

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดโควตา (Quota Sampling) เพื่อเก็บตัวอย่างจากแต่ละอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ และการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บตัวอย่างในแต่ละอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 405 ตัวอย่าง และเมื่อได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จึงได้ทำการลงรหัสและประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package For The Social Sciences)

เพื่อให้เกิดความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์วิธีแบบคอนบราทอัลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น (Alpha)	ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) เฉพาะผู้ที่เคยพัก
ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต	0.7642	0.7205
ปัจจัยด้านทัศนคติ	0.7473	0.7095
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ	0.8059	0.8248
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	0.7630	0.8397
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	0.7559	0.7217
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	0.8187	0.8416

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต มีค่า 0.8087 ปัจจัยด้านทัศนคติมีค่า 0.7473 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการมีค่า 0.8059 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีค่า 0.7630 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีค่า 0.7559 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่า 0.8187 ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่าความเชื่อมั่น (Alpha) ที่กำหนดโดย Nunnally (1970) ว่าค่าความเชื่อมั่น (Alpha) ที่ยอมรับได้ควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.7000 โดยในการศึกษารอบนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) ที่สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จึงสรุปได้ว่าเนื้อหาในแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นที่สามารถยอมรับได้ และเนื่องจากในการทดสอบสมมติฐานบางข้อจะพิจารณาเฉพาะผู้ที่เคยเข้าพักเท่านั้น ดังนั้นจึงพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิจำนวน 136 คนด้วย จากจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 405 คน คิดเป็นร้อยละ 33.58 จากจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งสำหรับกลุ่มที่เคยเข้าพักนั้นพบว่าค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีค่า 0.7666 ปัจจัยด้านทัศนคติมีค่า 0.7095 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการมีค่า 0.8248 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีค่า 0.8397 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีค่า 0.7217 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่า 0.8416 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ได้ยังมีค่าที่สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเนื้อหาในแบบสอบถามเมื่อพิจารณาเฉพาะผู้ที่เคยเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิมีค่าความเชื่อมั่นที่สามารถยอมรับได้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

N	แทน	จำนวนประชากรที่ศึกษา(จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ)
n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)

t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
Pearson Correlation	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
Spearman Correlation	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
Sig.	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ
b	แทน	ค่าคงที่และสัมประสิทธิ์ความถดถอย
SE(b)	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของตัวแปร
Beta	แทน	สัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐานของตัวแปร
*	แทน	ความนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย โดยสามารถแบ่งการนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่ดีของผู้ตอบแบบสอบถามต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ (Attitude)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) ของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ
5. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ (Behavior)
6. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
 - 6.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพสมรส เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ส่วนประสมทางการตลาด ทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ
 - 6.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ
 - 6.3 ส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

6.4 ทักษะคิดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

6.5 รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะคิดและส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภครายใหม่ในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้ตัวแปรของปัจจัยทุกปัจจัยในการพิจารณา เนื่องจากตัวแปรอิสระ (ปัจจัยประชากรศาสตร์) มีความหลากหลายของประเภทข้อมูลไม่สามารถจัดกลุ่มให้กับตัวแปรได้อีกทั้งยังเป็นข้อมูลที่สะดวกต่อการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ในสถานการณ์จริง ได้แก่

ปัจจัยประชากรศาสตร์จะประกอบด้วย 6 ตัวแปรคือ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพสมรส

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะประกอบไปด้วย 6 ตัวแปรคือ ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วย 4 ด้านคือ

ด้านที่พักและบริการประกอบด้วย 6 ตัวแปรคือ ความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมามีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีการบริการที่สุภาพเป็นกันเอง และมีความสะอาด

ด้านราคาประกอบด้วย 3 ตัวแปรคือ ความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมามีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก มีราคาให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก และมีราคาได้มาตรฐานใกล้เคียงกัน

ด้านการจัดจำหน่ายประกอบด้วย 5 ตัวแปรคือ ความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมามีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย 4 ตัวแปรคือ ควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก

ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิประกอบด้วย 5 ตัวแปรคือการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี มีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความเงียบสงบไม่วุ่นวายเป็นส่วนตัว และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้

ปัจจัยพฤติกรรมในการเข้าพักประกอบด้วย 4 ตัวแปรคือ ความถี่ในการเข้าในระยะเวลา 1 ปี จำนวนคนที่เข้าพัก จำนวนคืนที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

สมมติฐานข้อที่ 2 – 5 ก่อนทำการทดสอบสมมติฐานจะทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อให้เกิดความสะดวกในการวิเคราะห์และอภิปรายผล ซึ่งปัจจัยที่ได้จะเป็นตัวแทนของตัวแปรที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในแต่ละตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยดังกล่าว โดยใช้วิธีสกัดปัจจัย (Factor Extraction) คือ วิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component) (กัลยา วานิชย์บัญชา ,2546) แล้วจึงจะทำการทดสอบสมมติฐานต่อไป ซึ่งได้ผลการสกัดปัจจัยในแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

ตารางที่ 5 การอธิบายผลการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ในปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.937	48.943	48.943	2.937	48.943	48.943
2	.947	15.779	64.722			
3	.734	12.240	76.962			
4	.600	10.008	86.970			
5	.426	7.101	94.071			
6	.356	5.929	100.000			

จากตารางที่ 5 แสดงถึงผลที่ได้จากการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ซึ่งได้ 1 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่ 1 (ในตารางคือ Component 1) โดยค่าในส่วนของ % Cumulative 48.943 เป็นค่าที่แสดงว่า ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวน (Variance) ของตัวแปรได้ประมาณ 48.943% ของปริมาณความแปรปรวน (Variance) ทั้งหมด และในส่วนค่าของ % of Variance คือ 48.943 เป็นค่าที่แสดงว่า ในแต่ละปัจจัยสามารถอธิบายถึงตัวแปรที่เป็นสมาชิกในแต่ละปัจจัยได้ร้อยละเท่าไร

โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้คือ ปัจจัยที่ 1 สามารถอธิบายถึงตัวแปรที่เป็นสมาชิกในปัจจัยได้ประมาณ 48.943 % ซึ่งสามารถทราบตัวแปรในปัจจัยดังกล่าวได้จากตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ในปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	ปัจจัยข้อที่ 1
1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	.801
2. ชอบการผจญภัย	.793
3. ชอบความสนุกสนาน	.777
4. ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	.749
5. ชอบความเงียบสงบ	.326
6. ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน	.629

หมายเหตุ ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้ แสดงถึงค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน

จากตารางที่ 6 แสดงถึงค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ซึ่งจะแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรหนึ่ง ๆ กับแต่ละปัจจัย เพื่อทำการพิจารณาว่าตัวแปรนั้น ๆ ควรที่จะเข้าไปอยู่ในปัจจัยใด กล่าวคือ ถ้าตัวแปรใดมีค่า Factor Loading ในปัจจัยใดที่สูงกว่าปัจจัยอื่น ๆ แสดงว่าตัวแปรนั้นก็ควรที่จะอยู่ใน Factor Loading ที่สูงกวานั้น ดังนั้น จากตารางอธิบายได้ว่าตัวแปรที่ควรอยู่ในปัจจัยที่ 1 ได้แก่ ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน แม้ว่าผลจากโปรแกรม SPSS ระบุว่า มีเพียง 1 ปัจจัยแต่เนื่องจากปัจจัยในข้อที่ 5 คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบความเงียบสงบ ซึ่งมีค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ไม่ถึง .400 ผู้วิจัยจึงเห็นควรที่จะแยกปัจจัยดังกล่าวออกมาเป็นอีก 1 ปัจจัยต่างหาก เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความหมายแตกต่างจากปัจจัยอื่น ๆ จึงได้ปัจจัยที่ 2 ได้แก่ ชอบความเงียบสงบเพียงตัวแปรเดียว เนื่องจากมีค่า Factor Loading ที่ต่ำกว่า .400 (Kawpong Polyorat et al., 2005) ในลำดับต่อไปคือ การให้ความหมายของแต่ละปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ 1 คือ ชอบความสนุก (Life1) ส่วนปัจจัยที่ 2 คือ ชอบความสงบ (Life2)

ตารางที่ 7 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตหลังจากทำการสกัดปัจจัย

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น (Alpha)	ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) เฉพาะผู้ที่เคยพัก
ชอบความสุข (Life1)	0.8087	0.7666

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในปัจจัยรูปแบบดำเนินชีวิตหลังจากทำการสกัดปัจจัยมีค่า 0.8087 และ 0.7666 (กรณีพิจารณาเฉพาะผู้ที่เคยเข้าพักสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ) ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่าความเชื่อมั่น (Alpha) ที่กำหนดโดย Nunnally (1970) ว่าค่าความเชื่อมั่น (Alpha) ที่ยอมรับได้ควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.7000 โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่น (Alpha) ที่สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จึงสรุปได้ว่าเนื้อหาในแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นที่สามารถยอมรับได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ด้านที่พักและบริการ

ตารางที่ 8 การอธิบายผลการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.053	50.877	50.877	3.053	50.877	50.877
2	.846	14.095	64.972			
3	.637	10.611	75.583			
4	.570	9.505	85.088			
5	.455	7.579	92.667			
6	.440	7.333	100.000			

จากตารางที่ 8 แสดงถึงผลที่ได้จากการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ซึ่งได้ 1 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่ 1 (ในตารางคือ Component 1) โดยมีค่า % Cumulative เท่ากับ 50.877 ซึ่งสามารถอธิบาย

ความแปรปรวน (Variance) ของตัวแปรได้ประมาณ 50.877% ของปริมาณความแปรปรวน (Variance) ทั้งหมด และมีค่าของ % of Variance เท่ากับ 50.877 สามารถอธิบายได้ดังนี้คือ ปัจจัยที่ 1 สามารถอธิบายถึงตัวแปรที่เป็นสมาชิกในปัจจัยได้ประมาณ 50.877 % ซึ่งสามารถทราบตัวแปรในปัจจัยดังกล่าวได้จากตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ	ปัจจัยข้อที่ 1
1. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	.735
2. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก	.731
3. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการรักษาความปลอดภัย	.715
4. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น น้ำ ไฟฟ้า	.709
5. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง	.696
6. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด	.692

หมายเหตุ ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้ แสดงถึงค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน

จากตารางที่ 9 สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรที่ควรอยู่ในปัจจัยที่ 1 ได้แก่ตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการทุกตัวแปรเนื่องจากมีค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) มากกว่า .400 คือ ความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีการบริการที่สุภาพเป็นกันเอง และมีความสะอาด ในลำดับต่อไปคือ การให้ความหมายของแต่ละปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ 1 คือ Product

ด้านราคา

ตารางที่ 10 การอธิบายผลการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคา

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.038	67.919	67.919	2.038	67.919	67.919
2	.546	18.205	86.124			
3	.416	13.876	100.000			

จากตารางที่ 10 แสดงถึงผลที่ได้จากการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ซึ่งได้ 1 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่ 1 (ในตารางคือ Component 1) โดยมีค่า % Cumulative เท่ากับ 67.919 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวน (Variance) ของตัวแปรได้ประมาณ 67.919% ของปริมาณความแปรปรวน (Variance) ทั้งหมด และมีค่าของ % of Variance เท่ากับ 67.919 สามารถอธิบายได้ดังนี้คือ ปัจจัยที่ 1 สามารถอธิบายถึงตัวแปรที่เป็นสมาชิกในปัจจัยได้ประมาณ 67.919 % ซึ่งสามารถทราบตัวแปรในปัจจัยดังกล่าวได้จากตารางที่ 11

ตารางที่ 11 คำนำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	ปัจจัยข้อที่ 1
1. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก	.848
2. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	.835
3. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน	.789

หมายเหตุ ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้ แสดงถึงค่านำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน

จากตารางที่ 11 สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรที่ควรอยู่ในปัจจัยที่ 1 ได้แก่ตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาทุกตัวแปรเนื่องจากมีค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) มากกว่า .400 คือ ความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก มีราคาให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก และมีราคาได้มาตรฐานใกล้เคียงกัน ในลำดับต่อไปคือ การให้ความหมายของแต่ละปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ 1 คือ Price

ด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 12 การอธิบายผลการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.565	51.305	51.305	2.565	51.305	51.305
2	.914	18.288	69.593			
3	.666	13.322	82.915			
4	.451	9.025	91.940			
5	.403	8.060	100.000			

จากตารางที่ 12 แสดงถึงผลที่ได้จากการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ซึ่งได้ 1 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่ 1 (ในตารางคือ Component 1) โดยมีค่า % Cumulative เท่ากับ 51.305 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวน (Variance) ของตัวแปรได้ประมาณ 51.305% ของปริมาณความแปรปรวน (Variance) ทั้งหมด และมีค่าของ % of Variance เท่ากับ 51.305 สามารถอธิบายได้ดังนี้คือ ปัจจัยที่ 1 สามารถอธิบายถึงตัวแปรที่เป็นสมาชิกในปัจจัยได้ประมาณ 51.305 % ซึ่งสามารถทราบตัวแปรในปัจจัยดังกล่าวได้จากตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ค่านำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	ปัจจัยข้อที่ 1
1. การคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก	.791
2. สถานที่พักมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ	.720
3. สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน	.711
4. สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว	.680
5. สถานที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ	.673

หมายเหตุ ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้ แสดงถึงค่านำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน จากตารางที่ 13 สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรที่ควรอยู่ในปัจจัยที่ 1 ได้แก่ตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายทุกตัวแปรเนื่องจากมีค่านำหนักของปัจจัย (Factor Loading) มากกว่า .400 คือ ความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ ในลำดับต่อไปคือ การให้ความหมายของแต่ละปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ 1 คือ Place

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 14 การอธิบายผลการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.598	64.938	64.938	2.598	64.938	64.938
2	.618	15.461	80.400			
3	.411	10.263	90.662			
4	.374	9.338	100.000			

จากตารางที่ 14 แสดงถึงผลที่ได้จากการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ซึ่งได้ 1 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่ 1 (ในตารางคือ Component 1) โดยมีค่า % Cumulative เท่ากับ 64.938 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวน (Variance) ของตัวแปรได้ประมาณ 64.938% ของปริมาณความแปรปรวน (Variance) ทั้งหมด และมีค่าของ % of Variance เท่ากับ 64.938 สามารถอธิบายได้ดังนี้คือ ปัจจัยที่ 1 สามารถอธิบายถึงตัวแปรที่เป็นสมาชิกในปัจจัยได้ประมาณ 64.938 % ซึ่งสามารถทราบตัวแปรในปัจจัยดังกล่าวได้จากตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัจจัยข้อที่ 1
1. ควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก	.821
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ	.804
3. สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว	.800
4. มีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก	.798

หมายเหตุ ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้ แสดงถึงค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน

จากตารางที่ 15 สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรที่ควรอยู่ในปัจจัยที่ 1 ได้แก่ตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดทุกตัวแปรเนื่องจากมีค่าน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) มากกว่า .400 คือ ควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก ในลำดับต่อไปคือ การให้ความหมายของแต่ละปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ 1 คือ Promotion

ปัจจัยที่สกัดที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ตารางที่ 16 การอธิบายผลการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ในปัจจัยที่สกัดที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.503	50.069	50.069	2.503	50.069	50.069
2	.724	14.479	64.548			
3	.688	13.762	78.310			
4	.611	12.219	90.529			
5	.474	9.471	100.000			

จากตารางที่ 16 แสดงถึงผลที่ได้จากการสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ซึ่งได้ 1 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่ 1 (ในตารางคือ Component 1) โดยมีค่า % Cumulative เท่ากับ 50.069 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวน (Variance) ของตัวแปรได้ประมาณ 50.069% ของปริมาณความแปรปรวน (Variance) ทั้งหมด และมีค่าของ % of Variance เท่ากับ 50.069 สามารถอธิบายได้ดังนี้คือ ปัจจัยที่ 1 สามารถอธิบายถึงตัวแปรที่เป็นสมาชิกในปัจจัยได้ประมาณ 50.069 % ซึ่งสามารถทราบตัวแปรในปัจจัยดังกล่าวได้จากตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ค่านำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ในปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ	ปัจจัยข้อที่ 1
1. การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	.769
2. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	.757
3. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก	.704
4. สถานที่ในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิมีความเงียบสงบ ไม่วุ่นวาย เป็นส่วนตัว	.663
5. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้	.636

หมายเหตุ ตัวเลขที่ขีดเส้นใต้ แสดงถึงค่านำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน

จากตารางที่ 17 สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรที่ควรอยู่ในปัจจัยที่ 1 ได้แก่ตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิทุกตัวแปรเนื่องจากมีค่านำหนักของปัจจัย (Factor Loading) มากกว่า .400 คือ การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี มีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความเงียบสงบไม่วุ่นวายเป็นส่วนตัว และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้ในลำดับต่อไปคือ การให้ความหมายของแต่ละปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ 1 คือ Attitude

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 18 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพ โดยแจกแจงจำนวน (คน) และค่าร้อยละ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	212	52.3
หญิง	193	47.7
รวม	405	100
2. อายุ (คำถามปลายเปิด)		
อายุที่ตอบแบบสอบถาม	2	0.5
ต่ำสุดคือ 13 ปี		
อายุที่ตอบแบบสอบถาม	1	0.2
สูงสุดคือ 87 ปี		
อายุเฉลี่ยของผู้ตอบแบบ		
สอบถามคือ 31.22 ปี		
อายุที่ผู้ตอบแบบสอบถาม		
สูงสุด 6 อันดับแรก		
18 ปี	30	7.4
20 ปี	26	6.4
19 ปี	25	6.2
17 ปี	21	5.2
30 ปี	18	4.4
25 ปี	16	4.0

ตารางที่ 18 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพ โดยแจกแจงจำนวน (คน) และค่าร้อยละ (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ระดับรายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	140	34.6
5,001 – 10,000 บาท	162	40.0
10,001 – 15,000 บาท	42	10.4
15,001 – 20,000 บาท	21	5.2
20,001 – 25,000 บาท	14	3.5
25,001 บาทขึ้นไป	26	6.4
รวม	405	100
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา	51	12.6
ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	175	43.2
ปริญญาตรี	149	36.8
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	30	7.4
รวม	405	100
5. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	135	33.3
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	23.2
พนักงานบริษัทเอกชน	58	14.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	49	12.1
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	23	5.7
อื่น ๆ	46	11.4
รวม	405	100

ตารางที่ 18 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพ โดยแจกแจงจำนวน (คน) และค่าร้อยละ (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. สถานภาพ		
โสด	230	56.8
สมรส	163	40.2
หม้าย / หย่า	12	3
รวม	405	100

จากตารางที่ 18 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 405 คน โดยจำแนกข้อมูลได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 เป็นเพศหญิงจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7

อายุ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 405 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำที่สุดคือ 13 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุสูงที่สุดคือ 87 ปี และอายุเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามคือ 31.22 ปี โดยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 6 อันดับแรก ได้แก่

อายุ 18 ปี	จำนวน 30 คน	คิดเป็นร้อยละ 7.4
อายุ 20 ปี	จำนวน 26 คน	คิดเป็นร้อยละ 6.4
อายุ 19 ปี	จำนวน 25 คน	คิดเป็นร้อยละ 6.2
อายุ 17 ปี	จำนวน 21 คน	คิดเป็นร้อยละ 5.2
อายุ 30 ปี	จำนวน 18 คน	คิดเป็นร้อยละ 4.4
อายุ 25 ปี	จำนวน 16 คน	คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ระดับรายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้อยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน สูงที่สุดจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ลำดับที่ 2 คือ ระดับรายได้ที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 ลำดับที่ 3 คือ ระดับรายได้ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ลำดับที่ 4 คือระดับรายได้ที่มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ลำดับที่ 5 คือระดับรายได้ 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ลำดับสุดท้ายคือ ระดับรายได้ 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่ามากที่สุดจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 ลำดับที่ 2 คือระดับปริญญาตรีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ลำดับที่ 3 คือ ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และลำดับสุดท้าย คือ สูงกว่าระดับปริญญาตรีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามากที่สุดจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ลำดับที่ 2 คือ อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 ลำดับที่ 3 คือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ลำดับที่ 4 คือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ลำดับที่ 5 คืออาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้าง ศิลปิน ว่างาน เป็นต้น จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และลำดับสุดท้าย คือ อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้านจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดมากที่สุดจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 ลำดับที่ 2 คือ สถานภาพสมรสจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 และลำดับสุดท้าย คือสถานภาพหม้ายหรือหย่าร้างจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

ตารางที่ 19 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลข้อมูล

รูปแบบการดำเนินชีวิต	\bar{X}	S.D.	แปลผล (มีความคิดเห็นในระดับ)
1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	3.91	0.90	มาก
2. ชอบการผจญภัย	3.76	0.90	มาก
3. ชอบความสนุกสนาน	4.12	0.80	มาก
4. ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	4.11	0.84	มาก
5. ชอบความเงียบสงบ	3.82	1.01	มาก
6. ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน	4.03	0.91	มาก

หมายเหตุ ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยที่กำหนดความสำคัญของปัจจัย ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินชีวิตในการชอบท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อนอยู่ในระดับที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 3.76 4.12 4.11 3.82 และ 4.03 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่ดีของผู้ตอบแบบสอบถามต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ (Attitude)

ตารางที่ 20 ระดับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลข้อมูล

ทัศนคติ	\bar{X}	S.D.	แปลผล (มีความคิดเห็นในระดับ)
1. การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	3.51	0.79	มาก
2. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	3.71	0.79	มาก
3. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก	3.84	0.78	มาก
4. สถานที่ในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิมีความเงียบสงบ ไม้ ร่วนวย เป็นส่วนตัว	3.82	0.83	มาก
5. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้	4.21	0.83	มาก
เฉลี่ยปัจจัยทัศนคติ	3.81	0.56	มาก

จากตารางที่ 20 แสดงระดับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในเรื่องของการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี มีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์

มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก เป็นต้น มีความเงียบสงบ ไม่วุ่นวาย เป็นส่วนตัว และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.51 3.71 3.84 3.82 และ 4.21 ตามลำดับ เฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในระดับมาก

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) ของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ตารางที่ 21 แสดงระดับความต้องการที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลข้อมูล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล (มีความต้องการใน ระดับ)
ด้านที่พักและบริการ			
1. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	3.61	0.82	มาก
2. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก	3.76	0.83	มาก
3. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการรักษาความปลอดภัย	3.93	0.84	มาก
4. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น น้ำไฟฟ้า	3.91	0.89	มาก

ตารางที่ 21 แสดงระดับความต้องการที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลข้อมูล(ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล (มีความต้องการในระดับ)
5. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง	3.91	0.88	มาก
6. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด	4.02	0.92	มาก
เฉลี่ยด้านที่พักและบริการ	3.85	0.61	มาก
ด้านราคา			
1. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก	3.69	0.85	มาก
2. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือกลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	3.79	0.83	มาก
3. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน	3.87	0.86	มาก
เฉลี่ยด้านราคา	3.78	0.69	มาก

ตารางที่ 21 แสดงระดับความต้องการที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลข้อมูล(ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล (มีความต้องการใน ระดับ)
ด้านการจัดจำหน่าย			
1. การคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก	3.77	0.91	มาก
2. สถานที่พักมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ	3.78	1.12	มาก
3. สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน	3.33	0.91	ปานกลาง
4. สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.78	0.89	มาก
5. สถานที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ	3.86	0.89	มาก
เฉลี่ยด้านการจัดจำหน่าย	3.70	0.67	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. ควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก	3.67	0.88	มาก
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ	3.80	0.87	มาก
3. สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่างๆร่วมกับนักท่องเที่ยว	3.82	0.87	มาก
4. มีส่วนลดต่างๆ ในการเข้าพัก	3.79	0.98	มาก
เฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	0.72	มาก

จากตารางที่ 21 แสดงระดับความต้องการที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้จำนวน 405 คน สามารถจำแนกข้อมูลได้ดังต่อไปนี้

ด้านที่พักและบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดในด้านที่พักและบริการพบว่าความต้องการให้สถานที่พักและบริการบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์ เป็นต้น มีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และมีความสะอาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.61 3.76 3.93 3.91 3.91 และ 4.02 ตามลำดับ เฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้สถานที่พักและบริการบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาพบว่าความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก มีราคาให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพักและราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้มาตรฐานใกล้เคียงกันอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.69 3.79 และ 3.87 ตามลำดับ เฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ราคาของสถานที่พักและบริการบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

ด้านการจัดจำหน่าย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดในด้านการจัดจำหน่ายพบว่าความต้องการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้มีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.77 3.78 3.78 และ 3.86 ตามลำดับ และปัจจัยที่มีความต้องการในระดับปานกลางคือ ความต้องการให้สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.33 เฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การจำหน่ายของสถานที่พักและบริการบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าความต้องการให้มีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยวและมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพักอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.67 3.80 3.82 และ 3.79 ตามลำดับ เฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การส่งเสริมการตลาดของสถานที่พักและบริการบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ (Behavior)

ตารางที่ 22 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ โดยแจกแจงจำนวน (คน) และค่าร้อยละ

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ในระยะเวลา 1 ปีท่านเข้าพัก ในที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิ		
ไม่เคย	269	66.4
นาน ๆ ครั้ง (1 -2 ครั้งต่อปี)	80	19.8
ปานกลาง (3 -4 ครั้งต่อปี)	40	9.9
บ่อย (5 -6 ครั้งต่อปี)	10	2.5
บ่อยมาก (มากกว่า 7 ครั้ง ต่อปี)	6	1.5
รวม	405	100
2. จำนวนคนที่เข้าพัก (คำถาม ปลายเปิด)		
จำนวนคนที่เข้าพักต่ำสุด คือ 1 คน	1	0.7
จำนวนคนที่เข้าพักสูงสุด คือ 50 คน	1	0.7
จำนวนคนเข้าพักเฉลี่ยคือ 7.33 คน หรือประมาณ 7 คน		
จำนวนคนที่เข้าพักที่ตอบ มากที่สุดคือจำนวน 5 คน	31	22.8

ตารางที่ 22 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ โดยแจกแจงจำนวน (คน) และค่าร้อยละ (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. จำนวนคืนที่เข้าพัก (คำถามปลายเปิด)		
จำนวนคืนที่เข้าพักต่ำสุดคือ 1 คืน	51	37.5
จำนวนคืนที่เข้าพักสูงสุดคือ 8 คืน	2	1.5
จำนวนคืนเข้าพักเฉลี่ยคือ 1.83 คืน หรือประมาณ 2 คืน		
จำนวนคืนที่เข้าพักที่ตอบมากที่สุดคือ 2 คืน	63	46.3
4. จำนวนค่าใช้จ่าย (คำถามปลายเปิด)		
จำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพักต่ำสุดคือ 100 บาท	2	1.5
จำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพักสูงสุดคือ 20,000 บาท	1	0.7
จำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพักเฉลี่ยคือ 2,322.42 บาท		
จำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพักที่ตอบมากที่สุดคือ 2,000 บาท	25	18.4

หมายเหตุ ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมในข้อจำนวนคนที่เข้าพัก จำนวนคืนที่เข้าพักและจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (ข้อ 2 – 4) จะพิจารณาเฉพาะผู้ที่ตอบว่าเคยเข้าพักในข้อที่ 1 คือ ในระยะเวลา 1 ปี ท่านเข้าพักในที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิบ่อยแค่ไหน ซึ่งมีจำนวนผู้ที่เคยเข้าพักในระดับต่าง ๆ รวมกันจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 33.58 จากจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

จากตารางที่ 22 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิพบว่า

พฤติกรรมการเข้าพักสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในระยะเวลา 1 ปีของผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ที่ไม่เคยเข้าพักสูงสุดจำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 66.40 ลำดับที่ 2 คือเคยเข้าพักนาน ๆ ครั้ง (1 – 2 ครั้งต่อปี) จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 ลำดับที่ 3 คือเคยเข้าพักปานกลาง (3 – 4 ครั้งต่อปี) จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 ลำดับที่ 4 เคยเข้าพักบ่อย (5 – 6 ครั้งต่อปี) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และลำดับสุดท้ายคือเคยเข้าพักบ่อยมาก (มากกว่า 7 ครั้งต่อปี) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ซึ่งเมื่อพิจารณาพฤติกรรมเฉพาะผู้ที่เคยเข้าพักสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 33.58 พบว่า

จำนวนคนที่ร่วมเข้าพักต่ำสุดคือเข้าพักจำนวน 1 คน จำนวนคนที่ร่วมเข้าพักสูงสุดคือเข้าพักจำนวน 50 คน และจำนวนคนที่เข้าพักเฉลี่ยคือ 7.33 คนหรือประมาณ 8 คน โดยจำนวนคนที่ร่วมเข้าพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมากที่สุดคือเข้าพัก 5 คน มีผู้ที่ตอบจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80

จำนวนคืนที่เข้าพักต่ำสุดคือเข้าพักจำนวน 1 คืน จำนวนคืนที่เข้าพักสูงสุดคือเข้าพักจำนวน 8 คืน และจำนวนคืนที่เข้าพักเฉลี่ยคือ 1.83 คืนหรือประมาณ 2 คืน โดยจำนวนคืนที่เข้าพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมากที่สุดคือเข้าพัก 2 คืน มีผู้ที่ตอบจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30

จำนวนค่าใช้จ่ายที่เข้าพักต่ำสุดคือจำนวน 100 บาท จำนวนค่าใช้จ่ายที่เข้าพักสูงสุดคือจำนวน 20,000 บาท และจำนวนค่าใช้จ่ายที่เข้าพักเฉลี่ยคือ 2,322.42 บาท โดยจำนวนค่าใช้จ่ายที่เข้าพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมากที่สุดคือ 2,000 บาท มีผู้ที่ตอบจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 18.40

6. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

6.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพสมรส เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ส่วนประสมทางการตลาด ทักษะคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

6.1.1 ด้านเพศ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ จะใช้การทดสอบค่าทีโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05

H_0 : เพศ ที่แตกต่างกันมีผลกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทักษะคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทักษะคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิที่ แตกต่าง

ตารางที่ 23 การทดสอบความแตกต่างด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต จำแนกตามเพศ

ตัวแปรรูปแบบการ ดำเนินชีวิต	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
1. ชอบการท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ	ชาย	3.93	0.94	0.426	403	.670
	หญิง	3.89	0.84			
2. ชอบการผจญภัย	ชาย	3.86	0.89	2.421	403	.016*
	หญิง	3.64	0.90			
3. ชอบความสนุกสนาน	ชาย	4.14	0.81	0.482	403	.630
	หญิง	4.10	0.79			
4. ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	ชาย	4.09	0.88	-0.483	403	.629
	หญิง	4.13	0.79			
5. ชอบความเงียบสงบ	ชาย	3.75	1.05	-1.505	403	.133
	หญิง	3.90	0.96			
6. ชอบการสังสรรค์กับ เพื่อน	ชาย	4.10	0.88	1.675	403	.095
	หญิง	3.95	0.93			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 ผลการเปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการผจญภัยที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X}_{ชาย} = 3.86$, $\bar{X}_{หญิง} = 3.64$, $p < .05$) และเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ

ตัวแปรส่วนประสมทาง การตลาด	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านที่พักและบริการ						
1. ท่านต้องการให้ สถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิมีความหลากหลาย ของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	ชาย	3.57	0.85	-0.945	403	.345
	หญิง	3.65	0.78			
2. ท่านต้องการให้ สถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิมีขนาดของที่พัก ให้เลือกมาก	ชาย	3.67	0.88	-2.139	403	.033*
	หญิง	3.85	0.75			
3. ท่านต้องการให้ สถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิมีการรักษาความ ปลอดภัย	ชาย	3.84	0.86	-2.054	403	.041*
	หญิง	4.02	0.81			
4. ท่านต้องการให้ สถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิมีสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ เช่น น้ำ ไฟฟ้า	ชาย	3.87	0.90	-0.799	403	.425
	หญิง	3.94	0.87			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ตัวแปรส่วนประสมทาง การตลาด	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
5. ท่านต้องการให้ สถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิมีการบริการที่ สุภาพ เป็นกันเอง	ชาย	3.90	0.93	-0.416	403	.678
	หญิง	3.93	0.82			
6. ท่านต้องการให้ สถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิมีความสะอาด	ชาย	3.97	0.94	-1.102	403	.271
	หญิง	4.07	0.90			
ด้านราคา						
1. ท่านต้องการให้ราคา ของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิมีความเหมาะสม กับขนาดและบรรยากาศ ของสถานที่พัก	ชาย	3.67	0.87	-0.417	403	.677
	หญิง	3.71	0.83			
2. ท่านต้องการให้ราคา ของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิให้เลือกลาก หลายตามลักษณะการ เข้าพัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	ชาย	3.73	0.88	-1.494	403	.136
	หญิง	3.85	0.78			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ตัวแปรส่วนประสมทาง การตลาด	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
3. ท่านต้องการให้ราคา ของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน	ชาย	3.84	0.85	-0.668	403	.505
	หญิง	3.90	0.88			
ด้านการจัดจำหน่าย						
1. การคมนาคมไปยัง สถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิมีความสะดวก	ชาย	3.75	0.91	-0.306	403	.760
	หญิง	3.78	0.91			
2. สถานที่พักมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ	ชาย	3.75	1.13	-0.610	403	.543
	หญิง	3.81	1.12			
3. สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน	ชาย	3.28	0.96	-1.100	403	.272
	หญิง	3.38	0.86			
4. สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว	ชาย	3.72	0.93	-1.330	403	.184
	หญิง	3.84	0.85			
5. สถานที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ	ชาย	3.83	0.91	-0.630	403	.529
	หญิง	3.89	0.87			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ตัวแปรส่วนประสมทาง การตลาด	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านการส่งเสริมการ ตลาด						
ชาย	ชาย	3.61	0.89	-1.393	403	.164
หญิง	หญิง	3.73	0.87			
1. ควรมีการโฆษณา เกี่ยวกับที่สถานที่พักให้ นักท่องเที่ยวรู้จัก	ชาย	3.76	0.88	-0.751	403	.453
หญิง	หญิง	3.83	0.85			
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยหน่วยงานรัฐ	ชาย	3.77	0.85	-1.173	403	.241
หญิง	หญิง	3.88	0.90			
3. สถานที่พักมีการจัด กิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับ นักท่องเที่ยว	ชาย	3.79	0.97	-0.105	403	.917
หญิง	หญิง	3.80	0.98			
4. มีส่วนลดต่าง ๆ ใน การเข้าพัก						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านที่พักและบริการ จากตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ ในด้านสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมากและมีการรักษาความปลอดภัยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\bar{X}_{ชาย} = 3.67$, $\bar{X}_{หญิง} = 3.85$ และ $\bar{X}_{ชาย} = 4.02$, $\bar{X}_{หญิง} = 3.84$, $p < .05$) และเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีการบริการที่สุภาพเป็นกันเอง และมีความสะอาดที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านราคา จากตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและ

บรรยากาศของสถานที่พัก มีราคาให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก เช่น บ้านพัก เต็นท์ เป็นต้น และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการจัดจำหน่าย จากตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 การทดสอบความแตกต่างด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ตัวแปรด้านทัศนคติ	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
1. การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	ชาย	3.53	0.83	0.586	403	.559
	หญิง	3.49	0.74			
2. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	ชาย	3.67	0.82	-0.967	403	.334
	หญิง	3.74	0.75			
3. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก	ชาย	3.83	0.80	-0.250	403	.803
	หญิง	3.85	0.77			
4. สถานที่ในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิมีความเงียบสงบไม่วุ่นวาย เป็นส่วนตัว	ชาย	3.78	0.85	-0.995	403	.321
	หญิง	3.87	0.81			
5. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้	ชาย	4.18	0.89	-0.904	403	.367
	หญิง	4.25	0.76			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี มีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก เป็นต้น มีความเงียบสงบ ไม้ร่วงวย เป็นส่วนตัว และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 26 การทดสอบความแตกต่างด้านพฤติกรรมในการเข้าพัก จำแนกตามเพศ

ตัวแปรด้านพฤติกรรม	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
1. ในระยะเวลา 1 ปีท่าน เข้าพักในที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิ	ชาย	2.66	0.88	1.3.29	134	.186
	หญิง	2.48	0.73			
2. จำนวนคนที่เข้าพัก	ชาย	7.042	6.732	-0.477	134	.634
	หญิง	7.654	8.185			
3. จำนวนคืนที่เข้าพัก	ชาย	1.915	1.242	0.998	134	.320
	หญิง	1.738	0.740			
4. ค่าใช้จ่ายในการเข้า พัก	ชาย	2454.225	3117.093	0.636	134	.526
	หญิง	2178.462	1652.956			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิตำนั้น

จากตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าพัก พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการเข้าพัก ในด้านระยะเวลา 1 ปีท่านเข้าพักในที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ จำนวนคนที่เข้าพัก จำนวนคืนที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6.1.2 ด้านอายุ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้านอายุ ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation Analysis) ซึ่งสามารถวัดความสัมพันธ์ได้โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เนื่องจากตัวแปรด้านอายุเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Ratio Scale)

H_0 : อายุและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : อายุและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัย รูปแบบการดำเนินชีวิต	อายุ		
	Pearson Correlation	Sig.	n
1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	-.053	.286	405
2. ชอบการผจญภัย	-.114*	.021*	405
3. ชอบความสนุกสนาน	-.089	.075	405
4. ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	-.005	.915	405
5. ชอบความเงียบสงบ	.027	.595	405
6. ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน	-.049	.329	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า ตัวแปรด้านอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านการชอบผจญภัยคือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม (Pearson Correlation = -.114) คือ ยิ่งผู้ตอบแบบ

สอบถามมีอายุมากขึ้น ยิ่งไม่ชอบการผจญภัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเจียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อนพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัย	อายุ		
	Pearson Correlation	Sig.	n
ด้านที่พักและบริการ			
1. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	.010	.835	405
2. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก	.068	.172	405
3. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการรักษาความปลอดภัย	.057	.256	405
4. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น น้ำ ไฟฟ้า	.025	.618	405
5. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง	.044	.374	405
6. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด	.101*	.042*	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	อายุ		
	Pearson Correlation	Sig.	n
ด้านราคา			
1. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก	.069	.168	405
2. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	.104*	.037*	405
3. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน	.091	.067	405
ด้านการจัดจำหน่าย			
1. การคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก	.082	.099	405
2. สถานที่พักมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ	.114*	.022*	405
3. สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน			
4. สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว	-.096	.053	405
5. สถานที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ	-.033	.510	405
	-.012	.811	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัย	อายุ		
	Pearson Correlation	Sig.	n
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. ควรมีการ โฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก	.099*	.047*	405
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ	.163*	.001*	405
3. สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว	.161*	.001*	405
4. มีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก	.119*	.016*	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านที่พักและบริการ จากตารางที่ 28 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการพบว่า ตัวแปรด้านอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Pearson Correlation = .101) คือ ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากขึ้น ยิ่งมีความต้องการให้สถานที่พักมีความสะอาดมากยิ่งขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และมีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านราคา จากตารางที่ 28 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาพบว่า ตัวแปรด้านอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือกละเอียดตามลักษณะการเข้าพัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Pearson Correlation = .104) คือ ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากขึ้น ยิ่งต้องการให้ราคาของสถานที่พักมี

ความหลากหลายตามลักษณะการเข้าพักมากยิ่งขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านการจัดจำหน่าย จากตารางที่ 28 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายพบว่า ตัวแปรด้านอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการให้มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Pearson Correlation = .114) คือ ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากขึ้น ยิ่งต้องการให้สถานที่พักมีที่จอดรถมากยิ่งขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากตารางที่ 28 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ตัวแปรด้านอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยคือต้องการให้มีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Pearson Correlation = .099 .163 .161 และ .119 ตามลำดับ) คือ ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากขึ้น ยิ่งต้องการให้มีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพักมากยิ่งขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัย ทัศนคติ	อายุ		
	Pearson Correlation	Sig.	n
1. การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	-.106*	.034*	405
2. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	-.077	.121	405
3. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก	.017	.737	405
4. สถานที่ในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิมีความเงียบ สงบ ไม้ร่มรื่น เป็นส่วนตัว	.106*	.034*	405
5. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้	.089	.073	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิพบว่า ตัวแปรด้านอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดีคือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน (Pearson Correlation = -.106) คือ ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากขึ้น กลับมีความคิดเห็นว่าการได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่ลดลง ที่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เป็นสถานที่ที่มีความเงียบ สงบ ไม้ร่มรื่น เป็นส่วนตัว คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Pearson Correlation = .106) คือ ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากขึ้น ยิ่งมีความคิดเห็นว่าอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเงียบสงบ ไม้ร่มรื่นมากยิ่งขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มี

ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านพฤติกรรมการเข้าพัก

ปัจจัย พฤติกรรม	อายุ		
	Pearson Correlation	Sig.	n
1. ในระยะเวลา 1 ปีท่านเข้าพักในที่พักริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ	.012	.891	136
2. จำนวนคนที่เข้าพัก	.191*	.026*	136
3. จำนวนคืนที่เข้าพัก	-.173*	.045*	136
4. ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก	.012	.889	136

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิตำนั้น

จากตารางที่ 30 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านพฤติกรรมการเข้าพักพบว่า ตัวแปรด้านอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านพฤติกรรมการเข้าพักในด้านจำนวนคนที่เข้าพัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Pearson Correlation = .191) คือ ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากขึ้น ยังมีจำนวนคนที่เข้าพักมากขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จำนวนคืนที่เข้าพัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน (Pearson Correlation = -.173) คือ ยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากขึ้น กลับมีจำนวนคืนในการเข้าพักลดน้อยลง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านอายุและปัจจัยด้านพฤติกรรมการเข้าพักในด้านระยะเวลา 1 ปีท่านเข้าพักในที่พักริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

6.1.3 ด้านระดับรายได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้านระดับรายได้ ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation Analysis) ซึ่งสามารถวัดความสัมพันธ์ได้โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman Correlation Coefficient) เนื่องจากตัวแปรด้านระดับรายได้เป็นข้อมูลระดับเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

H_0 : ระดับรายได้และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ระดับรายได้และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัย รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับรายได้		
	Spearman Correlations	Sig.	n
1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	.014	.782	405
2. ชอบการผจญภัย	-.095	.056	405
3. ชอบความสนุกสนาน	-.049	.327	405
4. ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	-.006	.900	405
5. ชอบความเงียบสงบ	-.025	.613	405
6. ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน	-.182*	.000*	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 31 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า ตัวแปรด้านระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านการชอบการสังสรรค์กับเพื่อนคือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน (Spearman

Correlation = -.182) คือผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้เพิ่มมากขึ้น กลับชอบการสังสรรค์กับเพื่อนลดน้อยลง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ และชอบความเจ็บสบ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัย	ระดับรายได้		
	Spearman Correlation	Sig.	n
ส่วนประสมทางการตลาด			
ด้านที่พักและบริการ			
1. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	.006	.901	405
2. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก	-.021	.671	405
3. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการรักษาความปลอดภัย	.015	.759	405
4. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น น้ำ ไฟฟ้า	-.015	.757	405
5. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง	.055	.268	405
6. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด	.082	.098	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสม
ทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับรายได้		
	Spearman Correlation	Sig.	n
ด้านราคา			
1. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสม กับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก	.131*	.008*	405
2. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือกหลากหลาย ตามลักษณะการเข้าพัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	.081	.101	405
3. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน	.058	.241	405
ด้านการจัดจำหน่าย			
1. การคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยาน แห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก	.052	.292	405
2. สถานที่พักมีที่จอดรถเพียงพอต่อความ ต้องการ	.035	.480	405
3. สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน			
4. สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว	-.205*	.000*	405
5. สถานที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ เพียงพอ	-.087	.080	405
	-.122*	.014*	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับรายได้		
	Spearman Correlation	Sig.	n
ส่วนประสมทางการตลาด			
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. ควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก	-.008	.878	405
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ	.126*	.011*	405
3. สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว	.032	.515	405
4. มีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก	.022	.664	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านที่พักและบริการ จากตารางที่ 32 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการพบว่า ไม่มีปัจจัยใดในตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านระดับรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านราคา จากตารางที่ 32 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาพบว่า ตัวแปรด้านระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Spearman Correlation = .131) คือผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้เพิ่มมากขึ้น ยิ่งต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พักมากขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านการจัดจำหน่าย จากตารางที่ 32 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายพบว่า ตัวแปรด้านระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการให้สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม (Spearman Correlation = -.205 และ -.122 ตามลำดับ) .131) คือผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้เพิ่มมากขึ้น กลับต้องการให้สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอลดน้อยลง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ และสถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากตารางที่ 32 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ตัวแปรด้านระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Spearman Correlation = .126) คือผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้เพิ่มมากขึ้น ยิ่งต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐมากยิ่งขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยวและมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัย ทัศนคติ	ระดับรายได้		
	Spearman Correlation	Sig.	n
1. การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้น ได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	-.049	.324	405
2. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	-.066	.184	405
3. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก	-.088	.078	405
4. สถานที่ในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิมีความเงียบสงบ ไม้วุ่นวาย เป็นส่วนตัว	.002	.969	405
5. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้	.137*	.006*	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 33 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิพบว่า ตัวแปรด้านระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการเป็นสถานที่ควรแก่การอนุรักษ์ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Spearman Correlation = .137) คือผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้เพิ่มมากขึ้น ยังมีความคิดเห็นว่าอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิควรแก่การอนุรักษ์มากขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี ยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีความเงียบสงบ ไม้วุ่นวาย เป็นส่วนตัว พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 34 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านพฤติกรรมในการเข้าพัก

ปัจจัย พฤติกรรม	ระดับรายได้		
	Spearman Correlation	Sig.	n
1. ในระยะเวลา 1 ปีท่านเข้าพักในที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ	-.098	.257	136
2. จำนวนคนที่เข้าพัก	.141	.100	136
3. จำนวนคืนที่เข้าพัก	.067	.442	136
4. ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก	-.035	.686	136

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิตำนั้น

จากตารางที่ 34 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับรายได้และปัจจัยด้านพฤติกรรมในการเข้าพักพบว่า ไม่มีปัจจัยใดในพฤติกรรมในการเข้าพัก ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านระดับรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

6.1.4 ด้านระดับการศึกษา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้านระดับการศึกษา ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation Analysis) ซึ่งสามารถวัดความสัมพันธ์ได้โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman Correlation Coefficient) เนื่องจากตัวแปรด้านระดับการศึกษาเป็นข้อมูลระดับเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

H_0 : ระดับการศึกษาและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทักษะและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ระดับการศึกษาและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทักษะและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัย รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับการศึกษา		
	Spearman Correlations	Sig.	n
1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	.214*	.000*	405
2. ชอบการผจญภัย	.143*	.004*	405
3. ชอบความสนุกสนาน	.154*	.002*	405
4. ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	.168*	.001*	405
5. ชอบความเงียบสงบ	.091	.068	405
6. ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน	-.076	.128	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 35 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า ตัวแปรด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน และ

ความต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Spearman Correlation = .214 .143 .154 และ .168 ตามลำดับ) คือผู้ตอบแบบสอบถามยังมีระดับการศึกษาสูงมากขึ้น ยิ่งชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน และความต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอมากขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัย	ระดับการศึกษา		
	Spearman Correlation	Sig.	n
ส่วนประสมทางการตลาด			
ด้านที่พักและบริการ			
1. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	.183*	.000*	405
2. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก	.038	.440	405
3. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการรักษาความปลอดภัย	.069	.166	405
4. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น น้ำ ไฟฟ้า	.089	.074	405
5. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง	.148*	.003*	405
6. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด	.121*	.015*	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วน
ประสมทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับการศึกษา		
	Spearman Correlation	Sig.	n
ด้านราคา			
1. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสม กับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก	.137*	.006*	405
2. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือกหลากหลาย ตามลักษณะการเข้าพัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	.061	.221	405
3. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน	.053	.290	405
ด้านการจัดจำหน่าย			
1. การคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยาน แห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก	.154*	.002*	405
2. สถานที่พักมีที่จอดรถเพียงพอต่อความ ต้องการ	.056	.262	405
3. สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน			
4. สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว	-.019	.705	405
5. สถานที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ เพียงพอ	.050	.312	405
	-.033	.506	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วน
ประสมทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับการศึกษา		
	Spearman Correlation	Sig.	n
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. ควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก	-.014	.773	405
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ	.018	.723	405
3. สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว	-.046	.355	405
4. มีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก	-.045	.368	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านที่พักและบริการ จากตารางที่ 36 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการพบว่า ตัวแปรด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีการบริการที่สุภาพเป็นกันเอง และมีความสะอาด คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Spearman Correlation = .183 .143 และ .121 ตามลำดับ) คือผู้ตอบแบบสอบถามยังมีระดับการศึกษาสูงมากขึ้น ยิ่งต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีการบริการที่สุภาพเป็นกันเอง และมีความสะอาดมากขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิจำนวนของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านราคา จากตารางที่ 36 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาพบว่า ตัวแปรด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยาน

แห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Spearman Correlation = .137) คือผู้ตอบแบบสอบถามยังมีระดับการศึกษาสูงมากขึ้น ยิ่งต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พักมากขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านการจัดจำหน่าย จากตารางที่ 36 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายพบว่า ตัวแปรด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Spearman Correlation = .154) คือผู้ตอบแบบสอบถามยังมีระดับการศึกษาสูงมากขึ้น ยิ่งต้องการให้การคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวกมากขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้าน มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากตารางที่ 36 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ไม่มีปัจจัยใดในตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กันกับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 37 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัย ทัศนคติ	ระดับการศึกษา		
	Spearman Correlation	Sig.	n
1. การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	.187*	.000*	405
2. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	.095	.057	405
3. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก	-.022	.625	405
4. สถานที่ในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิมีความเงียบสงบ ไม้รบกวน เป็นส่วนตัว	.031	.533	405
5. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้	.120*	.015*	405

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 37 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิพบว่า ตัวแปรด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และเป็นสถานที่ควรแก่การอนุรักษ์ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (Spearman Correlation = .187 และ .120 ตามลำดับ) คือผู้ตอบแบบสอบถามยังมีระดับการศึกษาสูงมากขึ้น ยังมีความคิดเห็นต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และเป็นสถานที่ควรแก่การอนุรักษ์มากขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์

มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีความเจ็บ สงบ ไม่วุ่นวาย เป็นส่วนตัว พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 38 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านพฤติกรรมการเข้าพักผ่อน

ปัจจัย พฤติกรรม	ระดับการศึกษา		
	Spearman Correlation	Sig.	n
1. ในระยะเวลา 1 ปีท่านเข้าพักผ่อนในที่พักผ่อนบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ	-.160	.063	136
2. จำนวนคนที่เข้าพักผ่อน	.026	.766	136
3. จำนวนคืนที่เข้าพักผ่อน	-.040	.646	136
4. ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักผ่อน	.039	.656	136

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักผ่อนในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิตำนั้น

จากตารางที่ 38 ผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านพฤติกรรมการเข้าพักผ่อนพบว่า ไม่มีปัจจัยใดในพฤติกรรมการเข้าพักผ่อน ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

6.1.5 ด้านอาชีพ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้านอาชีพ ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ก็จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทักษะ และพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทักษะ และพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 39 การทดสอบความแตกต่างด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	5	15.802	3.160	4.081	.001*
	ภายในกลุ่ม	399	308.998	.774		
	รวม	404	324.800			
2. ชอบการผจญภัย	ระหว่างกลุ่ม	5	11.600	2.320	2.918	.013*
	ภายในกลุ่ม	399	317.200	.795		
	รวม	404	328.800			
3. ชอบความสนุกสนาน	ระหว่างกลุ่ม	5	15.924	3.185	5.243	.000*
	ภายในกลุ่ม	399	242.387	.607		
	รวม	404	258.311			
4. ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	ระหว่างกลุ่ม	5	6.110	1.222	1.750	.122
	ภายในกลุ่ม	399	278.665	.698		
	รวม	404	284.775			
5. ชอบความเงียบสงบ	ระหว่างกลุ่ม	5	11.730	2.346	2.336	.041*
	ภายในกลุ่ม	399	400.749	1.004		
	รวม	404	412.479			
6. ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	5	10.688	2.138	2.649	.023*
	ภายในกลุ่ม	399	322.013	.807		
	รวม	404	332.701			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจัยชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ยของอาชีพที่มีความแตกต่างกับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่นๆ	รวม
1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	4.10	4.01	3.79	3.78	3.78	3.50	3.91
	S.D.	.91	.89	.77	.94	1.00	.78	.90
2. ชอบการผจญภัย	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.98	3.71	3.64	3.69	3.52	3.52	3.76
	S.D.	.91	.93	.79	.89	.90	.86	.90
3. ชอบความสนุกสนาน	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	4.30	4.05	3.88	4.35	3.70	3.98	4.12
	S.D.	.78	.85	.62	.72	.97	.75	.80
5. ชอบความเงียบสงบ	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.86	3.83	3.79	3.82	3.17	4.02	3.82
	S.D.	1.05	.98	.81	1.11	1.23	.86	1.01
6. ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	4.21	3.88	3.84	3.88	4.26	4.07	4.03
	S.D.	.86	.98	.81	.83	.75	1.04	.91

ตารางที่ 41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน กับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่น ๆ
1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	นักเรียน / นักศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9.31E-02 (.432)					
	พนักงานบริษัทเอกชน	.31* (.025*)	.22 (.140)				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.33* (.026*)	.24 (.130)	1.76E-02 (.918)			
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	.32 (.107)	.23 (.266)	1.05E-02 (.961)	-7.10E-03 (.975)		
	อื่น ๆ	.60* (.000*)	.51* (.001*)	.29 (.092)	.28 (.128)	.28 (.209)	
2. ชอบการผจญภัย	นักเรียน / นักศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.27* (.027*)					
	พนักงานบริษัทเอกชน	.34* (.016*)	7.48E-02 (.615)				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.28 (.057)	1.89E-02 (.904)	-5.59E-02 (.747)			
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	.46* (.024*)	.19 (.358)	.12 (.597)	.17 (.445)		
	อื่น ๆ	.46* (.003*)	.19 (.234)	.12 (.510)	.17 (.348)	.00 (1.000)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

ตารางที่ 41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน กับรูปแบบการดำเนินชีวิต (ต่อ)

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่น ๆ
3. ชอบความสนุกสนาน	นักเรียน / นักศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.25* (.017*)					
	พนักงานบริษัทเอกชน	.42* (.001*)	.17 (.182)				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-4.32E-02 (.740)	-.29* (.033*)	-.47* (.002*)			
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	.61* (.001*)	.36* (.049*)	.18 (.340)	.65* (.001*)		
	อื่น ๆ	.33* (.015*)	7.49E-02 (.593)	-9.90E-02 (.521)	.37* (.022*)	-28 (.156)	
5. ชอบความเงียบสงบ	นักเรียน / นักศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.95E-02 (.827)					
	พนักงานบริษัทเอกชน	6.62E-02 (.674)	3.67E-02 (.827)				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	4.29E-02 (.797)	1.35E-02 (.939)	-2.32E-02 (.905)			
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	.69* (.003*)	.66* (.005*)	.62* (.013*)	.64* (.012*)		
	อื่น ๆ	-.16 (.343)	-.19 (.288)	-.23 (.249)	-.21 (.319)	.85* (.001*)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

ตารางที่ 41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน กับรูปแบบการดำเนินชีวิต (ต่อ)

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่นๆ
6. ขอบการสังสรรค์กับเพื่อน	นักเรียน / นักศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.32* (.007*)					
	พนักงานบริษัทเอกชน	.36* (.011*)	3.82E-02 (.799)				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.33* (.028*)	5.43E-03 (.973)	-3.27E-02 (.851)			
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	-5.35E-02 (.792)	-.38 (.071)	-.42 (.061)	-.38 (.092)		
	อื่นๆ	.14 (.354)	-.18 (.260)	-.22 (.215)	-.19 (.310)	.20 (.394)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

จากตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านขอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายและอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .025 .026 และ .000 ตามลำดับซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .31 .33 และ .60 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ขอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายและอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .51 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการผจญภัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .027 .016 .024 และ .003 ตามลำดับซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .27 .34 .46 และ .46 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบการผจญภัยมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้านและอาชีพอื่น ๆ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบความสนุกสนาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .017 .001 .001 และ .015 ตามลำดับซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .25 .42 .61 และ .33 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบความสนุกสนานมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้านและอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .049 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .36 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบความสนุกสนานมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้านและอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .033 .002 .001 และ .022 ตามลำดับซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .29 .47 .65 และ

.37 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบความสนุกสนานมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้านและอาชีพอื่น ๆ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบความเงียบสงบ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายและอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .003 .005 .013 .012 และ .001 ตามลำดับซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.69 -.66 -.62 -.64 และ -.85 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้านมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบความเงียบสงบน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายและอาชีพอื่น ๆ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบสังสรรค์กับเพื่อน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .007 .011 และ .028 ตามลำดับซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .32 .36 และ .33 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบการสังสรรค์กับเพื่อนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย

ตารางที่ 42 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านที่พักและบริการ						
1. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	ระหว่างกลุ่ม	5	13.937	2.787	4.334	.001*
	ภายในกลุ่ม	399	256.641	.643		
	รวม	404	270.578			
2. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก	ระหว่างกลุ่ม	5	3.123	.625	.912	.473
	ภายในกลุ่ม	399	273.164	.685		
	รวม	404	276.286			
3. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	5	3.773	.755	1.068	.378
	ภายในกลุ่ม	399	282.005	.707		
	รวม	404	285.778			
4. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น น้ำ ไฟฟ้า	ระหว่างกลุ่ม	5	6.563	1.313	1.690	.136
	ภายในกลุ่ม	399	309.871	.777		
	รวม	404	316.435			
5. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีการบริการที่สุภาพเป็นกันเอง	ระหว่างกลุ่ม	5	5.262	1.052	1.369	.235
	ภายในกลุ่ม	399	306.713	.769		
	รวม	404	311.975			
6. ท่านต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด	ระหว่างกลุ่ม	5	7.501	1.500	1.790	.114
	ภายในกลุ่ม	399	334.341	.838		
	รวม	404	341.842			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 42 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านราคา						
1. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	5	6.682	1.336	1.866	.099
	ภายในกลุ่ม	399	285.738	.716		
	รวม	404	292.420			
2. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	ระหว่างกลุ่ม	5	5.929	1.186	1.719	.129
	ภายในกลุ่ม	399	275.232	.690		
	รวม	404	281.160			
3. ท่านต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน	ระหว่างกลุ่ม	5	5.465	1.093	1.484	.194
	ภายในกลุ่ม	399	293.858	.736		
	รวม	404	299.323			
ด้านการจัดจำหน่าย						
1. การคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5	11.701	2.340	2.913	.013*
	ภายในกลุ่ม	399	320.482	.803		
	รวม	404	332.183			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 42 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
2. สถานที่พักมีที่จอดรถเพียงพอสอดคล้องความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	5	27.113	5.423	4.481	.001*
	ภายในกลุ่ม	399	482.887	1.210		
	รวม	404	510.000			
3. สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	5	12.333	2.467	3.031	.011*
	ภายในกลุ่ม	399	324.645	.814		
	รวม	404	336.978			
4. สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	10.818	2.164	2.792	.017*
	ภายในกลุ่ม	399	309.182	.775		
	รวม	404	320.000			
5. สถานที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.866	.973	1.233	.293
	ภายในกลุ่ม	399	314.828	.789		
	รวม	404	319.694			
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
1. ควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก	ระหว่างกลุ่ม	5	8.119	1.624	2.118	.062
	ภายในกลุ่ม	399	305.881	.767		
	รวม	404	314.000			
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ	ระหว่างกลุ่ม	5	12.591	2.518	3.448	.005*
	ภายในกลุ่ม	399	291.399	.730		
	รวม	404	303.990			
3. สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	5	1.638	.328	.425	.831
	ภายในกลุ่ม	399	307.562	.771		
	รวม	404	309.200			
4. มีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก	ระหว่างกลุ่ม	5	4.229	.846	.887	.489
	ภายในกลุ่ม	399	380.349	.953		
	รวม	404	384.578			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านที่พักและบริการ อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ด้านราคา อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ด้านการจัดจำหน่าย อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน และสถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมการตลาด อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ยของอาชีพที่มีความแตกต่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด		นักเรียน / นัก ศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วน ตัว / ค่าขาย	แม่บ้าน / พ่อ บ้าน	อื่น ๆ	รวม
ด้านที่พักและบริการ								
1. มีความ หลากหลาย ของประเภทที่ พัก	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.77	3.76	3.43	3.41	3.22	3.46	3.61
	S.D.	.79	.86	.84	.81	.74	.66	.82
ด้านการจัด จำหน่าย								
1. การ คมนาคมไปยัง สถานที่พักมี ความสะดวก	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.84	3.97	3.48	3.55	3.70	3.76	3.77
	S.D.	.90	.69	1.00	1.10	1.06	.77	.91
2. มีที่จอดรถ เพียงพอต่อ ความต้องการ	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.86	3.94	3.29	3.45	4.00	4.07	3.78
	S.D.	1.02	.91	1.52	1.17	1.00	1.00	1.12
3. สถานที่พัก ใกล้แหล่ง ชุมชน	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.56	3.27	3.14	3.22	3.26	3.13	3.33
	S.D.	.94	.96	.80	.90	.96	.75	.91
4. สถานที่พัก ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.96	3.80	3.48	3.61	3.83	3.74	3.78
	S.D.	.92	.86	.84	.81	.89	.91	.89
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
2. มีการ ประชาสัมพันธ์ โดยหน่วยงาน รัฐ	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.73	3.94	3.60	3.57	3.91	4.13	3.80
	S.D.	.88	.85	.86	.89	.73	.78	.87

ตารางที่ 44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน กับ ส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วน ประสมทางการ ตลาด	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว / ค้า ขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่น ๆ
ด้านที่พักและ บริการ	นักเรียน / นัก ศึกษา						
1. ท่าน ต้องการให้ สถานที่พัก	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	1.51E-02 (.889)					
บริเวณอุทยาน แห่งชาติ	พนักงาน บริษัทเอกชน	.34* (.007*)	.32* (.016*)				
จังหวัดชัยภูมิมี ความหลากหลาย ของ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.36* (.007*)	.35* (.014*)	2.29E-02 (.883)			
ประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	แม่บ้าน / พ่อ บ้าน	.55* (.002*)	.54* (.004*)	.21 (.280)	.19 (.347)		
	อื่น ๆ	.31* (.022*)	.30* (.039*)	-2.55E-02 (.872)	-4.84E-02 (.769)	-.24 (.244)	
ด้านการจัด จำหน่าย	นักเรียน / นัก ศึกษา						
1. การ คมนาคมไปยัง สถานที่พัก	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	-.12 (.305)					
บริเวณอุทยาน แห่งชาติ	พนักงาน บริษัทเอกชน	.36* (.011*)	.49* (.001*)				
จังหวัดชัยภูมิมี ความสะดวก	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.29 (.050)	.42* (.009*)	-6.83E-02 (.695)			
	แม่บ้าน / พ่อ บ้าน	.15 (.462)	.27 (.192)	-.21 (.336)	-.14 (.524)		
	อื่น ๆ	8.36E-02 (.585)	.21 (.200)	-.28 (.117)	-.21 (.255)	-6.52E-02 (.776)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

ตารางที่ 44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน กับ ส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยส่วน ประสมทางการ ตลาด	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว / ค้า ขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่น ๆ
2. สถานที่พัก มีที่จอดรถเพียง พอต่อความ ต้องการ	นักเรียน / นัก ศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	-7.69E- 02 (.603)					
	พนักงาน บริษัทเอกชน	.57* (.001*)	.64* (.001*)				
	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.41* (.026*)	.49* (.012*)	-.16 (.466)			
	แม่บ้าน / พ่อ บ้าน	-.14 (.571)	-6.38E-02 (.803)	-.71* (.009*)	-.55* (.048*)		
	อื่น ๆ	-.21 (.273)	-.13 (.515)	-.77* (.000*)	-.62* (.007*)	-6.52E-02 (.817)	
3. สถานที่พัก ใกล้แหล่ง ชุมชน	นักเรียน / นัก ศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	.30* (.015*)					
	พนักงาน บริษัทเอกชน	.43* (.003*)	.13 (.396)				
	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.34* (.025*)	4.15E-02 (.794)	-8.66E-02 (.621)			
	แม่บ้าน / พ่อ บ้าน	.30 (.138)	5.09E-02 (.981)	-.12 (.581)	-3.64E-02 (.873)		
	อื่น ๆ	.43* (.005*)	.14 (.404)	7.50E-03 (.966)	9.41E-02 (.612)	.13 (.572)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

ตารางที่ 44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน กับ ส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยส่วน ประสมทางการ ตลาด	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว / ค้า ขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่น ๆ
4. สถานที่พัก ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	นักเรียน / นัก ศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	.16 (.183)					
	พนักงาน บริษัทเอกชน	.47* (.001*)	.32* (.033*)				
	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.34* (.020*)	.19 (.232)	-.13 (.449)			
	แม่บ้าน / พ่อ บ้าน	.13 (.515)	-2.82E-02 (.890)	-.34 (.114)	-.21 (.337)		
	อื่น ๆ	.22 (.151)	5.87E-02 (.711)	-.26 (.141)	.13 (.483)	8.70E-02 (.699)	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียน / นัก ศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	-.21 (.068)					
	พนักงาน บริษัทเอกชน	.12 (.362)	.33* (.020*)				
	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.15 (.279)	.36* (.016*)	3.20E-02 (.847)			
	แม่บ้าน / พ่อ บ้าน	-.19 (.332)	2.31E-02 (.907)	-.31 (.142)	-.34 (.115)		
	อื่น ๆ	-.40* (.006*)	-.19 (.207)	-.53* (.002*)	-.56* (.002*)	-.22 (.320)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

จากตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า

ด้านที่พักและบริการ

ปัจจัยต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .007 .007 .002 และ .022 ตามลำดับซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .34 .36 .55 และ .31 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามีความต้องการด้านที่พักและบริการ ในปัจจัยต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พักมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .016 .014 .004 และ .039 ตามลำดับซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .32 .35 .54 และ .30 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการด้านที่พักและบริการ ในปัจจัยต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พักมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ

ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .36 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามีความต้องการด้านการจัดจำหน่ายในการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวกมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .001 และ .009 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .49 และ .42 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการด้านการจัดจำหน่ายในการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวกมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย

ปัจจัยมีที่จอตลอดเพียงพต่อความต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .001 .001 .009 และ .000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.57 -.64 -.71 และ -.77 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความต้องการด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยมีที่จอตลอดเพียงพต่อความต้องการน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .026 .012 .048 และ .007 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.41 -.49 -.55 และ -.62 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย มีความต้องการด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยมีที่จอตลอดเพียงพต่อความต้องการน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และอาชีพอื่น ๆ

ปัจจัยสถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .015 .003 .025 และ .005 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .30 .43 .34 และ .43 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีความ

ต้องการด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยสถานที่พักใกล้แหล่งชุมชนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ

ปัจจัยสถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .001 และ .020 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .47 และ .34 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีความต้องการด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยสถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยวมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .033 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .32 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยสถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยวมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .020 และ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .33 และ .36 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .006 .002 และ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .40 .53 และ .56 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐมากกว่าผู้

ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย

ตารางที่ 45 การทดสอบความแตกต่างด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยทัศนคติ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	ระหว่างกลุ่ม	5	11.312	2.262	3.763	.002*
	ภายในกลุ่ม	399	239.888	.601		
	รวม	404	251.200			
2. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	ระหว่างกลุ่ม	5	7.013	1.403	2.295	.045*
	ภายในกลุ่ม	399	243.836	.611		
	รวม	404	250.849			
3. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก	ระหว่างกลุ่ม	5	5.046	1.009	1.654	.145
	ภายในกลุ่ม	399	243.522	.610		
	รวม	404	248.568			
4. สถานที่ในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิมี่ความเงียบสงบ ไม้ร่วนวายเป็นส่วนตัว	ระหว่างกลุ่ม	5	4.049	.810	1.174	.321
	ภายในกลุ่ม	399	275.151	.690		
	รวม	404	279.200			
5. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้	ระหว่างกลุ่ม	5	2.244	.449	.649	.663
	ภายในกลุ่ม	399	276.067	.692		
	รวม	404	278.311			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 45 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ในปัจจัยการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ยของอาชีพที่มีความแตกต่างกับปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัยทัศนคติ		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่น ๆ	รวม
1. ได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.67	3.53	3.50	3.49	3.00	3.30	3.51
	S.D.	.88	.79	.57	.74	.80	.66	.79
2. มีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	n	135	94	58	49	23	46	405
	Mean	3.87	3.65	3.59	3.67	3.65	3.50	3.70
	S.D.	.72	.91	.65	.77	.98	.72	.79s

ตารางที่ 47 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน กับ
ทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัยทัศนคติ	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว / ค้า ขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่น ๆ
1. การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	นักเรียน / นักศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.13 (.197)					
	พนักงานบริษัทเอกชน	.17 (.172)	3.19E-02 (.805)				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.18 (.172)	4.21E-02 (.758)	1.02E-02 (.946)			
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	.67* (.000*)	.53* (.003*)	.50* (.009*)	.49* (.013*)		
	อื่น ๆ	.36* (.006*)	.23 (.104)	.20 (.202)	.19 (.245)	-30 (.125)	
2. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	นักเรียน / นักศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.23* (.033*)					
	พนักงานบริษัทเอกชน	.29* (.019*)	6.27E-02 (.631)				
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	.20 (.125)	-2.45E-02 (.859)	-8.73E-02 (.565)			
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	.22 (.209)	-3.24E-03 (.986)	-6.60E-02 (.732)	2.13E-02 (.914)		
	อื่น ๆ	.37* (.005*)	.15 (.290)	8.62E-02 (.577)	.17 (.280)	.15 (.446)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

จากตารางที่ 47 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า

ปัจจัยทัศนคติการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .000 .003 .009 และ .013 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.67 -.53 -.50 และ -.49 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้านหรือพ่อบ้าน มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.36 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา

ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .033 .019 และ .005 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .23 .29 และ .37 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่น ๆ

ตารางที่ 48 การทดสอบความแตกต่างด้านพฤติกรรมในการเข้าพัก จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรด้านพฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ในระยะเวลา 1 ปี ท่านเข้าพักในที่พัก บริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.340	.268	.396	.851
	ภายในกลุ่ม	130	87.924	.676		
	รวม	135	89.265			
2. จำนวนคนที่เข้าพัก	ระหว่างกลุ่ม	5	278.318	55.664	1.006	.417
	ภายในกลุ่ม	130	7194.710	55.344		
	รวม	135	7473.028			
3. จำนวนคืนที่เข้าพัก	ระหว่างกลุ่ม	5	8.124	1.625	1.553	.178
	ภายในกลุ่ม	130	135.986	1.046		
	รวม	135	144.110			
4. ค่าใช้จ่ายในการเข้า พัก	ระหว่างกลุ่ม	5	73961640	14792328.010	2.454	.037*
	ภายในกลุ่ม	130	7.84E+08	6027865.071		
	รวม	135	8.58E+08			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเท่านั้น

จากตารางที่ 48 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมในการเข้าพัก พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการเข้าพัก ในปัจจัยค่าใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 49 ค่าเฉลี่ยของอาชีพที่มีความแตกต่างกับปัจจัยพฤติกรรมการเข้าพัก

ปัจจัย พฤติกรรม		นักเรียน / นัก ศึกษา	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่น ๆ	รวม
4. ค่าใช้ จ่ายในการ เข้าพัก	n	44	48	19	11	5	9	136
	Mean	2300.000	1853.125	3973.684	2668.182	1750.000	1344.444	2322.426
	S.D.	1452.944	1669.928	5338.939	1695.918	1876.166	856.024	2520.412

ตารางที่ 50 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ แตกต่างกัน กับ
พฤติกรรมในการเข้าพัก

ปัจจัยด้านพฤติ กรรม	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอก ชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว / ค้า ขาย	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	อื่น ๆ
4. ค่าใช้จ่ายใน การเข้าพัก	นักเรียน / นัก ศึกษา						
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	446.875 (.385)					
	พนักงาน บริษัทเอกชน	-1673.684* (.014*)	-2120.559* (.002*)				
	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	-368.182 (.657)	-815.057 (.323)	1305.502 (.163)			
	แม่บ้าน / พ่อ บ้าน	550.000 (.636)	103.125 (.929)	2223.684 (.074)	918.182 (.489)		
	อื่น ๆ	955.556 (.289)	508.681 (.569)	2629.240* (.009*)	1323.737 (.232)	405.556 (.768)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

จากตารางที่ 50 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า

ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig.เท่ากับ .014 .002 และ .009 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1673.684 2120.559 และ 2629.240 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมในการจ่ายค่าใช้จ่ายในการเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่น ๆ

6.1.6 ด้านสถานภาพ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้านสถานภาพ ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ก็จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาดทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาดทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 51 การทดสอบความแตกต่างด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.258	1.629	2.037	.132
	ภายในกลุ่ม	402	321.542	.800		
	รวม	404	324.800			
2. ชอบการผจญภัย	ระหว่างกลุ่ม	2	5.547	2.774	3.449	.033*
	ภายในกลุ่ม	402	323.253	.804		
	รวม	404	328.800			
3. ชอบความสนุกสนาน	ระหว่างกลุ่ม	2	9.134	4.567	7.368	.001*
	ภายในกลุ่ม	402	249.177	.620		
	รวม	404	258.311			
4. ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.564	1.782	2.548	.080
	ภายในกลุ่ม	402	281.211	.700		
	รวม	404	284.775			
5. ชอบความเงียบสงบ	ระหว่างกลุ่ม	2	.973	.486	.475	.622
	ภายในกลุ่ม	402	411.506	1.024		
	รวม	404	412.479			
6. ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน	ระหว่างกลุ่ม	2	3.186	1.593	1.943	.145
	ภายในกลุ่ม	402	329.516	.820		
	รวม	404	332.701			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 51 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกับรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ชอบการผจญภัย และชอบความสนุกสนานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 52 ค่าเฉลี่ยของสถานภาพที่มีความแตกต่างกับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต		โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
2. ชอบการผจญภัย	n	230	163	12	405
	Mean	3.85	3.64	3.42	3.76
	S.D.	.88	.92	.79	.90
3. ชอบความสนุกสนาน	n	230	163	12	405
	Mean	4.25	3.94	4.08	4.12
	S.D.	.76	.83	.79	.80

ตารางที่ 53 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพแตกต่างกันกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต	สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า
2. ชอบการผจญภัย	โสด			
	สมรส	.21* (.024*)		
	หม้าย/หย่า	.44 (.102)	.23 (.397)	
3. ชอบความสนุกสนาน	โสด			
	สมรส	.31* (.000*)		
	หม้าย/หย่า	.16 (.481)	-.14 (.539)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

จากตารางที่ 53 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการผจญภัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .024 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .21 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบการผจญภัยมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบความสนุกสนาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .31 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบความสนุกสนานมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส

ตารางที่ 54 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรด้านส่วนประสม ทางการตลาด	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านที่พักและบริการ						
1. ท่านต้องการให้สถานที่ พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลาย ของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	ระหว่างกลุ่ม	2	.707	.354	.527	.591
	ภายในกลุ่ม	402	269.870	.671		
	รวม	404	270.578			
2. ท่านต้องการให้สถานที่ พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิมีขนาดของ ที่พักให้เลือกมาก	ระหว่างกลุ่ม	2	.511	.256	.373	.689
	ภายในกลุ่ม	402	275.775	.686		
	รวม	404	276.286			
3. ท่านต้องการให้สถานที่ พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิมีการรักษา ความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2	1.314	.657	.928	.396
	ภายในกลุ่ม	402	284.464	.708		
	รวม	404	285.778			
4. ท่านต้องการให้สถานที่ พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิมีสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.100	.550	.701	.497
	ภายในกลุ่ม	402	315.335	.784		
	รวม	404	316.435			
5. ท่านต้องการให้สถานที่ พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิมีการบริการ ที่สุภาพ เป็นกันเอง	ระหว่างกลุ่ม	2	.699	.350	.451	.637
	ภายในกลุ่ม	402	311.276	.774		
	รวม	404	311.975			
6. ท่านต้องการให้สถานที่ พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิมีความ สะอาด	ระหว่างกลุ่ม	2	6.658	3.329	3.993	.019*
	ภายในกลุ่ม	402	335.184	.834		
	รวม	404	341.842			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 54 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

ตัวแปรด้านส่วนประสม ทางการตลาด	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านราคา						
1. ท่านต้องการให้ราคา ของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิมีความเหมาะสมกับ ขนาดและบรรยากาศของ สถานที่พัก	ระหว่างกลุ่ม	2	2.752	1.376	1.909	.150
	ภายในกลุ่ม	402	289.668	.721		
	รวม	404	292.420			
2. ท่านต้องการให้ราคา ของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิให้เลือกหลาก หลายตามลักษณะการเข้า พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์	ระหว่างกลุ่ม	2	3.058	1.529	2.210	.111
	ภายในกลุ่ม	402	278.102	.692		
	รวม	404	281.160			
3. ท่านต้องการให้ราคา ของสถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน	ระหว่างกลุ่ม	2	.299	.149	.201	.818
	ภายในกลุ่ม	402	299.025	.744		
	รวม	404	299.323			
ด้านการจัดจำหน่าย						
1. การคมนาคมไปยัง สถานที่พักบริเวณอุทยาน แห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	3.274	1.637	2.001	.137
	ภายในกลุ่ม	402	328.908	.818		
	รวม	404	332.183			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 54 การทดสอบความแตกต่างด้านส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

ตัวแปรด้านส่วนประสม ทางการตลาด	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
2. สถานที่พักมีที่จอดรถ เพียงพอต่อความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	2	9.789	4.894	3.934	.020*
	ภายในกลุ่ม	402	500.211	1.244		
	รวม	404	510.000			
3. สถานที่พักใกล้แหล่ง ชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	2	8.822	4.411	5.404	.005*
	ภายในกลุ่ม	402	328.156	.816		
	รวม	404	336.978			
4. สถานที่พักใกล้แหล่ง ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	.843	.421	.531	.589
	ภายในกลุ่ม	402	319.157	.794		
	รวม	404	320.000			
5. สถานที่พักสามารถรองรับ นักท่องเที่ยวได้เพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	2	.384	.192	.242	.786
	ภายในกลุ่ม	402	319.310	.794		
	รวม	404	319.694			
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
1. ควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับ ที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยว ที่รู้จัก	ระหว่างกลุ่ม	2	1.082	.541	.695	.500
	ภายในกลุ่ม	402	312.918	.778		
	รวม	404	314.000			
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยหน่วยงานรัฐ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.583	1.792	2.397	.092
	ภายในกลุ่ม	402	300.407	.747		
	รวม	404	303.990			
3. สถานที่พักมีการจัดกิจกรรม ต่าง ๆ ร่วมกับ นักท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	2.125	1.063	1.391	.250
	ภายในกลุ่ม	402	307.075	.764		
	รวม	404	309.200			
4. มีส่วนลดต่าง ๆ ในการ เข้าพัก	ระหว่างกลุ่ม	2	4.564	2.282	2.414	.091
	ภายในกลุ่ม	402	380.014	.945		
	รวม	404	384.578			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 54 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกับส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านที่พักและบริการ สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในปัจจุบัน ต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ด้านราคา สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ด้านการจัดจำหน่าย สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในปัจจุบันมีความต้องการมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ และสถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมการตลาด สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ยของสถานภาพที่มีความแตกต่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด		โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
ด้านที่พักและบริการ					
6. ต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด	n	230	163	12	405
	Mean	3.93	4.17	3.75	4.02
	S.D.	.92	.91	.87	.92
ด้านการจัดจำหน่าย					
2. สถานที่พักมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ	n	230	163	12	405
	Mean	3.64	3.96	3.83	3.78
	S.D.	1.19	.99	1.34	1.12
3. สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน	n	230	163	12	405
	Mean	3.41	3.26	2.58	3.33
	S.D.	.95	.84	.79	.91

ตารางที่ 56 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน
กับส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านส่วน ประสมทางการ ตลาด	สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า
ด้านที่พักและ บริการ 6. ท่านต้องการให้ สถานที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติ จังหวัดชัยภูมิ มีความสะอาด	โสด			
	สมรส	.25* (.009*)		
	หม้าย/หย่า	.18 (.515)	.42 (.123)	
ด้านการจัดจำหน่าย 2. สถานที่พักมีที่ จอดรถเพียงพอต่อ ความต้องการ	โสด			
	สมรส	.32* (.005*)		
	หม้าย/หย่า	-.19 (.566)	.13 (.697)	
3. สถานที่พักใกล้ แหล่ง ชุมชน	โสด			
	สมรส	.14 (.118)		
	หม้าย/หย่า	.83* (.002*)	.68* (.012*)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

จากตารางที่ 56 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า

ด้านที่พักและบริการ

ปัจจัยต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .25 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสมีความต้องการให้ สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มี สถานภาพโสด

ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยสถานที่พักมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ โสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผล ต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .32 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสมีความต้องการให้ สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการมากกว่าผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด

ปัจจัยสถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย หรือหย่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .83 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดมีความ ต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิใกล้แหล่งชุมชนมากกว่าผู้ตอบแบบ สอบถามที่มีสถานภาพหม้ายหรือหย่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ หม้ายหรือหย่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .68 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสมี ความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิใกล้แหล่งชุมชนมากกว่าผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายหรือหย่า

ตารางที่ 57 การทดสอบความแตกต่างด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรด้านทัศนคติ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. การท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี	ระหว่างกลุ่ม	2	2.521	1.260	2.037	.132
	ภายในกลุ่ม	402	248.679	.619		
	รวม	404	251.200			
2. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	2.548	1.274	2.063	.128
	ภายในกลุ่ม	402	248.301	.618		
	รวม	404	250.849			
3. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก	ระหว่างกลุ่ม	2	.996	.498	.809	.446
	ภายในกลุ่ม	402	247.572	.616		
	รวม	404	248.568			
4. สถานที่ในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิมิมีความเงียบสงบ ไม้รบกวน เป็นส่วนตัว	ระหว่างกลุ่ม	2	4.099	2.050	2.995	.051
	ภายในกลุ่ม	402	275.101	.684		
	รวม	404	279.200			
5. อุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้	ระหว่างกลุ่ม	2	1.475	.737	1.071	.344
	ภายในกลุ่ม	402	276.836	.689		
	รวม	404	278.311			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 57 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 58 การทดสอบความแตกต่างด้านพฤติกรรมในการเข้าพัก จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรด้านพฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ในระยะเวลา 1 ปีท่าน เข้าพักในที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิ	ระหว่างกลุ่ม	2	7.016E-02	3.508E-02	.052	.949
	ภายในกลุ่ม	133	89.195	.671		
	รวม	135	89.265			
2. จำนวนคนที่เข้าพัก	ระหว่างกลุ่ม	2	353.057	176.529	3.298	.040*
	ภายในกลุ่ม	133	7119.970	53.534		
	รวม	135	7473.028			
3. จำนวนคืนที่เข้าพัก	ระหว่างกลุ่ม	2	4.248	2.124	2.020	.137
	ภายในกลุ่ม	133	139.862	1.052		
	รวม	135	144.110			
4. ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก	ระหว่างกลุ่ม	2	15602321	7801160.300	1.232	.295
	ภายในกลุ่ม	133	8.42E+08	6330690.065		
	รวม	135	8.58E+08			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิตำหนัก

จากตารางที่ 58 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมในการเข้าพัก พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการเข้าพัก ในปัจจัยจำนวนคนในการเข้าพักแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 59 ค่าเฉลี่ยของสถานภาพที่มีความแตกต่างกับปัจจัยพฤติกรรมในการเข้าพัก

ปัจจัยพฤติกรรม		โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
2. จำนวนคนที่เข้าพัก	n	76	56	4	136
	Mean	6.270	8.250	14.750	7.335
	S.D.	4.127	9.163	20.205	7.440

ตารางที่ 60 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ แตกต่างกับ
กับพฤติกรรมในการเข้าพัก

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	สถานภาพ	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า
2. จำนวนคนที่เข้า พัก	โสด			
	สมรส	-1.980 (.127)		
	หม้าย/หย่า	-8.480* (.025*)	-6.500 (.088)	

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า Sig.

จากตารางที่ 60 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า

ปัจจัยจำนวนคนในการเข้าพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายหรือหย่าแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพบว่าค่า Sig. เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.480 ซึ่งหมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายหรือหย่ามีพฤติกรรมในการพักที่มีจำนวนคนเข้าพักมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด

6.2 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2

รูปแบบการใช้ชีวิตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพัก
ในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยการใช้วิธี ENTER คือ การใส่ตัวแปรเข้าไปพร้อมกันทุกตัวแปรที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยหากพบว่าตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ ปัจจัยรูปแบบการใช้ชีวิตที่มี 2 ตัวแปร (จากการสกัดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis) คือ ชอบความสนุก (Life1) และชอบความสงบ (Life2) มีผลต่อตัวแปรตามได้แก่ ทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ พฤติกรรมในการเข้าพัก (พิจารณาเฉพาะผู้ที่เคยเข้าพักเท่านั้น) ที่ประกอบด้วยจำนวนคนที่เข้าพัก จำนวนคืนที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ก็จะทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ โดยการพิจารณาจากค่า Durbin – Watson ซึ่งหากมีค่าเข้าใกล้ 2 นั่นคือ มีค่าในช่วง 1.5 ถึง 2.5 หมายความว่า ตัวแปรอิสระเป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วิณิชย์บัญชา , 2543) จึงไม่มีปัญหาในเรื่อง Multicollinearity

การถดถอยแบบพหุคูณ คือ วิธีการหาสมการที่สามารถใช้ประมาณหรือพยากรณ์ตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระระหว่าง 2 ตัวแปรขึ้นไป (ประกายรัตน์ สุวรรณ , 2548) โดยมีตัวแบบในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Model) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2547)

$$y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots b_k x_k + e$$

โดย	k	คือ	จำนวนตัวแปรอิสระที่ใช้ในสมการถดถอย
	y	คือ	ค่าของตัวแปรตาม
	x	คือ	ค่าของตัวแปรอิสระ
	b_0	คือ	ค่าคงที่ของสมการถดถอย
	b_i	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ i
	e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อน

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

$$\text{ทัศนคติ (Attitude)} = b_0 + b_1 \text{ Life1} + b_2 \text{ Life2}$$

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านจำนวนคนที่เข้าพัก

$$\text{จำนวนคนที่เข้าพัก} = b_0 + b_1 \text{ Life1} + b_2 \text{ Life2}$$

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านจำนวนคืนที่เข้าพัก

$$\text{จำนวนคืนที่เข้าพัก} = b_0 + b_1 \text{ Life1} + b_2 \text{ Life2}$$

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

$$\text{ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก} = b_0 + b_1 \text{ Life1} + b_2 \text{ Life2}$$

6.2.1 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

H_0 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่มีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

H_1 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ตารางที่ 61 การมีอิทธิพลของปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	46.223	2	23.112	110.752	.000*
Residual	83.889	402	.209		
Total	130.112	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 61 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ โดยการพิจารณาจากค่า Durbin – Watson ซึ่งพบว่า มีค่า 1.805 แสดงว่า ตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน ทำให้ไม่เกิดปัญหาที่ตัวแปรอิสระ จะมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity)

ตารางที่ 62 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีผลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

Model	b	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.605	.151		10.633	.000*
ชอบความสนุก (Life1)	.405	.036	.467	11.368	.000*
ชอบความสงบ (Life2)	.157	.023	.279	6.793	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 62 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยพหุคูณ อธิบายได้ว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบความสนุก (Life1) และชอบความสงบ (Life2) มีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบความสนุก (Life1) มากขึ้น จะมีทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมากขึ้น และปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบความสงบ (Life2) มากขึ้น จะมีทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมากขึ้น สามารถเขียนในรูปของสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\text{ทัศนคติ (Attitude)} = 1.605 + .405 \text{ Life1} + .157 \text{ Life2}$$

6.2.2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_0 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_1 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

ตารางที่ 63 การมีอิทธิพลของปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	47.236	2	23.631	.423	.656
Residual	7425.765	133	55.833		
Total	7473.028	135			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเท่านั้น จากตารางที่ 63 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .656 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.2.3 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_0 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_1 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

ตารางที่ 64 การมีอิทธิพลของปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	3.176	2	1.588	1.499	.227
Residual	140.934	133	1.060		
Total	144.110	135			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเท่านั้น

จากตารางที่ 64 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .227 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.2.4 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

H_0 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

H_1 : ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

ตารางที่ 65 การมีอิทธิพลของปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	5296009.8	2	2648004.909	.413	.662
Residual	8.52E+08	133	6408181.124		
Total	8.58E+08	135			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเท่านั้น

จากตารางที่ 65 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .662 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.3 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 3

ส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยการใช้วิธี ENTER คือ การใส่ตัวแปรเข้าไปพร้อมกันทุกตัวแปรที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยหากพบว่าตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี 4 ตัวแปร (จากการสกัดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis) คือ ตัวแปรด้านที่พักและบริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อตัวแปรตามได้แก่ ทัศนคติที่คัดต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ พฤติกรรมในการเข้าพัก (พิจารณาเฉพาะผู้ที่เคยเข้าพักเท่านั้น) ที่ประกอบด้วยจำนวนคนที่เข้าพัก จำนวนคืนที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ก็จะทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ โดยการพิจารณาจากค่า Durbin – Watson ซึ่งหากมีค่าเข้าใกล้ 2 นั่นคือ มีค่าในช่วง 1.5 ถึง 2.5 หมายความว่า ตัวแปรอิสระเป็นอิสระต่อกันจึงไม่มีปัญหาเรื่อง Multicollinearity

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

$$\text{ทัศนคติ (Attitude)} = b_0 + b_1 \text{ Product} + b_2 \text{ Price} + b_3 \text{ Place} + b_4 \text{ Promotion}$$

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านจำนวนคนที่เข้าพัก

$$\text{จำนวนคนที่เข้าพัก} = b_0 + b_1 \text{ Product} + b_2 \text{ Price} + b_3 \text{ Place} + b_4 \text{ Promotion}$$

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านจำนวนคืนที่เข้าพัก

$$\text{จำนวนคืนที่เข้าพัก} = b_0 + b_1 \text{ Product} + b_2 \text{ Price} + b_3 \text{ Place} + b_4 \text{ Promotion}$$

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

$$\text{ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก} = b_0 + b_1 \text{ Product} + b_2 \text{ Price} + b_3 \text{ Place} + b_4 \text{ Promotion}$$

6.3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ตารางที่ 66 การมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	57.405	4	14.351	78.955	.000*
Residual	72.707	400	.182		
Total	130.112	404			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 66 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ โดยการพิจารณาจากค่า Durbin – Watson ซึ่งพบว่ามีค่า 1.726 แสดงว่า ตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน ทำให้ไม่เกิดปัญหาที่ตัวแปรอิสระจะมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity)

ตารางที่ 67 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

Model	b	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.287	.150		8.597	.000*
Product	.431	.048	.466	8.903	.000*
Price	2.273E-02	.042	.028	.538	.591
Place	.220	.041	.262	5.427	.000*
Promotion	-8.902E-03	.036	-.010	-.223	.823

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 67 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยพหุคูณ อธิบายได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน Product และ Place มีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความต้องการของส่วนประสมทางการตลาดด้าน Product มากขึ้น จะมีทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมากขึ้น และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน Place มากขึ้น จะมีทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมากขึ้น สามารถเขียนในรูปของสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\text{ทัศนคติ (Attitude)} = 1.287 + .431 \text{ Product} + 2.273\text{E-}02\text{Price} + .220 \text{ Place} - 8.902\text{E-}03 \text{ Promotion}$$

6.3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

ตารางที่ 68 การมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	653.632	4	163.408	3.139	.017*
Residual	6819.395	131	52.056		
Total	7473.028	135			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเท่านั้น

จากตารางที่ 68 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .017 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ โดยการพิจารณาจากค่า Durbin - Watson ซึ่งพบว่ามีค่า 1.947 แสดงว่า ตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน ทำให้ไม่เกิดปัญหาที่ตัวแปรอิสระจะมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity)

ตารางที่ 69 ค่าสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

Model	b	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	-.214	4.677		-.046	.963
Product	3.936	1.478	.317	2.664	.009*
Price	.836	1.127	.086	.741	.460
Place	-1.605	1.159	-.137	-1.0384	.169
Promotion	-1.531	1.023	-.160	-1.497	.137

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 69 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยพหุคูณ อธิบายได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน Product มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีส่วนประสมทางการตลาดด้าน Product มากขึ้น จะมีพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพักมากขึ้น สามารถเขียนในรูปของสมการถดถอยได้ดังนี้
จำนวนคนที่เข้าพัก = $-.214 + 3.936 \text{ Product} + .836 \text{ Price} - 1.605 \text{ Place} - 1.531 \text{ Promotion}$

6.3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

ตารางที่ 70 การมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	4.825	4	1.206	1.134	.343
Residual	139.285	131	1.063		
Total	144.110	135			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิตำนั้น

จากตารางที่ 70 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .343 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

ตารางที่ 71 การมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	44041367	4	11010341.731	1.773	.138
Residual	8.14E+08	131	6210249.865		
Total	8.58E+08	135			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเท่านั้น

จากตารางที่ 71 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .138 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.4 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 4

ทัศนคติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) คือ การศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยตัวแปรตัวหนึ่งคือตัวแปรตาม และอีกตัวหนึ่ง คือตัวแปรอิสระที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม โดยมีปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ (จากการสกัดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis) คือ ทัศนคติ (Attitude) เป็นตัวแปรอิสระ และมีตัวแปรตามได้แก่ พฤติกรรมในการเข้าพัก (พิจารณาเฉพาะผู้ที่เคยเข้าพักเท่านั้น) ที่ประกอบด้วยจำนวนคนที่เข้าพัก จำนวนคืนที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ซึ่งมีตัวแบบในการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย

$$y = b_0 + b_1 x_1 + e$$

โดย	y	คือ	ค่าของตัวแปรตาม
	x	คือ	ค่าของตัวแปรอิสระ
	b_0	คือ	ค่าคงที่ของสมการถดถอย
	b_1	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ
	e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อน

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม
ในด้านจำนวนคนที่เข้าพัก

$$\text{จำนวนคนที่เข้าพัก} = b_0 + b_1 \text{ Attitude}$$

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม
ในด้านจำนวนคืนที่เข้าพัก

$$\text{จำนวนคืนที่เข้าพัก} = b_0 + b_1 \text{ Attitude}$$

ตัวแบบสมการถดถอยปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม
ในด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

$$\text{ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก} = b_0 + b_1 \text{ Attitude}$$

6.4.1 ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_0 : ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

H_1 : ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

ตารางที่ 72 การมีอิทธิพลของปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	36.189	1	36.189	.652	.421
Residual	7436.839	134	55.499		
Total	7473.028	135			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเท่านั้น

จากตารางที่ 72 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ กับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .421 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.4.2 ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

H_0 : ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

H_1 : ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

ตารางที่ 73 การมีอิทธิพลของปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	3.765	1	3.765	3.594	.060
Residual	140.346	134	1.047		
Total	144.110	135			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเท่านั้น

จากตารางที่ 73 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ กับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .060 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.4.3 ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

H_0 : ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

H_1 : ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

ตารางที่ 74 การมีอิทธิพลของปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิที่มีต่อพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	36345.975	1	36345.975	.006	.940
Residual	8.58E+08	134	6399610.099		
Total	8.58E+08	135			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ พิจารณาเฉพาะแบบสอบถามของผู้ที่เคยเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิตำนั้น

จากตารางที่ 74 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ กับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .940 ซึ่งมากกว่า .05 หมายความว่า ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

6.5 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 5

รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภครายใหม่ในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) เพื่อหาสมการเชิงเส้นในการใช้พยากรณ์ผู้บริโภครายใหม่ในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ โดยใช้ตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการจำแนกกลุ่มคือ ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต 2 ตัวแปร (จากการสกัดตัวแปรด้วยวิธี Factor Analysis) คือ ชอบความสนุก (Life1) และชอบความสงบ (Life2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4 ตัวแปร คือ Product Price Place และ Promotion และปัจจัยทัศนคติ (Attitude) สำหรับฟังก์ชันการจำแนกกลุ่มจะอยู่ในรูปเชิงเส้นดังนี้

$$D = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_px_p$$

โดยที่	D	คือ	ตัวแปรตามหรือที่เรียกว่า Discriminant Score
	b_i	คือ	สัมประสิทธิ์ของสมการจำแนกกลุ่ม
	x_i	คือ	ตัวแปรอิสระหรือเรียกว่า ตัวแปรจำแนกกลุ่ม (Discriminant Variable)
	p	คือ	จำนวนตัวแปรจำแนกกลุ่ม
	k	คือ	จำนวนกลุ่ม

ตัวแบบสมการเชิงเส้น

$$D = a + b_1\text{Life1} + b_2\text{Life2} + b_3 \text{Product} + b_4\text{Price} + b_5\text{Place} + b_6 \text{Promotion} + b_7\text{Attitude}$$

ตารางที่ 75 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระในกลุ่มที่ 1(ผู้ที่ไม่เคยเข้าใช้บริการ) และกลุ่มที่ 2 (ผู้ที่เคยเข้าใช้บริการ)

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
Life 1	.992	3.265	1	403	.072
Life2	.999	.370	1	403	.543
Attitude	.968	13.307	1	403	.000*
Product	.937	26.915	1	403	.000*
Price	.976	9.884	1	403	.002*
Place	.999	.394	1	403	.530
Promotion	1.000	.009	1	403	.925

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 75 แสดงการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระในกลุ่มที่ 1 (ผู้ที่ไม่เคยเข้าใช้บริการ) และกลุ่มที่ 2 (ผู้ที่เคยเข้าใช้บริการ) พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปร Attitude Product และ Price ในกลุ่มที่ 1แตกต่างกับกลุ่มที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากค่า Sig. เท่ากับ .000 .000 และ .002 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า .05 และค่าเฉลี่ยของตัวแปร Life 1 Life2 Place และ Promotion ในกลุ่มที่ 1 ไม่แตกต่างกันกับกลุ่มที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากค่า Sig. เท่ากับ .072 .543 .530 และ .925 ซึ่งมากกว่า .05 ดังนั้นจึงพิจารณาเฉพาะ 3 ตัวแปรได้แก่ ตัวแปร Attitude Product และ Price ในการสร้างสมการเชิงเส้นเพื่อใช้ในการพยากรณ์ผู้บริโภครายใหม่

ตารางที่ 76 สัดส่วนความผันแปรของ Discriminant Score (D)

Test of function(s)	Wilks' Lambda	Chi - square	df	Sig.
1	.937	26.334	3	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 76 แสดงสัดส่วนความผันแปรของ Discriminant Score (D) พบว่า ค่า Wilks' Lambda เท่ากับ .937 จะใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระทุกตัว (ตัวแปร Attitude Product และ Price) ในกลุ่มที่ 1 (ผู้ที่ไม่เคยเข้าใช้บริการ) และกลุ่มที่ 2 (ผู้ที่เคยเข้าใช้บริการ) ไม่แตกต่างกันนั้นมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานดังกล่าว นั่นคือ ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระทุกตัวในกลุ่มที่ 1 (ผู้ที่ไม่เคยเข้าใช้บริการ) และกลุ่มที่ 2 (ผู้ที่เคยเข้าใช้บริการ) มีความแตกต่างกัน จึงสามารถนำตัวแปรทั้งหมดหาสมการเชิงเส้นได้

ตารางที่ 77 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Canonical (Canonical Discriminant Function Coefficient) ค่าสัมประสิทธิ์ที่อยู่ในรูปมาตรฐาน (Standardized Canonical Discriminant Function Coefficient) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปร Canonical

	Canonical Discriminant Function Coefficient	(Standardized Canonical Discriminant Function Coefficient	Correlation
	Function	Function	Function
	1	1	1
Attitude	.270	.151	.993
Product	1.561	.930	.698
Price	-.069	-.047	.601
(Constant)	-6.792		

จากตารางที่ 77 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร Canonical (Canonical Discriminant Function Coefficient) สามารถนำมาสร้างสมการเชิงเส้นได้ดังนี้

$$D = -6.792 + 0.270\text{Attitude} + 1.561\text{Product} - 0.069\text{Price}$$

ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ในสมการดังกล่าวยังเป็นค่าที่อยู่ในรูป Unstandardized ทำให้ไม่สามารถระบุตัวแปรใดอิสระตัวใดมีอิทธิพลต่อการแบ่งกลุ่มมาก แต่เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ที่อยู่ในรูปมาตรฐาน (Standardized Canonical Discriminant Function Coefficient) พบว่า ตัวแปร Product มีอิทธิพลต่อการแบ่งกลุ่มมากที่สุด และ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปร Canonical พบว่า ตัวแปร Attitude มีความสัมพันธ์กับตัวแปร Canonical มากที่สุด และตัวแปร Price มีความสัมพันธ์กับตัวแปร Canonical น้อยที่สุด

ตารางที่ 78 ความสามารถในการพยากรณ์ (Classification Results)

			Predicted Group		Total
			Membership		
			1.00 (ไม่เคยเข้าพัก)	2.00 (เคยเข้าพัก)	
Original	Count	1.00	164	105	269
		2.00	50	86	136
	%	1.00	61.0	39.0	100.0
		2.00	36.8	63.2	100.0
Cross-validated	Count	1.00	163	106	269
		2.00	50	86	136
	%	1.00	60.6	39.4	100.0
		2.00	36.8	63.2	100.0

a Cross validation is done only for those cases in the analysis. In cross validation, each case is classified by the functions derived from all cases other than that case.

b 61.7% of original grouped cases correctly classified.

c 61.5% of cross-validated grouped cases correctly classified.

จากตารางที่ 78 แสดงความสามารถในการอธิบายถึงค่าร้อยละที่ถูกต้องในการพยากรณ์ของสมการจำแนกกลุ่มคือ ถ้าใช้วิธี Original จะพยากรณ์ถูกต้องเฉลี่ย 61.7% และถ้าใช้วิธี Cross - validated จะพยากรณ์ถูกต้องเฉลี่ย 61.5%