัดน่าน	กรุงเทพและปริมณฑล	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันตก
		3.9792	4.0594	3.8462	4.1944	4.0217	4.3760	3.8276	3.5217
จังหวัดน่าน	3.9792	-	-0.08024 (0.601)	0.13301 (0.448)	-0.21528 (0.227)	-0.04257 (0.829)	-0.39683 (0.009**)	0.15158 (0.416)	0.45743 (0.021*)
กรุงเทพและ ปริมณฑล	4.0594	-	-	0.21325 (0.095)	-0.13504 (0.303)	0.03767 (0.809)	-0.31659 (0.001**)	0.23182 (0.104)	0.53767 (0.001**)
ภาคเหนือ	3.8462	-	-	-	-0.34829 (0.026*)	-0.17559 (0.323)	-0.52985 (0.000**)	0.01857 (0.911)	0.32441 (0.068)
ภาคตะวันออก	4.1944	-	-	-	-	0.17271 (0.338)	-0.18156 (0.156)	0.36686 (0.030*)	0.67271 (0.000**)
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	4.0217	-	-	-	-	-	-0.35426 (0.021*)	0.19415 (0.303)	0.50000 (0.012**)
ภาคกลาง	4.3760	-	-	-	-	-	-	0.54841 (0.000**)	0.85426 (0.000**)
ภาคใต้	3.8276	-	-	-	-	-	-	-	0.30585 (0.105)
ภาคตะวันตก	3.5217	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.50 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการคมนาคม) จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่ พบว่า ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยจังหวัดน่าน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากรุงเทพฯและปริมณฑล ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับ ภาคตะวันตก โดยจังหวัดน่าน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความแตกต่างกับภาคตะวันออก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคเหนือ ภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคกลาง ภูมิลำเนาภาคตะวันออก มีความแตกต่างกับภาคใต้ โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนาภาคตะวันออก มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่างกับภาคใต้ โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก



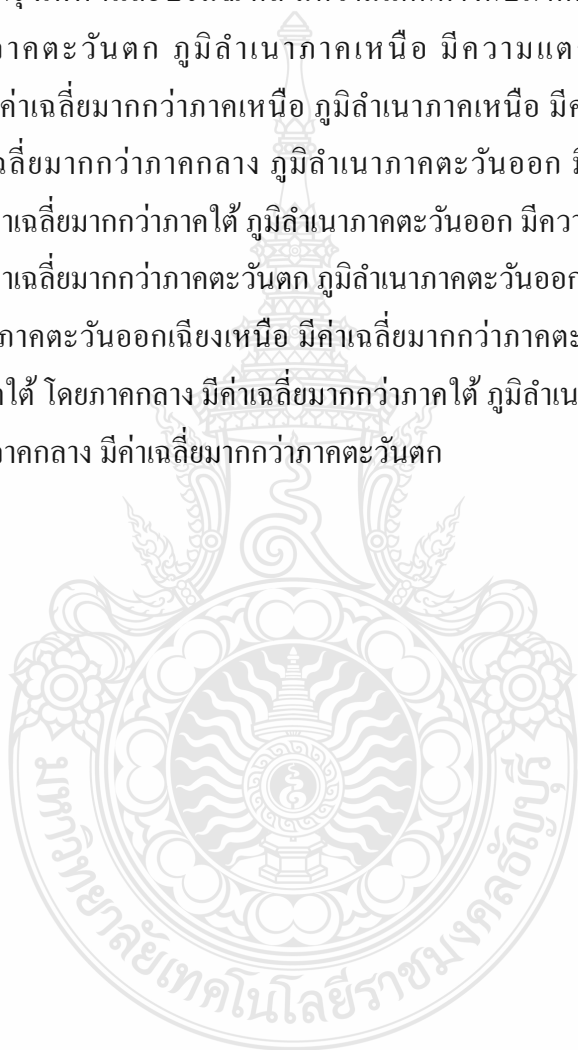
ตารางที่ 4.51 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
(ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ค่าเฉลี่ย	จังหวัดน่าน							
		กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันตก	
		3.6667	3.8960	3.6603	4.1250	4.0217	4.1240	3.7414	3.5326
จังหวัดน่าน	3.6667	-	-0.22937 (0.164)	0.00641 (0.973)	-0.45833 (0.017*)	-0.35507 (0.094)	-0.45733 (0.005**)	-0.07471 (0.709)	0.13406 (0.526)
กรุงเทพและ ปริมณฑล	3.8960	-	-	0.23578 (0.085)	-0.22896 (0.104)	-0.12570 (0.453)	-0.22796 (0.019**)	0.15466 (0.311)	0.36343 (0.030*)
ภาคเหนือ	3.6603	-	-	-	-0.46474 (0.006**)	-0.36148 (0.058)	-0.46374 (0.001**)	-0.08112 (0.648)	0.12765 (0.503)
ภาคตะวันออก	4.1250	-	-	-	-	0.10326 (0.593)	0.00100 (0.994)	0.38362 (0.034*)	0.59239 (0.002**)
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	4.0217	-	-	-	-	-	-0.10226 (0.534)	0.28036 (0.166)	0.48913 (0.022*)
ภาคกลาง	4.1240	-	-	-	-	-	-	0.38262 (0.011*)	0.59139 (0.000**)
ภาคใต้	3.7414	-	-	-	-	-	-	-	0.20877 (0.302)
ภาคตะวันตก	3.5326	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.51 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการประชาสัมพันธ์) จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่ พบว่า ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคตะวันออก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนา จังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนา กรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากรุงเทพฯและ ปริมณฑล ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยจังหวัดน่าน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความแตกต่างกับภาคตะวันออก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคเหนือ ภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคกลาง ภูมิลำเนาภาคตะวันออก มีความแตกต่างกับภาคใต้ โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนาภาคตะวันออก มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความแตกต่าง กับภาคตะวันตก โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่างกับภาคใต้ โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่าง กับภาคตะวันตก โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก



ตารางที่ 4.52 แสดงการทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
(ด้านการให้บริการ) จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ค่าเฉลี่ย	จังหวัดน่าน	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันตก
		3.7708	4.0545	4.0385	4.2986	4.1957	4.2800	3.9741	3.8804
จังหวัดน่าน	3.7708	-	-0.28362 (0.048*)	-0.26763 (0.103)	-0.52778 (0.002**)	-0.42482 (0.021*)	-0.50917 (0.000**)	-0.20330 (0.243)	-0.10960 (0.552)
กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	4.0545	-	-	-	-0.24416 (0.047*)	-0.14120 (0.333)	-0.22554 (0.008**)	0.08032 (0.546)	0.17402 (0.233)
ภาคเหนือ	4.0385	-	-	-	-0.26015 (0.075)	-0.15719 (0.344)	-0.24154 (0.037*)	0.06432 (0.678)	0.15803 (0.341)
ภาคตะวันออก	4.2986	-	-	-	-	0.10296 (0.541)	0.01861 (0.876)	0.32447 (0.040*)	0.41818 (0.013*)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.1957	-	-	-	-	-	-0.08435 (0.556)	0.22151 (0.209)	0.31522 (0.091)
ภาคกลาง	4.2800	-	-	-	-	-	-	0.30586 (0.019*)	0.39957 (0.005**)
ภาคใต้	3.9741	-	-	-	-	-	-	-	0.09370 (0.595)
ภาคตะวันตก	3.8804	-	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.52 เมื่อทดสอบความแตกต่างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน (ด้านการให้บริการ) จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่ พบว่า ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยกรุงเทพฯและปริมณฑล มีค่าเฉลี่ยมากกว่า จังหวัดน่าน ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคตะวันออก โดยภาคตะวันออกมีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภูมิลำเนาจังหวัดน่าน ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจังหวัดน่าน ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคตะวันออก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากรุงเทพฯและปริมณฑล ภูมิลำเนากรุงเทพฯและปริมณฑล มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่า กรุงเทพฯและปริมณฑล ภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความแตกต่างกับภาคกลาง โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคเหนือ ภูมิลำเนาภาคตะวันออก มีความแตกต่างกับภาคใต้ โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนาภาคตะวันออก มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่างกับภาคใต้ โดยภาคกลางมีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคใต้ ภูมิลำเนาภาคกลาง มีความแตกต่างกับภาคตะวันตก โดยภาคกลาง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าภาคตะวันตก

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

สมมติฐานที่ 2.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว)

H_0 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว

H_1 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ Pearson chi – square

ตารางที่ 4.53 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามเพศ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว											
	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติฉะเชิงเทรา	กาดน่าน	วัดพระธาตุช้างค้ำ	วัดพญาภู	วัดหัวข่วง	วัดกุมินทร์	วัดมิ่งเมือง	วัดพญาวัด	วัดพระธาตุเขาน้อย	วัดสวนตาล	คุ้มเจ้าราชบุตร	กำแพงเมืองน่าน
เพศ												
ชาย	3	9	13	8	1	108	6	4	10	2	2	2
หญิง	10	9	16	7	0	168	10	1	9	1	1	0
รวม	13	18	29	15	1	276	16	5	19	3	3	2
χ^2	13.823											
Sig.	0.243											

จากตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามเพศพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติฉะเชิงเทรา มีจำนวน 3 คน กาดน่าน มีจำนวน 9 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 13 คน วัดพญาภู มีจำนวน 8 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 1 คน วัดกุมินทร์ มีจำนวน 108 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 6 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 4 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 10 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 2 คน คุ้มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 2 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติฉะเชิงเทรา มีจำนวน 10 คน กาดน่าน มีจำนวน 9 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 16 คน วัดพญาภู มีจำนวน 7 คน วัดกุมินทร์ มีจำนวน 168 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 10 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 9 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 1 คน และคุ้มเจ้า

ราชบุตร มีจำนวน 1 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

เพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.243 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.54 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามอายุ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว											
	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ	กาดน่าน	วัดพระธาตุช้างค้ำ	วัดพญาภู	วัดหัวขวง	วัดภูมินทร์	วัดมิ่งเมือง	วัดพญาวัด	วัดพระธาตุเขาน้อย	วัดสวนตาล	คุ้มเจ้าราชบุตร	กำแพงเมืองน่าน
อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	8	1	2	0	16	0	1	3	1	1	0
21 - 25 ปี	6	8	12	2	0	59	4	0	7	1	0	2
26 - 30 ปี	4	0	10	3	1	75	8	0	8	1	1	0
31 - 40 ปี	1	2	6	2	0	67	4	3	1	0	1	0
41 - 50 ปี	0	0	0	2	0	37	0	1	0	0	0	0
51 ปีขึ้นไป	0	0	0	4	0	22	0	0	0	0	0	0
รวม	13	18	29	15	1	276	16	5	19	3	3	2
χ^2	1.131											
Sig.	0.000											

จากตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามอายุ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อ ความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 2 คน กาดน่าน มีจำนวน 8 คน วัดพระธาตุ ช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 1 คน วัดพญาภู มีจำนวน 2 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 16 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 0 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 3 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 1 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 1 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 21 - 25 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการ เที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 6 คน กาดน่าน มีจำนวน 8 คน วัดพระธาตุช้างค้ำ วรวิหาร มีจำนวน 12 คน วัดพญาภู มีจำนวน 2 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 59 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 4 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 7 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 1 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการ เที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 4 คน กาดน่าน มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุช้างค้ำ วรวิหาร มีจำนวน 10 คน วัดพญาภู มีจำนวน 3 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 1 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 75 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 8 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 8 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 1 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 1 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการ เที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 1 คน กาดน่าน มีจำนวน 2 คน วัดพระธาตุช้างค้ำ วรวิหาร มีจำนวน 6 คน วัดพญาภู มีจำนวน 2 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 67 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 4 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 3 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 1 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการ เที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุช้างค้ำ วรวิหาร มีจำนวน 0 คน วัดพญาภู มีจำนวน 2 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 37 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 0 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 0 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน มีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 0 คน วัดพญาภู มีจำนวน 4 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 22 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 0 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 0 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คุ่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี รองลงมาคืออายุ 21 - 25 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ตามลำดับ

อายุ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยวได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.55 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว)
จำแนกตามสถานภาพ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว											
	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน	กาดน่าน	วัดพระธาตุช้างค้ำ	วัดพญาภู	วัดหัวข่วง	วัดภูมินทร์	วัดมิ่งเมือง	วัดพญาวัด	วัดพระธาตุเขาน้อย	วัดสวนตาล	คุ่มเจ้าราชบุตร	กำแพงเมืองน่าน
สถานภาพ												
โสด	10	15	12	7	1	104	7	2	12	2	1	2
สมรส	3	2	17	5	0	146	8	3	7	1	2	0
หม้าย / หย่าร้าง	0	1	0	3	0	26	1	0	0	0	0	0
รวม	13	18	29	15	1	276	16	5	19	3	3	2
χ^2	38.054											
Sig.	0.018											

จากตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติฉาง มีจำนวน 10 คน กาดฉาง มีจำนวน 15 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 12 คน วัดพญาภู มีจำนวน 7 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 1 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 104 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 7 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 2 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 12 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 2 คน คุ่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 1 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติฉาง มีจำนวน 3 คน กาดฉาง มีจำนวน 2 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 17 คน วัดพญาภู มีจำนวน 5 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 146 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 8 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 3 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 7 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 1 คน คุ่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 2 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติฉาง มีจำนวน 0 คน กาดฉาง มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 0 คน วัดพญาภู มีจำนวน 3 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 26 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 1 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 0 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คุ่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือสถานภาพโสด และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ตามลำดับ

สถานภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.56 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว											
	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ	กาดน่าน	วัดพระธาตุช้างค้ำ	วัดพญานก	วัดหัวขวง	วัดภูมินทร์	วัดมิ่งเมือง	วัดพญาวัด	วัดพระธาตุเขาน้อย	วัดสวนตาล	คุ้มเจ้าราชบุตร	กำแพงเมืองน่าน
ระดับการศึกษา												
ต่ำกว่า	0	1	1	0	0	8	0	0	2	0	0	0
มัธยมศึกษา	2	0	1	0	0	5	0	0	1	0	0	0
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	3	2	0	0	6	2	1	1	0	0	1
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	2	7	4	1	0	35	5	1	2	0	0	0
อนุปริญญา / ปวส.	9	6	19	11	1	183	8	0	13	3	2	1
ปริญญาตรี	0	1	2	3	0	39	1	3	0	0	1	0
สูงกว่าปริญญาตรี												
รวม	13	18	29	15	1	276	16	5	19	3	3	2
χ^2	85.959											
Sig.	0.005											

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 1 คน วัดพญาภู มีจำนวน 0 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 8 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 0 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 2 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คู่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 2 คน กาดน่าน มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 1 คน วัดพญาภู มีจำนวน 0 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 5 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 0 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คู่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 3 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 2 คน วัดพญาภู มีจำนวน 0 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 6 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 2 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คู่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 2 คน กาดน่าน มีจำนวน 7 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 4 คน วัดพญาภู มีจำนวน 1 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 35 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 5 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 2 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คู่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 9 คน กาดน่าน มีจำนวน 6 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 19 คน วัดพญาภู มีจำนวน 11 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 1 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 183 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 8 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 13 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 3 คน คู่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 2 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวยุวชนไทย ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน มีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 2 คน วัดพญาภู มีจำนวน 3 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 39 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 1 คน วัดพญาวัต มีจำนวน 3 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 0 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 1 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวยุวชนไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยวได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุวชนไทย ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.57 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุวชนไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว											
	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน	กาดน่าน	วัดพระธาตุช้างค้ำ	วัดพญาภู	วัดหัวข่วง	วัดภูมินทร์	วัดมิ่งเมือง	วัดพญาวัต	วัดพระธาตุเขาน้อย	วัดสวนตาล	คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ	กำแพงเมืองน่าน
อาชีพ												
นักเรียน / นักศึกษา	3	13	5	5	0	31	1	1	3	2	1	1
พนักงานบริษัทเอกชน	9	2	11	2	0	76	4	0	12	0	1	0
รับราชการ	0	0	3	0	0	60	1	2	1	1	0	0

ตารางที่ 4.57 (ต่อ)

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว											
	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ถาดน่าน	ถาดน่าน	วัดพระธาตุช้างค้ำ	วัดพญาภู	วัดหัวข่วง	วัดภูมินทร์	วัดมิ่งเมือง	วัดพญาวัด	วัดพระธาตุเขาน้อย	วัดสวนตาล	คุ้มเจ้าราชบุตร	กำแพงเมืองน่าน
อาชีพ												
รัฐวิสาหกิจ	0	1	0	2	0	36	1	0	1	0	0	0
ค้าขาย / รับจ้าง	0	2	6	2	1	17	4	0	1	0	0	1
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	1	0	2	3	0	50	2	1	0	0	1	0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0	0	2	1	0	6	3	1	1	0	0	0
รวม	13	18	29	15	1	276	16	5	19	3	3	2
χ^2												
Sig.												

จากตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามอาชีพพบว่า

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 3 คน กาดน่าน มีจำนวน 13 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 5 คน วัดพญาภู มีจำนวน 5 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 31 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 1 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 3 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 2 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 1 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 9 คน กาดน่าน มีจำนวน 2 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 11 คน วัดพญาภู มีจำนวน 2 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 76 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 4 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 12 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 1 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีอาชีพรับราชการ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 3 คน วัดพญาภู มีจำนวน 0 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 60 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 1 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 2 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 1 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

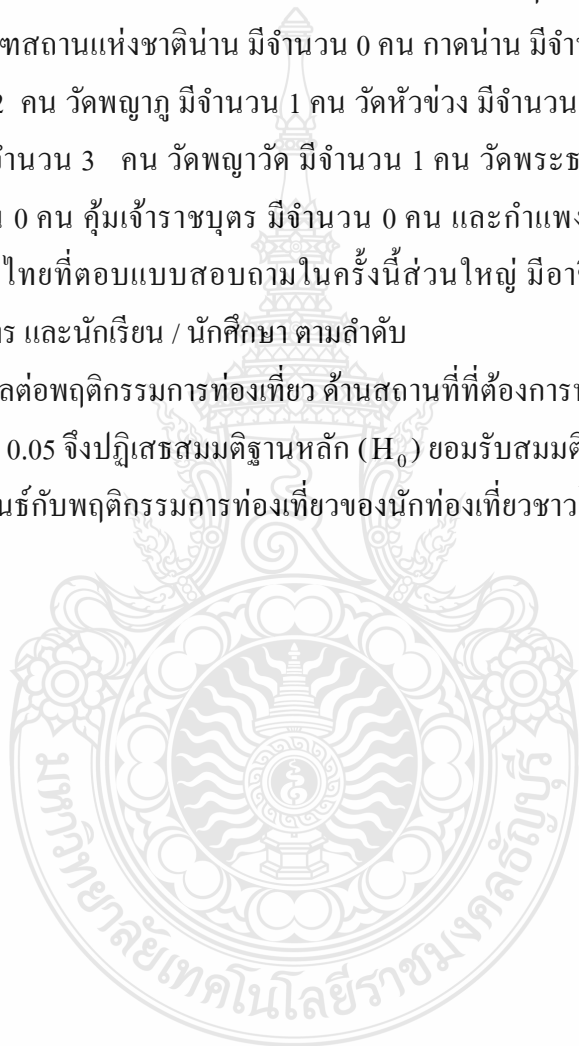
นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 0 คน วัดพญาภู มีจำนวน 2 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 36 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 1 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีอาชีพค้าขาย / รับจ้าง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 2 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 6 คน วัดพญาภู มีจำนวน 2 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 1 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 17 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 4 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน มีจำนวน 1 คน กาดน่าน มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 2 คน วัดพญาภู มีจำนวน 3 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 50 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 2 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 0 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 1 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน มีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 2 คน วัดพญาภู มีจำนวน 1 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 6 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 3 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ รับราชการ และนักเรียน / นักศึกษา ตามลำดับ

อาชีพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว



ตารางที่ 4.58 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว											
	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ	กาดน้ำ	วัดพระธาตุช้างค้ำ	วัดพญา	วัดหัววง	วัดภูมินทร์	วัดมิ่งเมือง	วัดพญา	วัดพระธาตุเขาน้อย	วัดสวนตาล	คุ้มเจ้าราชบุตร	กำแพงเมืองน้ำ
รายได้												
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3	10	5	1	0	30	0	1	3	1	1	2
10,001 - 20,000 บาท	8	6	18	7	0	105	13	1	15	1	0	0
20,001 - 30,000 บาท	2	1	3	2	1	84	3	2	1	1	0	0
30,001 - 40,000 บาท	0	1	3	1	0	34	0	1	0	0	0	0
มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	0	0	0	4	0	23	0	0	0	0	2	0
รวม	13	18	29	15	1	276	16	5	19	3	3	2
χ^2	1.151											
Sig.	0.000											

จากตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 3 คน กาดน่าน มีจำนวน 10 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 5 คน วัดพญาภู มีจำนวน 1 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 30 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 0 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 3 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 1 คน คຸ້ມເຂົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 1 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 8 คน กาดน่าน มีจำนวน 6 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 18 คน วัดพญาภู มีจำนวน 7 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 105 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 13 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 15 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 1 คน คຸ້ມເຂົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 2 คน กาดน่าน มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 3 คน วัดพญาภู มีจำนวน 2 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 1 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 84 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 3 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 2 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 1 คน คຸ້ມເຂົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 3 คน วัดพญาภู มีจำนวน 1 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 34 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 0 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 0 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຂົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 0 คน กาดน่าน มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 0 คน วัดพญาภู มีจำนวน 4 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 23 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 0 คน วัดพญาวัต มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 0 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คุ่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 2 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.59 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามภูมิลำเนา

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว											
	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กาดน่าน	วัดพระธาตุช้างค้ำ	วัดพญาภู	วัดหัวข่วง	วัดภูมินทร์	วัดมิ่งเมือง	วัดพญาวัต	วัดพระธาตุเขาน้อย	วัดสวนตาล	คุ่มเจ้าราชบุตร	กำแพงเมืองน่าน	
ภูมิลำเนา												
จังหวัดน่าน	2	7	5	0	1	4	2	1	1	0	0	1
กรุงเทพและปริมณฑล	3	1	6	4	0	80	1	1	3	1	0	1
ภาคเหนือ	3	2	7	1	0	17	1	1	7	0	0	0
ภาคตะวันออกเฉียง	0	2	2	2	0	25	4	0	0	1	0	0

ตารางที่ 4.59 (ต่อ)

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	สถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว											
	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติฉะเชิงเทรา	กาดน่าน	วัดพระธาตุช้างค้ำ	วัดพญาภู	วัดหัวข่วง	วัดภูมินทร์	วัดมิ่งเมือง	วัดพญาวัด	วัดพระธาตุเขาน้อย	วัดสวนตาล	คุ้มเจ้าราชบุตร	กำแพงเมืองน่าน
ภูมิภาค												
ภูมิภาคตะวันออก	0	0	0	1	0	18	1	0	1	0	2	0
ภาคกลาง	4	4	6	4	0	95	3	2	5	1	1	0
ภาคใต้	0	1	0	3	0	23	1	0	1	0	0	0
ภาคตะวันตก	1	1	3	0	0	14	3	0	1	0	0	0
รวม	13	18	29	15	1	276	16	5	19	3	3	2
χ^2	1.677											
Sig.	0.000											

จากตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว) จำแนกตามภูมิภาค พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดน่าน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติฉะเชิงเทรา มีจำนวน 2 คน กาดน่าน มีจำนวน 7 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 5 คน วัดพญาภู มีจำนวน 0 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 1 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 4 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 2 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คุ้มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 0 คน ภาคเหนือ มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 0 คน วัดพญาภู มีจำนวน 3 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 23 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 1 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อความต้องการเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีจำนวน 1 คน ภาคเหนือ มีจำนวน 1 คน วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 3 คน วัดพญาภู มีจำนวน 0 คน วัดหัวข่วง มีจำนวน 0 คน วัดภูมินทร์ มีจำนวน 14 คน วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 3 คน วัดพญาวัด มีจำนวน 0 คน วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 1 คน วัดสวนตาล มีจำนวน 0 คน คຸ້ມເຈົ້າຮາບຸຕຣ ມີจำนวน 0 คน และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 0 คน

ภูมิลำเนา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว)

H_0 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว

H_1 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.60 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามเพศ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ช่วงฤดูในการท่องเที่ยว		
	ฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.)	ฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.)	ฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.)
เพศ			
ชาย	5	4	159
หญิง	5	4	223
รวม	10	8	382
χ^2		0.495	
Sig.		0.781	

จากตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามเพศพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 5 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 4 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 159 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 5 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 4 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 223 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

เพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.781 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.61 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามอายุ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ช่วงฤดูในการท่องเที่ยว		
	ฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.)	ฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.)	ฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.)
อายุ			
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	1	1	33
21 - 25 ปี	7	3	91
26 - 30 ปี	1	1	109
31 - 40 ปี	1	2	84
41 - 50 ปี	0	1	39
51 ปีขึ้นไป	0	0	26
รวม	10	8	382
χ^2		13.733	
Sig.		0.186	

จากตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามอายุ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 33 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 21 - 25 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 7 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 3 คน ช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 91 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 109 คน

นักท่องเที่ยวยชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 2 คน ช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 84 คน

นักท่องเที่ยวยชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 39 คน

นักท่องเที่ยวยชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 26 คน โดยนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่ มีอายุ 26 - 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 21 - 25 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ตามลำดับ

อายุ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.186 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยชาวไทย ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.62 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามสถานภาพ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว		
	ฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.)	ฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.)	ฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.)
สถานภาพ			
โสด	8	4	163
สมรส	2	4	188
หม้าย / หย่าร้าง	0	0	31
รวม	10	8	382
χ^2		6.356	
Sig.		0.174	

จากตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 8 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 4 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 163 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 2 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 4 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 188 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้างมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 31 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ สถานภาพโสด และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ตามลำดับ

สถานภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.174 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.63 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว		
	ฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.)	ฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.)	ฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.)
ระดับการศึกษา			
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	0	0	12
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0	9
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	1	1	14

ตารางที่ 4.63 (ต่อ)

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว		
	ฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.)	ฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.)	ฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.)
ระดับการศึกษา			
อนุปริญญา / ปวส.	0	1	56
ปริญญาตรี	8	5	243
สูงกว่าปริญญาตรี	1	1	48
รวม	10	8	382
χ^2		5.392	
Sig.		0.864	

จากตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือนพ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 12 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 9 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 14 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับศึกษาอนุปริญญา / ปวส. มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 56 คน

นักท่องเที่ยวยาวไทย ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 8 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 5 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 243 คน

นักท่องเที่ยวยาวไทย ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 48 คน โดยนักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.864 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยาวไทย ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.64 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว		
	ฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.)	ฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.)	ฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.)
อาชีพ			
นักเรียน / นักศึกษา	6	3	57
พนักงานบริษัทเอกชน	3	1	113
รับราชการ	0	1	67
รัฐวิสาหกิจ	1	0	40
ค้าขาย / รับจ้าง	0	0	34
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0	3	57
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0	0	14
รวม	10	8	382
χ^2		24.130	
Sig.		0.020	

จากตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามอาชีพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 6 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 3 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 57 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 3 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 113 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพรับราชการ มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 67 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 40 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพค้าขาย / รับจ้าง มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 34 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 3 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 57 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 14 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ รับราชการ และนักเรียน / นักศึกษา ตามลำดับ

อาชีพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.65 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	ฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว		
	ฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.)	ฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.)	ฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3	1	53
10,001 - 20,000 บาท	6	4	164
20,001 - 30,000 บาท	0	1	99
30,001 - 40,000 บาท	1	2	37
มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	0	0	29
รวม	10	8	382
χ^2		8.860	
Sig.		0.354	

จากตารางที่ 4.65 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 3 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 53 คน

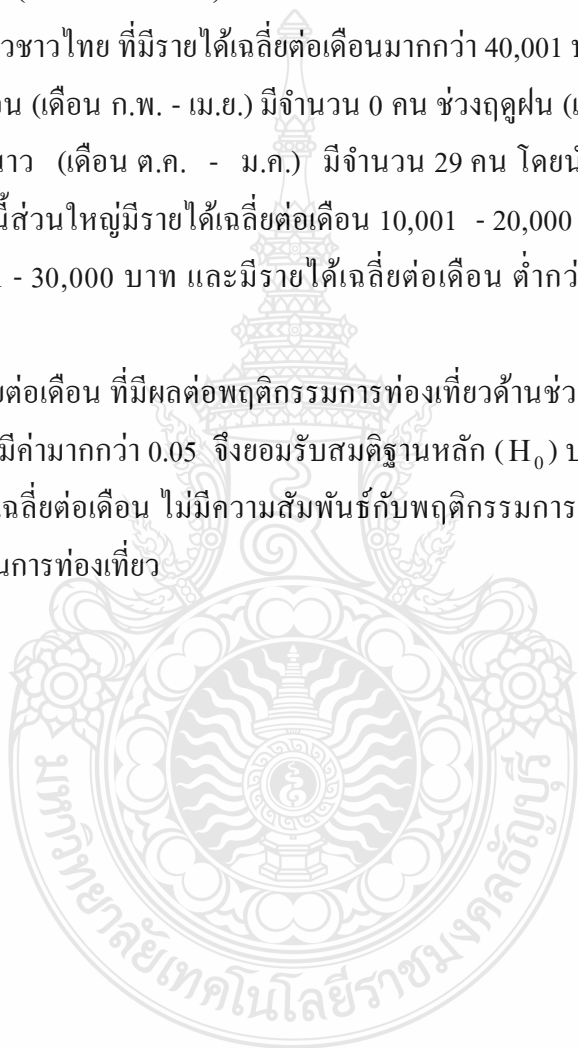
นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 6 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 4 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 164 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 99 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 2 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 37 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 29 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.354 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว



ตารางที่ 4.66 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามภูมิลำเนา

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	ฤดูที่เข้ามาท่องเที่ยว		
	ฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.)	ฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.)	ฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.)
ภูมิลำเนา			
จังหวัดน่าน	3	1	20
กรุงเทพและปริมณฑล	2	1	98
ภาคเหนือ	0	3	36
ภาคตะวันออก	2	1	33
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	0	22
ภาคกลาง	1	1	123
ภาคใต้	1	1	27
ภาคตะวันตก	0	0	23
รวม	10	8	382
χ^2		24.767	
Sig.		0.037	

จากตารางที่ 4.66 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว) จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดน่าน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 3 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 20 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพและปริมณฑล มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 2 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 98 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 3 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 36 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 2 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 33 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 22 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 123 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 1 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 1 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 27 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 0 คน ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 0 คน และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 23 คน โดยนักท่องเที่ยวยุโรปที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาที่ภาคกลาง รองลงมาคือ กรุงเทพฯและปริมณฑล และภาคเหนือ ตามลำดับ

ภูมิลำเนา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.037 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก)

H_0 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่พัก

H_1 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่พัก

ตารางที่ 4.67 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกเพศ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ประเภทของที่พัก				
	โรงแรม	รีสอร์ต	บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	เกสต์เฮาส์	บ้านพักรับรองของทางราชการ
เพศ					
ชาย	81	33	22	8	3
หญิง	120	47	18	15	4
รวม	201	80	40	23	7
χ^2			3.527		
Sig.			0.474		

จากตารางที่ 4.67 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามเพศ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 81 คน เลือกพักรีสอร์ต มีจำนวน 33 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 22 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 8 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 120 คน เลือกพักรีสอร์ต มีจำนวน 47 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 18 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน

15 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 4 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

เพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่พักได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.474 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่พัก

ตารางที่ 4.68 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามอายุ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ประเภทของที่พัก				
	โรงแรม	รีสอร์ท	บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	เกสต์เฮาส์	บ้านพักรับรองของทางราชการ
อายุ					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	12	7	10	1	0
21 - 25 ปี	52	16	13	5	0
26 - 30 ปี	59	12	10	11	3
31 - 40 ปี	48	19	7	5	1
41 - 50 ปี	17	18	0	1	0
51 ปีขึ้นไป	13	8	0	0	3
รวม	201	80	40	23	7
χ^2	65.608				
Sig.	0.000				

จากตารางที่ 4.68 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามอายุ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีพฤติกรรมเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 12 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 7 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 10 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 1 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 21 - 25 ปี มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 52 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 16 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 13 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 5 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 59 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 12 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 10 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 11 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 48 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 19 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 7 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 5 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 17 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 18 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 0 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 1 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 13 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 8 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 0 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 0 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 3 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 21 - 25 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ตามลำดับ

อายุ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่พัก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่พัก

ตารางที่ 4.69 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามสถานภาพ

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	ประเภทของที่พัก				
	โรงแรม	รีสอร์ท	บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	เกสต์เฮาส์	บ้านพัก รับรองของ ทางราชการ
สถานภาพ					
โสด	88	29	25	10	1
สมรส	102	39	14	11	3
หม้าย / หย่าร้าง	11	12	1	2	3
รวม	201	80	40	23	7
χ^2	25.458				
Sig.	0.001				

จากตารางที่ 4.69 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 88 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 29 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 25 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 10 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 102 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 39 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 14 คน เลือกพัก เกสต์เฮาส์ มีจำนวน 11 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 11 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 12 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 1 คน เลือกพัก เกสต์เฮาส์ มีจำนวน 2 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 3 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือสถานภาพโสด และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ตามลำดับ

สถานภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่พัก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่พัก

ตารางที่ 4.70 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	ประเภทของที่พัก				
	โรงแรม	รีสอร์ท	บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	เกสต์เฮาส์	บ้านพัก รับรองของ ทางราชการ
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	8	0	3	0	0
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	1	2	0
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	9	1	3	0	0
อนุปริญญา / ปวส.	24	12	11	3	1
ปริญญาตรี	138	50	19	14	2
สูงกว่าปริญญาตรี	20	16	3	4	4
รวม	201	80	40	23	7
χ^2	43.311				
Sig.	0.002				

จากตารางที่ 4.70 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 8 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 0 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 3 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 0 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 2 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 1 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 1 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 2 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 9 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 1 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 3 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 0 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 24 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 12 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 11 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 3 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 138 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 50 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 19 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 14 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 20 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 16 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 3 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 4 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 4 คน โดยนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้อันส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่พัก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย ด้านสถานที่พัก

ตารางที่ 4.71 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	ประเภทของที่พัก				
	โรงแรม	รีสอร์ท	บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	เกสต์เฮาส์	บ้านพัก รับรองของ ทางราชการ
อาชีพ					
นักเรียน / นักศึกษา	21	8	15	8	0
พนักงานบริษัทเอกชน	76	20	8	3	0
รับราชการ	38	13	6	5	4
รัฐวิสาหกิจ	21	16	1	2	0
ค้าขาย / รับจ้าง	13	2	6	3	0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	20	21	3	2	3
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	12	0	1	0	0
รวม	201	80	40	23	7
χ^2			82.145		
Sig.			0.000		

จากตารางที่ 4.71 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามอาชีพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 21 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 8 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 15 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 8 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 76 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 20 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 8 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 3 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพรับราชการ มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 38 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 13 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 6 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 5 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 4 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 21 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 16 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 1 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 2 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพค้าขาย / รับจ้าง มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 13 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 2 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 6 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 3 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 20 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 21 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 3 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 2 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 12 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 0 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 1 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 0 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ รับราชการ และนักเรียน / นักศึกษา ตามลำดับ

อาชีพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่พัก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่พัก

ตารางที่ 4.72 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	ประเภทของที่พัก				
	โรงแรม	รีสอร์ท	บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	เกสต์เฮาส์	บ้านพัก รับรองของ ทางราชการ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	18	5	17	4	0
10,001 - 20,000 บาท	106	24	13	7	0
20,001 - 30,000 บาท	48	30	5	7	3
30,001 - 40,000 บาท	16	14	5	1	1
มากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป	13	7	0	4	3
รวม	201	80	40	23	7
χ^2	78.710				
Sig.	0.000				

จากตารางที่ 4.72 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 18 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 5 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 17 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 4 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 106 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 24 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 13 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 7 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 48 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 30 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 5 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 7 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 16 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 14 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 5 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 1 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 13 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 7 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 0 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 4 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 3 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่พัก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่พัก

ตารางที่ 4.73 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามภูมิภาค

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ประเภทของที่พัก				
	โรงแรม	รีสอร์ท	บ้านเพื่อน / บ้านญาติ	เกสต์เฮาส์	บ้านพักรับรองของทางราชการ
ภูมิภาค					
จังหวัดน่าน	2	1	15	0	1
กรุงเทพและปริมณฑล	57	30	2	5	1
ภาคเหนือ	9	4	13	0	2
ภาคตะวันออก	19	6	3	2	0
ภาคตะวันออก - เชียงเหนือ	12	5	0	1	0
ภาคกลาง	80	22	2	8	3
ภาคใต้	13	8	0	6	0
ภาคตะวันตก	9	4	5	1	0
รวม	201	80	40	23	7
χ^2			1.754		
Sig.			0.000		

จากตารางที่ 4.73 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านสถานที่พัก) จำแนกตามภูมิภาค พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดน่าน มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 2 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 1 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 15 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 0 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 57 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 30 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 2 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 5 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 9 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 4 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 13 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 0 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 19 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 6 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 3 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 2 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 12 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 5 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 0 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 1 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 80 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 22 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 2 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 8 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 13 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 8 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 0 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 6 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก มีพฤติกรรมการเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 9 คน เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 4 คน เลือกพักบ้านเพื่อน / บ้านญาติ มีจำนวน 5 คน เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 1 คน เลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาที่ภาคกลาง รองลงมาคือ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภาคเหนือ ตามลำดับ

ภูมิลำเนา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่พัก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่พัก

สมมติฐานที่ 2.4 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน)

H_0 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน

H_1 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน

ตารางที่ 4.74 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามเพศ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน)				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 - 7,000 บาท	7,001 - 11,000 บาท	11,001 - 15,000 บาท	สูงกว่า 15,000 บาทขึ้นไป
เพศ					
ชาย	28	56	49	32	3
หญิง	15	114	64	37	2
รวม	43	170	113	69	5
χ^2	16.453				
Sig.	0.002				

จากตารางที่ 4.74 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามเพศ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 28 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 56 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 49 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 32 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวยุโรปเพศหญิง มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 15 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 114 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 64 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 37 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 2 คน โดยนักท่องเที่ยวยุโรปเพศหญิงที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

เพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน

ตารางที่ 4.75 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป(ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน)จำแนกตามอายุ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน)				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 - 7,000 บาท	7,001 - 11,000 บาท	11,001 - 15,000 บาท	สูงกว่า 15,000 บาทขึ้นไป
อายุ					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	18	9	4	3	1
21 - 25 ปี	11	71	12	6	1
26 - 30 ปี	10	54	38	8	1
31 - 40 ปี	1	29	35	20	2
41 - 50 ปี	1	5	8	26	0
51 ปีขึ้นไป	2	2	16	6	0
รวม	43	170	113	69	5
χ^2			2.068		
Sig.			0.000		

จากตารางที่ 4.75 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามอายุ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 18 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 9 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 4 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 3 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 21 - 25 ปี มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 11 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 71 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 12 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 6 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 10 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 54 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 38 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 8 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 1 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 29 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 35 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 20 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 1 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 5 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 8 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 26 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 2 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 2 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 16 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 6 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 21 - 25 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ตามลำดับ

อายุ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน

ตารางที่ 4.76 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามสถานภาพ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน)				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 - 7,000 บาท	7,001 - 11,000 บาท	11,001 - 15,000 บาท	สูงกว่า 15,000 บาทขึ้นไป
สถานภาพ					
โสด	33	97	29	14	2
สมรส	7	68	73	44	2
หม้าย / หย่าร้าง	3	5	11	11	1
รวม	43	170	113	69	5
χ^2			68.519		
Sig.			0.000		

จากตารางที่ 4.76 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 33 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 97 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 29 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 14 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 7 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 68 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 73 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 44 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 3 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 5 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 11 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 11 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ สถานภาพโสด และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ตามลำดับ

สถานภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน

ตารางที่ 4.77 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน)				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 - 7,000 บาท	7,001 - 11,000 บาท	11,001 - 15,000 บาท	สูงกว่า 15,000 บาทขึ้นไป
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	8	2	2	0	0
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	3	1	0	1
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช	5	5	4	1	1
อนุปริญญา / ปวส	5	24	20	8	0
ปริญญาตรี	21	129	63	41	2
สูงกว่าปริญญาตรี	0	7	23	19	1
รวม	43	170	113	69	5
χ^2	1.125				
Sig.	0.000				

จากตารางที่ 4.77 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 8 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 2 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 2 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 0 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 0 คน

ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรท่งเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน

ตารางที่ 4.78 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	การจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน)				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 3,000 บาท	3,001 - 7,000 บาท	7,001 - 11,000 บาท	11,001 - 15,000 บาท	สูงกว่า 15,000 บาท ขึ้นไป
อาชีพ					
นักเรียน / นักศึกษา	23	29	9	3	2
พนักงานบริษัทเอกชน	10	75	24	8	0
รับราชการ	1	24	26	16	1
รัฐวิสาหกิจ	2	12	11	15	1
ค้าขาย / รับจ้าง	2	13	16	3	0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4	8	24	23	1
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	1	9	3	1	0
รวม	43	170	113	69	5
χ^2			1.372		
Sig.			0.000		

จากตารางที่ 4.78 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรท่งเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามอาชีพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีพฤติกรรมกรท่งเที่ยวในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 23 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 1 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 9 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 3 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 1 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ รับราชการ และนักเรียน / นักศึกษา ตามลำดับ

อาชีพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน

ตารางที่ 4.79 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน)				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 - 7,000 บาท	7,001 - 11,000 บาท	11,001 - 15,000 บาท	สูงกว่า 15,000 บาทขึ้นไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	23	21	7	4	2
10,001 - 20,000	14	114	33	13	0
20,001 - 30,000	0	27	39	33	1
30,001 - 40,000	4	3	17	15	1
มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	2	5	17	4	1
รวม	43	170	113	69	5
χ^2			1.727		
Sig.			0.000		

จากตารางที่ 4.79 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 23 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 21 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 7 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 4 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 14 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 114 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 33 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 13 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 0 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 27 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 39 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 33 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 4 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 3 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 17 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 15 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 2 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 5 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 17 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 4 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้อาจ

ใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อคน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน

ตารางที่ 4.80 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามภูมิภาค

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน)				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 - 7,000 บาท	7,001 - 11,000 บาท	11,001 - 15,000 บาท	สูงกว่า 15,000 บาทขึ้นไป
ภูมิภาค					
จังหว้ดนำน	4	10	5	4	1
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	9	38	30	24	0
ภาคเหนือ	8	18	11	1	1
ภาคตะวันออก	2	18	11	5	0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	4	10	6	1
ภาคกลาง	13	69	30	13	0
ภาคใต้	3	5	7	12	2
ภาคตะวันตก	2	8	9	4	0
รวม	43	170	113	69	5
χ^2			60.822		
Sig.			0.000		

จากตารางที่ 4.80 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน) จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดน่าน มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 4 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 10 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 5 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 4 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่อยู่ภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพและปริมณฑล มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 9 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 38 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 30 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 24 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 8 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 18 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 11 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 1 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 2 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 18 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 11 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 5 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 2 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 4 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 10 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 6 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 13 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 69 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 30 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 13 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 3 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 5 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 7 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 12 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก มีพฤติกรรมการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 2 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 8 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 9 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 4 คน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาที่ภาคกลาง รองลงมาคือ กรุงเทพฯและปริมณฑล และภาคเหนือ ตามลำดับ

ภูมิลำเนา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย (ต่อคน) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อคน

สมมติฐานที่ 2.5 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ)

H_0 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

H_1 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.81 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามเพศ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ				
	ร้านอาหารภายในโรงแรม	ร้านอาหารในศูนย์การค้า	ร้านอาหารในสถานที่ท่องเที่ยว	ร้านอาหารในปั้มน้ำมัน	ร้านอาหารระหว่างทาง
เพศ					
ชาย	22	15	54	2	75
หญิง	25	33	84	4	86
รวม	47	48	138	6	161
χ^2			4.763		
Sig.			0.312		

จากตารางที่ 4.81 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามเพศ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 22 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 15 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 54 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั้มน้ำมัน มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 75 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 25 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 33 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 84 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั้มน้ำมัน มีจำนวน 4 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 86 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

เพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.312 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.82 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามอายุ

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ				
	ร้านอาหาร ภายใน		ร้านอาหาร ภายนอก		
	โรงแรม	ศูนย์การค้า	สถานที่ ท่องเที่ยว	ร้านอาหารใน ปั๊มน้ำมัน	ร้านอาหาร ระหว่างทาง
อายุ					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3	1	4	0	27
21 - 25 ปี	11	11	30	2	47
26 - 30 ปี	10	11	37	0	53
31 - 40 ปี	10	10	42	1	24
41 - 50 ปี	8	12	17	1	2
51 ปีขึ้นไป	5	3	8	2	8
รวม	47	48	138	6	161
χ^2	70.255				
Sig.	0.000				

จากตารางที่ 4.82 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามอายุ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 3 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 1 คน

เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 4 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 0 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 27 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 21 - 25 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 11 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 11 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 30 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 47 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 10 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 11 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 37 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 0 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 53 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 10 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 10 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 42 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 24 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 8 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 12 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 17 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 5 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 3 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 8 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 8 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 21 - 25 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ตามลำดับ

อายุ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.83 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามสถานภาพ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ				
	ร้านอาหารภายในโรงแรม	ร้านอาหารในศูนย์การค้า	ร้านอาหารในสถานที่ท่องเที่ยว	ร้านอาหารในปั้มน้ำมัน	ร้านอาหารระหว่างทาง
สถานภาพ					
โสด	21	17	45	2	90
สมรส	25	27	80	3	59
หม้าย / หย่าร้าง	1	4	13	1	12
รวม	47	48	138	6	161
χ^2	21.365				
Sig.	0.006				

จากตารางที่ 4.83 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 21 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 17 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 45 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั้มน้ำมัน มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 90 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 25 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 27 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 80 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั้มน้ำมัน มีจำนวน 3 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 59 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 4 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 13 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 12 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ สถานภาพโสด และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ตามลำดับ

สถานภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านประเภทร้านอาหารที่ใช้บริการ ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.84 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ				
	ร้านอาหารภายในโรงแรม	ร้านอาหารในศูนย์การค้า	ร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว	ร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน	ร้านอาหารระหว่างทาง
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	0	0	1	0	11
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0	1	1	5
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช	4	0	6	0	6
อนุปริญญา / ปวส	3	5	23	1	25
ปริญญาตรี	30	36	88	2	100
สูงกว่าปริญญาตรี	8	7	19	2	14
รวม	47	48	138	6	161
χ^2	37.580				
Sig.	0.010				

จากตารางที่ 4.84 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 0 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 0 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 0 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 11 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 0 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 5 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 4 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 0 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 6 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 0 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 6 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 3 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 5 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 23 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 25 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 30 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 36 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 88 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 100 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 8 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 7 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 19 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 14 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้อันใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านประเภทร้านอาหารที่ใช้บริการ ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.85 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ				
	ร้านอาหาร ภายใน โรงแรม	ร้านอาหารใน ศูนย์การค้า	ร้านอาหาร ภายใน สถานที่ ท่องเที่ยว	ร้านอาหารใน ปั้มน้ำมัน	ร้านอาหาร ระหว่างทาง
	อาชีพ				
นักเรียน / นักศึกษา	7	9	7	0	43
พนักงานบริษัทเอกชน	12	7	43	0	55
รับราชการ	11	13	28	1	15
รัฐวิสาหกิจ	7	6	20	2	6
ค้าขาย / รับจ้าง	3	1	10	1	19
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	7	12	23	1	17
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0	0	7	1	6
รวม	47	48	138	6	161
χ^2	71.477				
Sig.	0.000				

จากตารางที่ 4.85 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามอาชีพ พบว่า

ไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้อาจมีอาชีพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ รับราชการ และนักเรียน / นักศึกษา ตามลำดับ

อาชีพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.86 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ				
	ร้านอาหาร ภายใน โรงแรม	ร้านอาหารใน ศูนย์การค้า	ร้านอาหาร ภายใน สถานที่ ท่องเที่ยว	ร้านอาหารใน ปั้มน้ำมัน	ร้านอาหาร ระหว่างทาง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000	8	5	3	1	40
10,001 - 20,000	11	20	69	1	73
20,001 - 30,000	19	15	44	0	22
30,001 - 40,000	8	6	13	2	11
มากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป	1	2	9	2	15
รวม	47	48	138	6	161
χ^2			68.607		
Sig.			0.000		

จากตารางที่ 4.86 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 8 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 5 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 40 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 11 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 20 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 69 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 73 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 19 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 15 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 44 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 0 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 22 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 8 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 6 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 13 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 11 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 15 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.87 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ) จำแนกตามภูมิลำเนา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	ประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ				
	ร้านอาหารภายในโรงแรม	ร้านอาหารในศูนย์การค้า	ร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว	ร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน	ร้านอาหารระหว่างทาง
ภูมิลำเนา					
จังหวัดน่าน	5	2	3	2	12
กรุงเทพและปริมณฑล	9	15	44	1	32
ภาคเหนือ	3	2	10	0	24
ภาคตะวันออก	9	7	10	0	10
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	4	8	1	8
ภาคกลาง	13	13	49	0	50
ภาคใต้	5	2	10	1	11
ภาคตะวันตก	1	3	4	1	14
รวม	47	48	138	6	161
χ^2			50.704		
Sig.			0.005		

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 5 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 2 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 10 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 11 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 3 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 4 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 1 คน เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 14 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง รองลงมาคือ กรุงเทพฯและปริมณฑล และภาคเหนือ ตามลำดับ

ภูมิลำเนา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ

สมมติฐานที่ 2.6 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว)

H_0 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

H_1 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.88 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามเพศ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว						
	ถ่ายรูป	ชมวิว ทิวทัศน์	ไหว้พระ	ทำบุญ	ซื้อของที่ ระลึกๆ	รับประทานอาหาร อร่อยๆ	เที่ยว สถาน บันเทิง
เพศ							
ชาย	29	9	79	41	6	1	3
หญิง	35	8	110	64	10	3	2
รวม	64	17	189	105	16	4	5
χ^2	2.775						
Sig.	0.836						

จากตารางที่ 4.88 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามเพศ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 29 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 79 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 41 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 6 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 35 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 8 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 110 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 64 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 10 คน รับประทานอาหารอร่อย ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

เพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.836 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.89 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามอายุ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว						
	ถ่ายรูป	ชมวิวทิวทัศน์	ไหว้พระ	ทำบุญ	ซื้อของที่ระลึกฯ	รับประทานอาหารอร่อยๆ	เที่ยวสถานบันเทิง
อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	19	1	8	5	1	0	1
21 - 25 ปี	16	7	44	24	5	2	3
26 - 30 ปี	18	5	65	18	4	0	1
31 - 40 ปี	6	3	48	23	6	1	0
41 - 50 ปี	2	1	21	15	0	1	0
51 ปีขึ้นไป	3	0	3	20	0	0	0
รวม	64	17	189	105	16	4	5
χ^2	1.068						
Sig.	0.000						

จากตารางที่ 4.89 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามอายุ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 20 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 21 - 25 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ตามลำดับ

อายุ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.90 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามสถานภาพ

ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์	กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว						
	ถ่ายรูป	ชมวิว ทิวทัศน์	ไหว้พระ	ทำบุญ	ซื้อของที่ ระลึกๆ	รับประทานอาหาร อร่อยๆ	เที่ยว สถาน บันเทิง
สถานภาพ							
โสด	44	9	72	37	6	2	5
สมรส	16	7	107	53	9	2	0
หม้าย / หย่าร้าง	4	1	10	15	1	0	0
รวม	64	17	189	105	16	4	5
χ^2	37.405						
Sig.	0.000						

จากตารางที่ 4.90 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 44 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 72 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 37 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 6 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 5 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 16 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 7 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 107 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 53 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 4 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 10 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 15 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ สถานภาพโสด และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ตามลำดับ

สถานภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.91 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว						
	ถ่ายรูป	ชมวิวทิวทัศน์	ไหว้พระ	ทำบุญ	ซื้อของที่ระลึกฯ	รับประทานอาหารอร่อยๆ	เที่ยวสถานบันเทิง
ระดับการศึกษา							
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	6	0	6	0	0	0	0
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0	5	1	1	0	1
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช	3	1	4	4	2	0	2
อนุปริญญา/ ปวส	10	0	30	13	2	1	1
ปริญญาตรี	40	14	120	70	9	2	1
สูงกว่าปริญญาตรี	4	2	24	17	2	1	0
รวม	64	17	189	105	16	4	5
χ^2	54.623						
Sig.	0.004						

จากตารางที่ 4.91 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 6 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 6 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการ

ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.92 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว						
	ถ่ายรูป	ชมวิวทิวทัศน์	ไหว้พระ	ทำบุญ	ซื้อของที่ระลึกฯ	รับประทานอาหารอร่อยๆ	เที่ยวสถานบันเทิง
อาชีพ							
นักเรียน / นักศึกษา	25	4	23	8	3	1	2
พนักงานบริษัทเอกชน	21	6	67	21	1	1	0
รับราชการ	6	4	31	25	1	1	0
รัฐวิสาหกิจ	2	1	18	16	3	0	1
ค้าขาย / รับจ้าง	1	0	19	9	3	0	2
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	9	2	24	23	2	0	0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0	0	7	3	3	1	0
รวม	64	17	189	105	16	4	5
χ^2	93.895						
Sig.	0.000						

จากตารางที่ 4.92 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามอาชีพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 25 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 4 คน ให้อาหารระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 23 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 8 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 21 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 6 คน ให้อาหารระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 67 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 21 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพรับราชการ มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 6 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 4 คน ให้อาหารระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 31 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 25 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน ให้อาหารระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 18 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 16 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพค้าขาย / รับจ้าง มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 19 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 24 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 23 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 7 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ รับราชการ และนักเรียน / นักศึกษา ตามลำดับ

อาชีพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.93 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว						
	ถ่ายรูป	ชมวิว ทิวทัศน์	ไหว้พระ	ทำบุญ	ซื้อของที่ ระลึกฯ	รับประทานอาหาร อร่อยๆ	เที่ยว สถาน บันเทิง
รายได้เฉลี่ย / เดือน							
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000	22	2	19	10	1	0	3
10,001 - 20,000	26	9	97	28	11	2	1
20,001 - 30,000	5	3	50	39	1	1	1
30,001 - 40,000	5	0	14	18	2	1	0
มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	6	3	9	10	1	0	0
รวม	64	17	189	105	16	4	5
χ^2	76.553						
Sig.	0.000						

จากตารางที่ 4.93 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 22 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 19 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 10 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 26 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 97 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 28 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 11 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 5 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 50 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 39 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 5 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 14 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 18 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 6 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 10 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.94 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามภูมิลำเนา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว						
	ถ่ายรูป	ชมวิวทิวทัศน์	ไหว้พระ	ทำบุญ	ซื้อของที่ระลึกฯ	รับประทานอาหารอร่อยๆ	เที่ยวสถานบันเทิง
ภูมิลำเนา							
จังหวัดน่าน	8	0	7	4	2	0	3
กรุงเทพและปริมณฑล	9	5	56	25	4	1	1
ภาคเหนือ	8	5	20	4	0	2	0
ภาคตะวันออก	6	1	12	13	3	1	0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5	1	10	7	0	0	0
ภาคกลาง	20	3	59	39	3	0	1
ภาคใต้	4	1	16	6	2	0	0
ภาคตะวันตก	4	1	9	7	2	0	0
รวม	64	17	189	105	16	4	5
χ^2	75.674						
Sig.	0.001						

จากตารางที่ 4.94 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว) จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 20 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน ให้อาหารระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 59 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 39 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 3 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 4 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน ให้อาหารระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 16 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 6 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพฤติกรรมการถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 4 คน ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 1 คน ให้อาหารระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 9 คน ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 7 คน ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 2 คน รับประทานอาหารอร่อยๆ ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวยุโรปที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง รองลงมาคือ กรุงเทพฯและปริมณฑล และภาคเหนือ ตามลำดับ

ภูมิลำเนา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.7 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก)

H_0 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

H_1 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

ตารางที่ 4.95 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามเพศ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก					
	สินค้าประเภทผ้า เช่น ผ้าทอมือ	สินค้าประเภทเครื่องเงิน	สินค้าประเภทของตกแต่ง	สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	สินค้าประเภทของว่าง	สินค้าประเภทอาหาร
เพศ						
ชาย	27	14	55	22	24	26
หญิง	98	59	13	21	17	24
รวม	125	73	68	43	41	50
χ^2	87.302					
Sig.	0.000					

จากตารางที่ 4.95 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามเพศ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 27 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 14 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 55 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 22 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 24 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 26 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 98 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 59 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 13 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 21 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 17 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 24 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

เพศ ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

ตารางที่ 4.96 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามอายุ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก					
	สินค้าประเภทผ้า เช่น ผ้าทอมือ	สินค้าประเภทเครื่องเงิน	สินค้าประเภทของตกแต่ง	สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	สินค้าประเภทของว่าง	สินค้าประเภทอาหาร
อายุ						
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	16	7	2	1	4	5
21 - 25 ปี	29	15	8	15	19	15
26 - 30 ปี	34	12	25	10	12	18
31 - 40 ปี	22	24	18	9	4	10
41 - 50 ปี	13	8	12	4	2	1
51 ปีขึ้นไป	11	7	3	4	0	1
รวม	125	73	68	43	41	50
χ^2	53.413					
Sig.	0.001					

จากตารางที่ 4.96 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามอายุ พบว่า

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ประเภทผ้า มีจำนวน 11 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 7 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 3 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 4 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 0 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 1 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 21 - 25 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ตามลำดับ

อายุ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

ตารางที่ 4.97 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามสถานภาพ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก					
	สินค้าประเภทผ้า เช่นผ้าทอมือ	สินค้าประเภทเครื่องเงิน	สินค้าประเภทของตกแต่ง	สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	สินค้าประเภทของว่าง	สินค้าประเภทอาหาร
สถานภาพ						
โสด	49	26	27	21	27	25
สมรส	61	42	37	18	13	23
หม้าย / หย่าร้าง	15	5	4	4	1	2
รวม	125	73	68	43	41	50
χ^2	17.618					
Sig.	0.062					

จากตารางที่ 4.97 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตาม สถานภาพ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ประเภทผ้า มีจำนวน 49 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 26 คน เลือกซื้อ สินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 27 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 21 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 27 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 25 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ประเภทผ้า มีจำนวน 61 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 42 คน เลือกซื้อ สินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 37 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 18 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 13 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 23 คน

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 15 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 5 คน เลือก ซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 4 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 4 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 1 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 2 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ สถานภาพโสด และสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง ตามลำดับ

สถานภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.062 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าสถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

ตารางที่ 4.98 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก					
	สินค้าประเภทผ้า เช่น ผ้าทอมือ	สินค้าประเภทเครื่องเงิน	สินค้าประเภทของตกแต่ง	สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	สินค้าประเภทของว่าง	สินค้าประเภทอาหาร
ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	9	0	1	0	1	1
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	3	1	0	3	2
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช	7	3	3	2	1	0
อนุปริญญา / ปวส	22	6	7	7	7	8
ปริญญาตรี	73	50	41	29	28	35
สูงกว่าปริญญาตรี	14	11	15	5	1	4
รวม	125	73	68	43	41	50
χ^2	40.345					
Sig.	0.027					

จากตารางที่ 4.98 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 9 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 0 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 1 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 0 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 1 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 1 คน

ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

ตารางที่ 4.99 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามอาชีพ

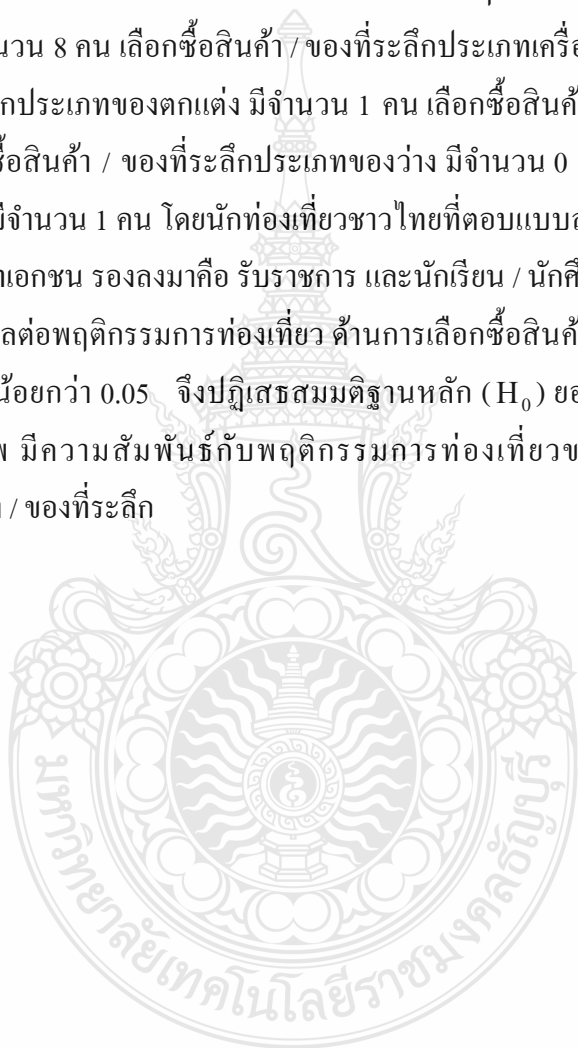
ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก					
	สินค้าประเภทผ้า เช่นผ้าทอมือ	สินค้าประเภทเครื่องเงิน	สินค้าประเภทของตกแต่ง	สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	สินค้าประเภทของว่าง	สินค้าประเภทอาหาร
อาชีพ						
นักเรียน / นักศึกษา	21	11	2	4	18	10
พนักงานบริษัทเอกชน	41	16	17	12	12	19
รับราชการ	16	12	16	9	4	11
รัฐวิสาหกิจ	6	13	12	6	3	1
ค้าขาย / รับจ้าง	9	6	7	4	3	5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	24	13	13	6	1	3
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	8	2	1	2	0	1
รวม	125	73	68	43	41	50
χ^2	68.912					
Sig.	0.000					

จากตารางที่ 4.99 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามอาชีพ พบว่า

นักท่องเที่ยวยาวไทย ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 24 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 13 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 13 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 6 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 1 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวยาวไทย ที่มีอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 8 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 2 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 1 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 2 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 0 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 1 คน โดยนักท่องเที่ยวยาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นับส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ รับราชการ และนักเรียน / นักศึกษา ตามลำดับ

อาชีพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยาวไทย ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก



ตารางที่ 4.100 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก					
	สินค้าประเภทผ้า เช่น ผ้าทอมือ	สินค้าประเภทเครื่องเงิน	สินค้าประเภทของตกแต่ง	สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	สินค้าประเภทของว่าง	สินค้าประเภทอาหาร
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	18	10	5	2	16	6
10,001 - 20,000	64	23	18	22	19	28
20,001 - 30,000	21	28	26	11	5	9
30,001 - 40,000	10	8	14	6	0	2
มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	12	4	5	2	1	5
รวม	125	73	68	43	41	50
χ^2	69.281					
Sig.	0.000					

จากตารางที่ 4.100 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 18 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 10 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 5 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 2 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 16 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 6 คน

นักท่องเที่ยวยชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 64 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 23 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 18 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 22 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 19 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 28 คน

นักท่องเที่ยวยชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 21 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 28 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 26 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 11 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 5 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 9 คน

นักท่องเที่ยวยชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 10 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 8 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 14 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 6 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 0 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 2 คน

นักท่องเที่ยวยชาวไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 12 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 4 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 5 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 2 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 1 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 5 คน โดยนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยชาวไทย ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

ตารางที่ 4.101 แสดงผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามภูมิภาค

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	การเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก					
	สินค้าประเภทผ้า เช่น ผ้าทอมือ	สินค้าประเภทเครื่องเงิน	สินค้าประเภทของตกแต่ง	สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	สินค้าประเภทของว่าง	สินค้าประเภทอาหาร
ภูมิภาค						
จังหวัดน่าน	7	3	3	0	4	7
กรุงเทพและปริมณฑล	24	20	28	10	8	11
ภาคเหนือ	17	5	3	3	7	4
ภาคตะวันออก	11	5	3	8	3	6
ภาคตะวันออก - เชียงเหนือ	4	8	4	2	1	4
ภาคกลาง	38	24	19	15	14	15
ภาคใต้	11	6	5	2	2	3
ภาคตะวันตก	13	2	3	3	2	0
รวม	125	73	68	43	41	50
χ^2	50.755					
Sig.	0.041					

จากตารางที่ 4.101 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก) จำแนกตามภูมิภาค พบว่า

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 38 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 24 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 19 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 15 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 14 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 15 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 11 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 6 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 5 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 2 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 2 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 3 คน

นักท่องเที่ยวยุโรป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 13 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 2 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 3 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 3 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 2 คน เลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 0 คน โดยนักท่องเที่ยวยุโรปที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง รองลงมาคือ กรุงเทพฯและปริมณฑล และภาคเหนือ ตามลำดับ

ภูมิลำเนา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.041 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรป ด้านการเลือกซื้อสินค้า / ของที่ระลึก

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 400 คน ซึ่งสรุปผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 อายุ 21 - 25 ปี มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 อายุ 26 - 30 ปี มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 อายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 30 ปี รองลงมาคือ อายุ 21 - 25 ปี และอายุ 31 - 40 ปี ตามลำดับ

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 สถานภาพสมรส มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส

พบว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

พบว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 อาชีพรับราชการ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อาชีพรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 อาชีพค้าขาย/รับจ้าง มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 โดยนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

พบว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 โดยนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

พบว่านักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาที่จังหวัดน่าน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ภาคเหนือ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ภาคตะวันออก มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ภาคกลาง มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ภาคใต้ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ภาคตะวันตก มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 โดยนักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างใหญ่มีภูมิลำเนาที่ภาคกลาง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ด้านสิ่งดึงดูดใจ

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้านความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี ด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด ด้านความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึก โดยมีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดบริการด้านสิ่งแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและเป็นระเบียบ ด้านการทำแผนป้ายและสัญลักษณ์ต่างๆ ชัดเจนเหมาะสม ด้านการจัดบริการร้านค้า/เครื่องคั้ราคาถูกสุขอนามัย/ราคาเหมาะสม ด้านการจัดบริการห้องสุขาไว้อย่างสะอาดและเพียงพอ โดยมีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการคมนาคม

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยมีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการประชาสัมพันธ์

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ด้านข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว โดยมีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการให้บริการ

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยวของพนักงานบริการในพื้นที่ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีแรงจูงใจรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเหมาะสมเพียงพอ ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการเที่ยวในสถานที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 กาดน่าน มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 วัดพญาภู มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 วัดหัวข่วง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 วัดภูมินทร์ มีจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 วัดมิ่งเมือง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 วัดพญาวัด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 วัดพระธาตุเขาน้อย มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 วัดสวนตาล มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 คุ่มเจ้าราชบุตร มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และกำแพงเมืองน่าน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่ต้องการเที่ยวในสถานที่วัดภูมินทร์

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (เดือน ก.พ. - เม.ย.) มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ช่วงฤดูฝน (เดือน พ.ค. - ก.ย.) มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และช่วงฤดูหนาว (เดือน ต.ค. - ม.ค.) มีจำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่เข้ามาท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม เดินทางมาพักค้างคืน มีจำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 87.75 เดินทางมาเช้า - เย็นกลับ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่เดินทางมาพักค้างคืนมากกว่า เดินทางมาเช้า - เย็นกลับ

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเลือกพักโรงแรม มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 เลือกพักรีสอร์ท มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เลือกพักบ้านเพื่อนหรือบ้านญาติ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เลือกพักเกสต์เฮาส์ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และเลือกพักบ้านพักรับรองของทางราชการ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นี้ส่วนใหญ่เลือกพักโรงแรม

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 7,001 - 11,000 บาท มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 11,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านอาหารภายในโรงแรม มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 เลือกใช้บริการร้านอาหารในศูนย์การค้า มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 เลือกใช้บริการร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 เลือกใช้บริการร้านอาหารในปั๊มน้ำมัน มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามถ่ายรูประหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ชมวิว ทิวทัศน์ระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 ทำบุญระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ซื้อของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 รับประทานอาหารอร่อยๆระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 เที่ยวสถานบันเทิงระหว่างการท่องเที่ยว มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทผ้า มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 เลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทเครื่องเงิน มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 เลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทของตกแต่ง มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 เลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 เลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทของว่าง มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 เลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทอาหาร มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทผ้า

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

พบว่าเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน) และด้านการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ (อนุชิต พึ่งปัญญาดี, 2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี เป็นโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า แรงจูงใจด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการคมนาคม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงว่าสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ได้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีขึ้น เช่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ มีความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี มีความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว มีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จึงเป็นผลให้เกิดแรงจูงใจในระดับมากที่สุด

ข้อมูลแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า แรงจูงใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แสดงว่าสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ได้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีขึ้น เช่น มีการจัดบริการด้านสิ่งแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาดและเป็นระเบียบ มีการทำแผ่นป้ายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ชัดเจนเหมาะสม มีการจัดบริการร้านค้า/เครื่องดื่มราคาถูกสุขอนามัย/ราคาเหมาะสม มีการจัดบริการห้องสุขาไว้อย่างสะอาดและเพียงพอ มีข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ เช่น แผ่นพับ มีข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต มีข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ และมีการต้อนรับนักท่องเที่ยวของพนักงานบริการในพื้นที่ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี จึงเป็นผลให้เกิด

แรงจูงใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ (สรไกร เติมถาวร, 2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในภาพรวมของปัจจัยจูงใจด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีความต้องการเที่ยวในสถานที่วัดภูมินทร์ ช่วงฤดูที่น่าจะเดินทางมาท่องเที่ยว คือช่วงฤดูหนาว มีระยะเวลาการเดินทางมาพักค้างคืน มากกว่า เดินทางมาเช้า - เย็นกลับ เลือกพักที่โรงแรม มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 7,000 บาท เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทาง ทำกิจกรรมไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทผ้าทอมือ เช่น ผ้าทอลายน้ำไหล ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ซึ่งสอดคล้องกับ (แสงเดือน สอนเจริญ , 2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว กลุ่มบุคคลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน คือ กลุ่มเพื่อน ฤดูที่น่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวคือ ฤดูหนาว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 3 ครั้ง ระยะเวลาที่มาเที่ยวต่อครั้งโดยเฉลี่ย 4 วัน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 4,851 บาท

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศและสถานภาพ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

พบว่าเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน) และด้านการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก นอกจากนี้ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน) ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และด้านการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก นอกจากนี้ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน) ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ และด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน) ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน) ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และด้านการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก นอกจากนี้ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน) ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และด้านการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก นอกจากนี้ ภูมิฐานะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยว ด้านช่วงฤดูในการท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านการจัดสรรค่าใช้จ่าย(ต่อคน) ด้านประเภทร้านอาหารที่เลือกใช้บริการ ด้านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และด้านการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ (อนุชิต พึ่งปัญญาดี, 2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อายุ สถานภาพทางการสมรส และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ผู้ศึกษาได้ทราบถึง ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยว รวมถึงลักษณะทางด้านแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจควรมีการปรับปรุงเรื่อง สินค้าหรือของที่ระลึก ให้มีความหลากหลาย เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการปรับปรุงเรื่อง การจัดบริการห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยว ให้สะอาดและเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว
3. ด้านการคมนาคม ควรมีการปรับปรุงเรื่อง ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว
4. ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการปรับปรุงเรื่อง ข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว ให้มีภาพหรือเนื้อหาที่น่าสนใจมากกว่านี้
5. ด้านการให้บริการ ควรมีการปรับปรุงเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในเชิงปริมาณ หรือเชิงสำรวจซึ่งเป็นข้อมูลในเชิงกว้าง หากผู้สนใจศึกษาเพิ่มเติมถึงเหตุผล หรือสาเหตุด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ควรทำการศึกษาในเชิงคุณภาพ หรือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยเน้นการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ต่อไป

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา.2545.การวิเคราะห์สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ขวัญจิตร โชติช่วง.2549.ความสนใจและทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คณะทำงานเอกลักษณ์น่า.2549.เอกลักษณ์น่า : สำนักพิมพ์ Maxxprint (ดาวคอมพิวเตอร์กราฟิก).
- ชูศรี วงศ์รัตน์.2541.เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- จรรยา วาหลวง.2550.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภาวิณี หมู่ศิริเลิศ.2552.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิภาพร โชติสุดแสนห์เลิศ.2545.ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย.ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม).
- ศิริวรรณ ปิติวรรณ.2551.ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา:บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุพรรณบุรี.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2549.การวิจัยตลาด กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- สรไกร เต็มถาวร.2548.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี.สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

แสงเดือน สอนเจริญ.2548).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณ
อ.เชียงแสน จ.เชียงราย.สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.

สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน.2553. สถานการณ์การท่องเที่ยวเมื่อน่าน.

อัศวิน แสงพิกุล.2551.แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี.มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิตย์.

อัศวิน แสงพิกุล.2552.การวิเคราะห์และเปรียบเทียบแรงจูงใจและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติที่
เดินทางมาประเทศไทย.มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล.2543.พฤติกรรมผู้บริโภค: **Consumer behavior** กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุชิต พึ่งปัญญาดี.2553.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ
นักท่องเที่ยว.สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ.

ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

www.google.com “ทฤษฎีแรงจูงใจนักท่องเที่ยว” (ออนไลน์)

www.google.com “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” (ออนไลน์)

www.google.com “ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค” (ออนไลน์)

www.google.com “จังหวัดน่าน” (ออนไลน์)

www.google.com “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” (ออนไลน์)



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กรณีศึกษา: อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ทางผู้จัดทำได้ทำแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ซึ่งข้อมูลจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยที่การตอบแบบสอบถามของท่านจะไม่มีถูกหรือผิด เพียงแค่ต้องการทราบถึงความคิดเห็นและคำตอบที่ถูกต้องเพียงตรง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้จัดทำเป็นอย่างมาก

คำตอบและข้อมูลทุกข้อจะถูกเก็บเป็นความลับ จะนำเฉพาะบทสรุปเพื่อใช้ประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น จึงขอรบกวนในการให้ข้อมูลตามความจริง ขอขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับความอนุเคราะห์ของท่านในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หรือเติมคำในช่องว่างให้ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 2. 21 - 25 ปี 3. 26 - 30 ปี 4. 31 - 40 ปี 5. 41 - 50 ปี 6. 51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

 1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา 2. มัธยมศึกษาตอนต้น 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 4. อนุปริญญา/ปวส. 5.ปริญญาตรี 6. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> 3. รับราชการ | <input type="checkbox"/> 4. รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 5. ค้าขาย/รับจ้าง | <input type="checkbox"/> 6. ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> 7. พ่อบ้าน/แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> 8. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 10,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 20,001 - 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 30,001 - 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป | |

7. ภูมิลำเนาของท่านอยู่ในภูมิลำเนาใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ภูมิลำเนาเดิม/จังหวัดน่าน | |
| จังหวัดอื่น/ภาคอื่น | |
| <input type="checkbox"/> 2. กรุงเทพฯ/ปริมณฑล | <input type="checkbox"/> 3. ภาคเหนือ |
| <input type="checkbox"/> 4. ภาคตะวันออก | <input type="checkbox"/> 5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| <input type="checkbox"/> 6. ภาคกลาง | <input type="checkbox"/> 7. ภาคใต้ |
| <input type="checkbox"/> 8. ภาคตะวันตก | |



ส่วนที่ 2 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
1. ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
2. ความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และประเพณี					
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ					
4. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว					
5. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว					
6. ความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึก					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
7. มีการจัดบริการร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มถูกสุขอนามัยและราคาเหมาะสม					
8. มีแผ่นป้าย/สัญลักษณ์ต่าง ๆ ชัดเจนเหมาะสม					
9. มีการจัดบริการห้องสุขาไว้อย่างสะอาดและเพียงพอ					
10. การจัดบริการด้านสิ่งแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดและเป็นระเบียบ					

แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยว	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการคมนาคม					
11. ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
12. ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
ด้านการประชาสัมพันธ์					
13. ข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยว					
14. ข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต					
15. ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์					
16. ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออื่น ๆ เช่น แผ่นพับ					
ด้านการให้บริการ					
17. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
18. เจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูล แนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี					
19. มีสถานที่จอดรถเหมาะสมเพียงพอ					
20. การต้อนรับนักท่องเที่ยวของพนักงานบริการในพื้นที่					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
 คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หรือเติมคำในช่องว่างให้ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. สถานที่ใดที่ดึงดูดให้ท่านต้องการเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองน่าน

<input type="checkbox"/> 1. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน	<input type="checkbox"/> 2. กาดน่าน
<input type="checkbox"/> 3. วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร	<input type="checkbox"/> 4. วัดพญาภู
<input type="checkbox"/> 5. วัดหัวข่วง	<input type="checkbox"/> 6. วัดภูมินทร์
<input type="checkbox"/> 7. วัดมิ่งเมือง	<input type="checkbox"/> 8. วัดพญาวัต
<input type="checkbox"/> 9. วัดพระธาตุเขาน้อย	<input type="checkbox"/> 10. วัดสวนตาล
<input type="checkbox"/> 11. คຸ້ມเจ้าราชบุตร (หมอกฟ้า ณ น่าน)	<input type="checkbox"/> 12. กำแพงเมืองน่าน

2. ช่วงฤดูใดที่ท่านเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองน่าน

<input type="checkbox"/> 1. ฤดูร้อน (ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน)
<input type="checkbox"/> 2. ฤดูฝน (ช่วงเดือนพฤษภาคม - กันยายน)
<input type="checkbox"/> 3. ฤดูหนาว (ช่วงเดือนตุลาคม - มกราคม)

3. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวครั้งนี้

<input type="checkbox"/> 1. พักค้างคืน.....คืน
<input type="checkbox"/> 2. มาเช้า - เย็นกลับ (ข้ามไปตอบข้อ 5)

4. ประเภทของที่พักที่ท่านเลือกใช้บริการ

<input type="checkbox"/> 1. โรงแรม	<input type="checkbox"/> 2. รีสอร์ท
<input type="checkbox"/> 3. บ้านเพื่อน/บ้านญาติ	<input type="checkbox"/> 4. เกสต์เฮาส์
<input type="checkbox"/> 5. บ้านพักรับรองของทางราชการ	

5. ท่านจัดสรรค่าใช้จ่ายในการเข้ามาท่องเที่ยวในครั้งนี้เป็นจำนวนเงินเท่าใด (ต่อคน)

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 3,001 - 7,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 7,001 - 11,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 11,001 - 15,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. สูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป	

6. ประเภทของร้านอาหารส่วนใหญ่ที่ท่านเลือกใช้บริการ

<input type="checkbox"/> 1. ร้านอาหารภายในโรงแรม	<input type="checkbox"/> 2. ร้านอาหารในศูนย์การค้า
<input type="checkbox"/> 3. ร้านอาหารภายในสถานที่ท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> 4. ร้านอาหารในปั้มน้ำมัน
<input type="checkbox"/> 5. ร้านอาหารระหว่างทาง	

7. กิจกรรมที่ท่านทำหรือคาดว่าจะทำระหว่างการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองน่าน
- [] 1. ถ่ายรูป [] 2. ชมวิว ทิวทัศน์
 [] 3. ไหว้พระ [] 4. ทำบุญ
 [] 5. ซื้อของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองน่าน [] 6. รับประทานอาหารอร่อย ๆ
 [] 7. เที่ยวสถานบันเทิง
8. ท่านเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทใดในการท่องเที่ยวครั้งนี้
- [] 1. สินค้าประเภทผ้า เช่น ผ้าทอมือ ผ้าปักชาวเขา เสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป
 [] 2. สินค้าประเภทเครื่องเงิน
 [] 3. สินค้าประเภทของตกแต่ง เช่น ไม้แกะสลัก เรือจำลอง
 [] 4. สินค้าเพื่อสุขภาพ เช่น ชา กาแฟ สมุนไพรต่าง ๆ
 [] 5. สินค้าประเภทของว่าง เช่น ข้าวแต่น้ำแดงโม ก๋วยเตี๋ยวแปรรูป มะไฟจีน
 [] 6. สินค้าประเภทอาหาร เช่น แคนหมู ไข่อั่ว (ไข่กรอก)

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้



นางสาวศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ

ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์



Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.895	20

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ
วัน/เดือน/ปีเกิด	22 พฤษภาคม 2531
ที่อยู่ปัจจุบัน	20/4 ถนนวรวิชัย ตำบลโนเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน 55000
คุณวุฒิทางการศึกษา	พ.ศ. 2553 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2551 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (การตลาด) วิทยาลัยเทคนิคน่าน
เบอร์โทรศัพท์	081-1075009
E-mail	tum-mai@hotmail.co.th

