

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ” สรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 52.3 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 47.7 โดยอายุเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามคือ 31.22 ปี อายุที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดได้แก่อายุ 18 ปี 20 ปี และ 19 ปีตามลำดับ มีระดับรายได้อยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือระดับรายได้ที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 34.6 มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่ามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาคือระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 36.8 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานเรียนหรือนักศึกษามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 23.2 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคือสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 40.2

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ตนเองมีอยู่ในด้านการชอบท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเงียบสงบและชอบการสังสรรค์กับเพื่อนอยู่ในระดับที่มาก คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50 – 4.49 ซึ่งมีความหมายว่ามีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในเรื่องของการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี มีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลาย

หลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก เป็นต้น มีความเงียบสงบ ไม่วุ่นวาย เป็นส่วนตัว และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้อยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50 – 4.49 ซึ่งมีความหมายว่ามีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก และเมื่อเฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในระดับมาก

ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของสถานที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านที่พักและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก เช่น บ้านพัก เต็นท์ เป็นต้น มีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และมีความสะอาดอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50 – 4.49 ซึ่งมีความหมายว่ามีความต้องการในระดับมาก และเมื่อเฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้สถานที่พักและบริการบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจุบันต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก มีราคาให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพักและราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้มาตรฐานใกล้เคียงกันอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50 – 4.49 ซึ่งมีความหมายว่ามีความต้องการในระดับมาก และเมื่อเฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ราคาของสถานที่พักและบริการบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจุบันต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้มีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพออยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50 – 4.49 ซึ่งมีความหมายว่ามีความต้องการในระดับมาก และมีความต้องการให้สถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.50 – 3.49 ซึ่งมีความหมายว่ามีความต้องการในระดับปานกลาง และเมื่อเฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การจัดจำหน่ายของสถานที่พักและบริการบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจุบันต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้มีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยวและมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพักอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง

3.50 – 4.49 ซึ่งมีความหมายว่ามีความต้องการในระดับมาก และเมื่อเฉลี่ยโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การส่งเสริมการตลาดของสถานที่พักและบริการบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

เมื่อนำค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละปัจจัยมาจัดอันดับพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 3.85 อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีค่าเฉลี่ย 3.81 อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.78 อันดับที่ 4 คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.76 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.70 เป็นอันดับสุดท้าย

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 405 คนมีผู้ที่เคยเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในรอบระยะเวลา 1 ปีจำนวน 136 คนคิดเป็นร้อยละ 33.58 และมีพฤติกรรมในการเข้าพักครั้งนี้คือมีจำนวนคนที่เข้าพักเฉลี่ย 7.33 คน จำนวนคืนที่เข้าพักเฉลี่ย 1.83 คืน และจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพักเฉลี่ย 2,322.42 บาท

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพสมรส เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ส่วนประสมทางการตลาด ทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ

1.1.1 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศกับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.1.1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการผจญภัยที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.1.1.2 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.1.2 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1.1.2.1 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ

(1) เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก และมีการรักษาความปลอดภัยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(2) เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง และมีความสะอาดที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.1.2.2 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

(1) เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก มีราคาให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก เช่น บ้านพัก เต็นท์ เป็นต้น และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.1.2.3 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

(1) เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.1.2.4 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

(1) เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.1.3 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศกับปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

1.1.3.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี มีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ป่า น้ำตก เป็นต้น มีความเงียบสงบ ไม้ร่วนวย เป็นส่วนตัว และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.1.4 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศกับปัจจัยพฤติกรรมในการเข้าพัก

1.1.4.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการเข้าพัก ในด้านระยะเวลา 1 ปีทำนเข้าพักในที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ จำนวนคนที่เข้าพัก จำนวนคืนที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ

1.2.1 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุกับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.2.1.1 อายุและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านการชอบผจญภัย พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.1.2 อายุและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.2 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1.2.2.1 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ

(1) อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

(2) อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความ

หลากหลายของประเภทที่พัก มีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และมีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.2.2 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

(1) อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

(2) อายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.2.3 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

(1) อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการให้มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

(2) อายุและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.2.4 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

(1) อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยคือต้องการให้มีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.3 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุกับปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

1.2.3.1 อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.3.2 อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านเป็นสถานที่ที่มีความเงียบ สงบ ไม้วุ่นวาย เป็นส่วนตัว คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.3.3 อายุและปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.4 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุกับปัจจัยพฤติกรรมในการเข้าพัก

1.2.4.1 อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านพฤติกรรมในการเข้าพักในด้านจำนวนคนที่เข้าพัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.4.2 อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านพฤติกรรมในการเข้าพักในด้านจำนวนคืนที่เข้าพัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.2.4.3 อายุและปัจจัยด้านพฤติกรรมในการเข้าพักในด้านระยะเวลา 1 ปี ท่านเข้าพักในที่พักริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้

1.3.1 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้กับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.3.1.1 ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านการชอบการสังสรรค์กับเพื่อนคือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3.1.2 ระดับรายได้และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ และชอบความเงียบสงบ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3.2 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้กับปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด

1.3.2.1 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้กับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ

(1) ไม่มีปัจจัยใดในตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พัก
และบริการที่มีความสัมพันธ์กันกับตัวแปรด้านระดับรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3.2.2 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้กับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

(1) ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทาง
การตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัด
ชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียว
กัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

(2) ระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้าน
ราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิให้เลือก
หลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์
กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3.2.3 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้กับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

(1) ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทาง
การตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการให้สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน และสามารถรองรับ
นักท่องเที่ยวได้เพียงพอ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

(2) ระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้าน
การจัดจำหน่ายในด้านความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัด
ชัยภูมิมีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ และสถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว พบ
ว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3.2.4 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้กับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

(1) ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทาง
การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ คือมีความ
สัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

(2) ระดับรายได้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3.3 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้กับปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

1.3.3.1 ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการเป็นสถานที่ควรแก่การอนุรักษ์ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3.3.2 ระดับรายได้และปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี ยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีความเงียบ สงบ ไม้ร่วนวาย เป็นส่วนตัว พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.3.4 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับรายได้กับปัจจัยพฤติกรรมในการเข้าพัก

1.3.4.1 ไม่มีปัจจัยใดในพฤติกรรมในการเข้าพัก ที่มีความสัมพันธ์กันกับตัวแปรด้านระดับรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา

1.4.1 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.4.1.1 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน และความต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.4.1.2 ระดับการศึกษาและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.4.2 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1.4.2.1 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ

(1) ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ มีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีการบริการที่สุภาพเป็นกันเอง และมีความสะอาด คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

(2) ระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย และมีถึงอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.4.2.2 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

(1) ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

(2) ระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.4.2.3 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

(1) ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

(2) ระดับการศึกษาและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้าน มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.4.2.4 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

(1) ไม่มีปัจจัยใดในตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กันกับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.4.3 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

1.4.3.1 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และเป็นสถานที่ควรแก่การอนุรักษ์ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.4.3.2 ระดับการศึกษาและปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีความเงียบสงบ ไม่วุ่นวาย เป็นส่วนตัว พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.4.4 ทดสอบความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับปัจจัยพฤติกรรมในการเข้าพัก

1.4.4.1 ไม่มีปัจจัยใดในพฤติกรรมในการเข้าพัก ที่มีความสัมพันธ์กันกับตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

1.5 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ

1.5.1 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.5.1.1 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจัยชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.5.2 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1.5.2.1 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ

(1) อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.5.2.2 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

(1) อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน ราคาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.5.2.3 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

(1) อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดใน ปัจจัยการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก มีที่จอดรถ เพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน และสถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว ที่แตก ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.5.2.4 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

(1) อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดใน ปัจจัยควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.5.3 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับปัจจัยทัศนคติที่ดี ต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

1.5.3.1 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัด ชัยภูมิ ในปัจจัยการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมินั้น ได้รับการดูแลความปลอดภัยจาก เจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.5.4 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับปัจจัยพฤติกรรม ในการเข้าพัก

1.5.4.1 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการเข้าพัก ในปัจจัยค่า ใช้จ่ายในการเข้าพักแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.6 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ

1.6.1 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับปัจจัยรูปแบบ การดำเนินชีวิต

1.6.1.1 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจัย ชอบการผจญภัย และชอบความสนุกสนานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.6.2 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด

1.6.2.1 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ

(1) สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดใน
ปัจจัยต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาดที่แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญที่ระดับ .05

1.6.2.2 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

(1) สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.6.2.3 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

(1) สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดใน
ปัจจัยมีความต้องการมีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ และสถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน ที่แตก
ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.6.2.4 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

(1) สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด
ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.6.3 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับปัจจัยทัศนคติ
ที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

1.6.3.1 สถานภาพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติ
จังหวัดชัยภูมิ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.6.4 ทดสอบความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับปัจจัยพฤติ
กรรมในการเข้าพัก

1.6.4.1 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการเข้าพัก ใน
ปัจจัยจำนวนคนในการเข้าพักแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 รูปแบบการใช้ชีวิตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

2.1 ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.2 ปัจจัยพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.3 ปัจจัยพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.4 ปัจจัยพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (4 Ps) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

3.1 ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการ และด้านการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.2 ปัจจัยพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการมีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.3 ปัจจัยพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

3.4 ปัจจัยพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

4.1 ปัจจัยพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก

ปัจจัยทศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

4.2 ปัจจัยพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก

ปัจจัยทศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

4.3 ปัจจัยพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

ปัจจัยทศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาดและทศนคติที่ดีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภครายใหม่ในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัยที่สามารถนำไปสร้างสมการเชิงเส้นเพื่อใช้ในการพยากรณ์พฤติกรรมของผู้บริโภค รายใหม่ได้แก่ Attitude Product และ Price ซึ่งสามารถนำมาสร้างเป็นสมการได้ดังนี้

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

และจากสมการเชิงเส้นดังกล่าวถ้าใช้วิธี Original จะพยากรณ์ถูกต้องเฉลี่ย 61.7% และถ้าใช้วิธี Cross – validated จะพยากรณ์ถูกต้องเฉลี่ย 61.5%

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 79 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 1

ทดสอบความแตกต่าง ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม		ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์)					
		เพศ	อายุ	ระดับ รายได้	ระดับ การ ศึกษา	อาชีพ	สถาน ภาพ
ตัว แปร ตาม	ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต						
	1. ชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ				/+	/	
	2. ชอบการผจญภัย		/-		/+	/	/
	3. ชอบความสนุกสนาน				/+	/	/
	4. ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ				/+		
	5. ชอบความเจียบสงบ	/				/	
	6. ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน			/-		/	
	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด						
	ด้านที่พักและบริการ						
	1. มีความหลากหลายของประเภทที่พัก				/+	/	
	2. มีขนาดของที่พักให้เลือกมาก	/					
	3. มีการรักษาความปลอดภัย	/					
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวก							
5. มีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง				/+			
6. มีความสะอาด		/+		/+		/	

หมายเหตุ / แสดงถึงการทดสอบพบที่มีความแตกต่าง หรือมีความสัมพันธ์กับสมมติฐาน

+ (-) แสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ทิศทางตรงกันข้ามกัน)

ตารางที่ 79 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 1 (ต่อ)

ทดสอบความแตกต่าง ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม		ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์)					
		เพศ	อายุ	ระดับ รายได้	ระดับ การ ศึกษา	อาชีพ	สถาน ภาพ
ตัว แปร ตาม	<u>ด้านราคา</u> 1. มีความเหมาะสมกับขนาด และบรรยากาศของสถานที่พัก 2. มีให้เลือกหลากหลายตาม ลักษณะการเข้าพัก 3. ได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน		/+	/+			
	<u>ด้านการจัดจำหน่าย</u> 1. การคมนาคมมีความสะดวก 2. มีที่จอดรถเพียงพอ 3. ใกล้แหล่งชุมชน 4. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว 5. รองรับนักท่องเที่ยวได้เพียง พอ		/+		/+	/	/
	<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u> 1. มีการโฆษณาให้นักท่องเที่ยว รู้จัก 2. มีการประชาสัมพันธ์โดย หน่วยงานรัฐ 3. มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วม กับนักท่องเที่ยว		/+	/+		/	

หมายเหตุ / แสดงถึงการทดสอบพบว่ามีความแตกต่าง หรือมีความสัมพันธ์กับสมมติฐาน

+ (-) แสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ทิศทางตรงกันข้ามกัน)

ตารางที่ 79 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 1 (ต่อ)

ทดสอบความแตกต่าง ความสัมพันธ์ของ ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม		ตัวแปรอิสระ (ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์)					
		เพศ	อายุ	ระดับ รายได้	ระดับ การ ศึกษา	อาชีพ	สถาน ภาพ
ตัว แปร ตาม	4. มีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้า พัก		/+				
	ปัจจัยทัศนคติ						
	1. ได้รับการดูแลความปลอดภัย จากเจ้าหน้าที่		/-		/+	/	
	2. มีความเป็นธรรมชาติอย่าง สมบูรณ์					/	
	3. มีความหลากหลายของแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ						
	4. มีความเงียบสงบ ไม่วุ่นวาย เป็นส่วนตัว		/+				
	5. เป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้			/+	/+		
	ปัจจัยพฤติกรรม						
	1. การเข้าพักในที่พักบริเวณ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ในระยะเวลา 1 ปี						
	2. จำนวนคนที่เข้าพัก		/+				/
	3. จำนวนคืนที่เข้าพัก		/-				
	4. จำนวนค่าใช้จ่าย					/	

หมายเหตุ / แสดงถึงการทดสอบพบที่มีความแตกต่าง หรือมีความสัมพันธ์กับสมมติฐาน

+ (-) แสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน (ทิศทางตรงกันข้ามกัน)

ตารางที่ 80 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 2

ทดสอบความมีอิทธิพลของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	ตัวแปรตาม			
	Attitude	พฤติกรรม จำนวนคนใน การเข้าพัก	พฤติกรรม จำนวนคืนใน การเข้าพัก	พฤติกรรม จำนวนค่าใช้จ่าย ในการเข้าพัก
ตัวแปรอิสระรูปแบบการดำเนินชีวิต				
Life 1	/			
Life 2	/			

หมายเหตุ / แสดงถึงการทดสอบพบว่าไม่มีอิทธิพลกับสมมติฐาน

ตารางที่ 81 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 3

ทดสอบความมีอิทธิพลของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	ตัวแปรตาม			
	Attitude	พฤติกรรม จำนวนคนใน การเข้าพัก	พฤติกรรม จำนวนคืนใน การเข้าพัก	พฤติกรรม จำนวนค่าใช้จ่าย ในการเข้าพัก
ตัวแปรอิสระส่วนประสมทางการตลาด				
Product	/	/		
Price				
Place	/			
Promotion				

หมายเหตุ / แสดงถึงการทดสอบพบว่าไม่มีอิทธิพลกับสมมติฐาน

ตารางที่ 82 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 4

ทดสอบความมีอิทธิพลของตัวแปรอิสระและ ตัวแปรตาม	ตัวแปรตาม		
	พฤติกรรม จำนวนคนใน การเข้าพัก	พฤติกรรม จำนวนคืนใน การเข้าพัก	พฤติกรรม จำนวนค่าใช้จ่าย ในการเข้าพัก
ตัวแปรอิสระทัศนคติ			

หมายเหตุ / แสดงถึงการทดสอบพบว่าไม่มีอิทธิพลกับสมมติฐาน

2. อภิปรายผล

ผลจากการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ” สามารถอภิปรายผลแยกตามแต่ละสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรส เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาดทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิสามารถแยกอธิบายได้ดังนี้

2.1.1 ด้านเพศ

2.1.1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการผจญภัยที่แตกต่างกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาจากความแตกต่างดังกล่าวพบว่า เพศชายมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบการผจญภัยมากกว่าเพศหญิง อาจเป็นผลมาจากพื้นฐานของความสนใจที่เพศชายจะมีความสนใจในสิ่งที่ท้าทายมากกว่าเพศหญิง

เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมากและมีการรักษาความปลอดภัยที่แตกต่างกัน คือเพศหญิงจะมีความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมากและมีการรักษาความปลอดภัยมากกว่าเพศชาย อาจเป็นเพราะเพศหญิงเป็นเพศที่ต้องการรายละเอียดของสินค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดและใช้ชีวิตด้วยความไม่ประมาทมากกว่าเพศชาย

2.1.1.2 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน ผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง และมีความสะอาดที่ ผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านราคาในด้านต่าง ๆ ด้านการจัดจำหน่ายในด้านต่าง ๆ ด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านต่าง ๆ ทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านต่าง ๆ และพฤติกรรมในการเข้าพัก ในด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอารีย์ วรเวช ธนกุล (2546) ผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

2.1.2 ด้านอายุ

2.1.2.1 อายุและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านการชอบผจญภัย ปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และปัจจัยด้านพฤติกรรมในด้านจำนวนคืนที่เข้าพัก พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน เนื่องจากเมื่อมีอายุที่เพิ่มมากขึ้นความต้องการที่จะผจญภัย และการพักค้างคืนสถานที่ต่าง ๆ ก็จะลดน้อยลง อาจเป็นผลมาจากสภาพร่างกายที่มีอายุมากขึ้น และภาระหน้าที่ในการทำงาน ส่งผลทำให้มีเวลาว่างในการพักผ่อนลดน้อยลง

อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิจึงมีความสะดวก ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการให้มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยคือต้องการให้มีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก ปัจจัยด้านทัศนคติด้านเป็นสถานที่ที่มีความเงียบ สงบ ไม้ร่วนวย เป็นส่วนตัว และปัจจัยด้านพฤติกรรมในการเข้าพักในด้านจำนวนคืนที่เข้าพัก คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากเมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้น ประสิทธิภาพในการดำเนินชีวิตจะมีมากขึ้นส่งผลทำให้การท่องเที่ยวในแต่ละครั้งต้องมีการวางแผน การศึกษาข้อมูล และต้องการความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น

2.1.2.2 อายุและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และมีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ ปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ในด้านอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้ และปัจจัยด้านพฤติกรรมในการเข้าพักในด้านระยะเวลา 1 ปีท่านเข้าพักในที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกัลยา สมมาตย์ (2541) ผลการศึกษาพบว่าอายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน

2.1.3 ด้านระดับรายได้

2.1.3.1 ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ในด้านการขอการสังสรรค์กับเพื่อน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในด้านความต้องการให้สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน อาจเป็นผลมาจากเมื่อบุคคลมีระดับรายได้เพิ่มมากขึ้นย่อมมีภาระงานที่มากขึ้นตามไปด้วย ส่งผลทำให้เวลาในการใช้ชีวิตส่วนตัว รวมถึงการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนลดน้อยลง

ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิจึงมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ และปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านการเป็นสถานที่ควรแก่การอนุรักษ์ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุปราณี ศิลโกเศศศักดิ์ (2547) ผลการศึกษาพบว่ารายได้แตกต่างกันมีมูลเหตุจูงใจด้านราคาห้องพัก และด้านการรักษาความปลอดภัยแตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของกัลยา สมมาตย์ (2541) ผลการศึกษาพบว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวแตกต่างกัน

2.1.3.2 ระดับรายได้และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านขอการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ และชอบความเจียบสงบ ผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการด้านต่าง ๆ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิจึงให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก และราคาได้มาตรฐาน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ และสถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม

การตลาดในด้านควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก สถานที่พักมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก ปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมิได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี ยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีความเงียบสงบ ไม้วุ่นวาย เป็นส่วนตัว และปัจจัยพฤติกรรมในการเข้าพักด้านต่าง ๆ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเมธัสดา เซยกีวงส์ (2547) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้าน จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวในรอบ 1 ปี และจำนวนวันที่พักค้างคืนไม่แตกต่างกัน

2.14 ระดับการศึกษา

2.1.4.1 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน และความต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีการบริการที่สุภาพเป็นกันเอง และมีความสะอาด ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความเหมาะสมกับขนาดและบรรยากาศของสถานที่พัก ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้านความต้องการการคมนาคมไปยังสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะดวก และปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในการได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และเป็นสถานที่ควรแก่การอนุรักษ์ คือมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย (2546) ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมต่าง ๆ และด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน

2.1.4.2 ระดับการศึกษาและปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในด้านความต้องการให้ราคาของสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีให้เลือกหลากหลายตามลักษณะการเข้าพัก และราคาได้มาตรฐาน ใกล้เคียงกัน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในด้าน มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดด้านต่าง ๆ ปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในด้านอุทยานแห่งชาติในจังหวัดชัยภูมียังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีความเงียบสงบ ไม้ร่มรื่นเป็นส่วนตัว และปัจจัยพฤติกรรมในการเข้าพักด้านต่าง ๆ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกัลยา สมมาตย์ (2541) ผลการศึกษาพบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน

2.1.5 ด้านอาชีพ

2.1.5.1 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจัยชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนาน ชอบความเงียบสงบ และชอบการสังสรรค์กับเพื่อน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านความต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความหลากหลายของประเภทที่พัก การคมนาคมไปยังสถานที่พักมีความสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ สถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว และควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานรัฐ ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจัยการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมินั้นได้รับการดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี และยังคงมีความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ และปัจจัยพฤติกรรมในด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเมธัสดา เขยกีวงศ์ (2547) และอารีย์ วรเวชชนกุล (2546) ผลการศึกษาพบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2.1.5.2 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจัยต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง มีความสะอาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาทุกปัจจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยสถานที่พักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับที่สถานที่พักให้นักท่องเที่ยวรู้จัก มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับนักท่องเที่ยว มีส่วนลดต่าง ๆ ในการเข้าพัก ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในปัจจัยมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความเงียบสงบ ไม้ร่มรื่นเป็นส่วนตัว เป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้ ปัจจัยด้านพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเข้าพักในรอบเวลา 1 ปี จำนวนคนที่เข้าพัก และจำนวนคืนที่เข้าพัก ไม่แตกต่างกันซึ่ง

สอดคล้องกับการศึกษาของกัลยา สมมาตย์ (2541) ผลการศึกษาพบว่าอาชีพที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน

2.1.6 ด้านสถานภาพ

2.1.6.1 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจัยชอบการผจญภัย และชอบความสนุกสนาน ส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยต้องการให้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิมีความสะอาด มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ และสถานที่พักใกล้แหล่งชุมชน ปัจจัยพฤติกรรมในการเข้าพักในปัจจัยจำนวนคนในการเข้าพัก แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกัลยา สมมาตย์ (2541) ผลการศึกษาพบว่าสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2.1.6.2 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจัยชอบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ชอบความสนุกสนาน ต้องการเห็นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบความเงียบสงบ ชอบการสังสรรค์กับเพื่อน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่พักและบริการในปัจจัยมีความหลากหลายของประเภทที่พัก มีขนาดของที่พักให้เลือกมาก มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีการบริการที่สุภาพ เป็นกันเอง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาทุกปัจจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยการคมนาคมไปยังสถานที่พักมีความสะดวก สถานที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัย ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิทุกปัจจัย ปัจจัยด้านพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการเข้าพักในรอบเวลา 1 ปี จำนวนคืนที่เข้าพัก และค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ไม่แตกต่างกัน

ข้อสังเกต จากผลการอภิปรายผลข้างต้นจะเห็นว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ ล้วนไม่มีอิทธิพลต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในสถานที่พัก มาตรฐานของราคาที่ใกล้เคียงกัน ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติ และระยะเวลาในการเข้าพักในรอบเวลา 1 ปี ซึ่งอาจจะแสดงถึงว่า ไม่ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันอย่างไร ก็มีความคิดเห็น ความต้องการและพฤติกรรมในปัจจัยดังกล่าวไม่แตกต่างกัน อาจเป็นผลมาจากการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวต้องการที่จะสัมผัสกับความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง จึงไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากนัก

2.2 ปัจจัยรูปแบบการใช้ชีวิตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

2.2.1 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบความสนุก (Life1) และชอบความสงบ (Life2) มีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาอัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย (2546) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านชอบท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติแตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนแตกต่างกัน

2.2.2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบความสนุก (Life1) และชอบความสงบ (Life2) ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก จำนวนคืนในการเข้าพัก และจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก

2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

2.3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน Product และ Place มีอิทธิพลกับทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน Product มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนเข้าพักในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ เนื่องจากสถานที่พักและบริการ (Product) เป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถจับต้องได้ง่ายกว่าปัจจัยอื่น ๆ

2.3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคืนในการเข้าพัก และจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของโรจนา โนนศรีชัย (2548) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการพัฒนาอุทยานแห่งชาติภูกระดึงไม่แตกต่างกัน

2.4 ปัจจัยทัศนคติที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

ปัจจัยทัศนคติที่ดีต่ออุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ไม่มีอิทธิพลกับพฤติกรรมของจำนวนคนในการเข้าพัก จำนวนคืนในการเข้าพัก และจำนวนค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย (2546) ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนในข้อบประมาณในการท่องเที่ยวต่อคนต่อวัน และจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

2.5 รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติที่ดีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภครายใหม่ในการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์พฤติกรรมของผู้บริโภค รายใหม่ได้แก่ ทัศนคติ สถานที่พักและบริการ และราคา ซึ่งหมายความว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวและพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในระดับสูงกว่าปัจจัยอื่น ๆ เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวและพักในสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีการรับรู้ถึงสภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ในการที่เคยเข้ามาท่องเที่ยว ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ส่งผลทำให้เกิดความรู้สึกที่ต้องการที่จะเข้ามาสัมผัสด้วยตนเอง และเกิดพฤติกรรมที่จะเข้ามาท่องเที่ยวและเข้าพักในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของทัศนคติของ Shiffman and Kanuk (2000) ที่ว่าทัศนคติเกิดจากองค์ประกอบ 3 ส่วนคือ ส่วนของการรับรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรม ส่งผลทำให้ทัศนคติจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติ ปัจจัยสถานที่พักและบริการ และปัจจัยการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2542) ปัจจัยทางการตลาดมีความสำคัญ และมีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากปัจจัยทางการตลาดจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการในสินค้าและบริการ

3. ข้อเสนอแนะและการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ข้อเสนอแนะและการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ จะนำเสนอโดยอาศัยข้อมูลจากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทัศนคติ และพฤติกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกัน และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐธรรมนูญในปี พ.ศ. 2547 – 2550 ซึ่งมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

วิสัยทัศน์การพัฒนารัฐธรรมนูญในปี พ.ศ. 2547 – 2550

“มุ่งสู่เศรษฐกิจการเกษตร อุตสาหกรรมสิ่งทอ ชูธงการท่องเที่ยวธรรมชาติและพัฒนาคูณภาพชีวิตที่ยั่งยืน”

พันธกิจการพัฒนารัฐธรรมนูญในปี พ.ศ. 2547 – 2550

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และหัตถอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย สามารถทำรายได้ให้แก่ท้องถิ่น

เป้าหมายการพัฒนารัฐธรรมนูญในปี พ.ศ. 2547 – 2550

ภายในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิอย่างน้อยปีละ 1 ล้านคน

ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐธรรมนูญปี พ.ศ. 2547 – 2550

ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเร่งรัดให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ
2. เพื่ออนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

เป้าหมาย

1. ให้มีการจัดการทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวจังหวัด เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

2. ให้มีการพัฒนาระบบการบริการพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว
3. ยกระดับรายได้และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ
4. พัฒนาปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถานในแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนา

1. จัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ
2. บำรุงรักษา และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม ให้มีสภาพดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3. จัดรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัด และเชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียง
4. ส่งเสริมภาคเอกชนเข้าร่วมดำเนินการ และลงทุนในกิจการท่องเที่ยว
5. พัฒนาการอุตสาหกรรม หัตถกรรม ผลิตภัณฑ์พื้นเมือง เพื่อจัดจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว
6. ส่งเสริมให้มีสถานที่พักผ่อนที่มีคุณภาพ และปลอดภัย
7. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในระดับประเทศ
8. ปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้านโครงสร้างพื้นฐานสภาพภูมิทัศน์ เส้นทางคมนาคม ป้ายประชาสัมพันธ์
9. ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรักษาดูแลแหล่งท่องเที่ยว

จึงสามารถนำมาเป็นพื้นฐานในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่งและสถานที่พักของอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้ดังต่อไปนี้

จากเดิมทางอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิไม่ได้มีการกำหนดถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะเข้ามาท่องเที่ยวและเข้าพักในสถานที่พักในอุทยานแห่งชาติ ซึ่งจากเดิมทางอุทยานเห็นว่าประชาชนทั่วไปสามารถที่จะเป็นนักท่องเที่ยวของทางอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้ทั้งหมด แต่จากการศึกษาสามารถระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดังนี้ ลูกค้าเป้าหมายได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มจัดสัมมนาที่มีอายุระหว่าง 16 – 45 ปี มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าขึ้นไป มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และสามารถแยกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ดังนี้คือ

กลุ่มที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่หลากหลายสามารถท่องเที่ยวได้ตามสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปได้ เหมาะสำหรับอุทยานแห่งชาติตาคลี

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รักความเป็นธรรมชาติ ต้องการสัมผัสถึงความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง เหมาะสำหรับอุทยานแห่งชาติไทรทอง

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวสั้น สามารถท่องเที่ยวได้ในช่วงเทศกาลที่มีระยะเวลาจำกัดในการท่องเที่ยว เหมาะสำหรับอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม

และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องการที่จะศึกษาถึงธรรมชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์ไม้ เหมาะสำหรับอุทยานแห่งชาติภูแลนคา

ซึ่งจากการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายข้างต้นสามารถนำมาวางกลยุทธ์สำหรับอุทยานแห่งชาติในแต่ละแห่งได้ดังต่อไปนี้

3.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิได้เป็น 2 ผลิตภัณฑ์ได้แก่ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิแต่ละอุทยาน ได้แก่ อุทยานแห่งชาติตาดโตน อุทยานแห่งชาติภูแลนคา อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม และอุทยานแห่งชาติไทรทอง และสถานที่พักในอุทยานแห่งชาติ

3.1.1 กลยุทธ์สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิทั้ง 4 แห่งสามารถสร้างความแตกต่างของการท่องเที่ยวและสถานที่พักในแต่ละอุทยานได้ดังนี้

3.1.1.1 อุทยานแห่งชาติอุทยานแห่งชาติตาดโตน เป็นอุทยานที่มีจุดเด่นคือนักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี น้ำตกมีน้ำตลอดทั้งปี ใกล้ตัวเมืองจังหวัดชัยภูมิเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยภูมิ จึงเป็นอุทยานที่สามารถเชื่อมโยงระบบการท่องเที่ยวในจังหวัดได้ทั้งหมด กล่าวคือ เป็นศูนย์รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวคอยแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในจังหวัดชัยภูมิ ด้านสถานที่พักเน้นที่พักที่เป็นอาคารใกล้แหล่งธรรมชาติ มีความหลากหลายของขนาดที่พักเพื่อให้เพียงพอต่อการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวและจำนวนของผู้เข้าพักที่จะเข้ามาตลอดทั้งปี

3.1.1.2 อุทยานแห่งชาติไทรทองเป็นอุทยานที่มีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวคือ น้ำตก หุ่นดอกกระเจียว และจุดชมวิว สร้างทัศนคติที่ดีในการท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติไทรด้วยภาพลักษณ์ของความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหมาะสำหรับบุคคลที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ชอบท่องเที่ยวตามธรรมชาติอย่างแท้จริง (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ) ภายในอุทยานมีการสร้างที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกไทรทอง ที่มีความหลากหลายของประเภทที่พัก ได้แก่ บ้านพัก เต็นท์ และมีการจัดระบบที่พักแบบ Home Stay รองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

3.1.1.3 อุทยานแห่งชาติป่าหินงามเป็นอุทยานที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้นคือ สามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้ในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคมของทุกปี เนื่องจากเป็นช่วงที่ทุ่งดอกกระเจียวซึ่งเป็นจุดเด่นของอุทยานกำลังจะขึ้นและบาน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมทุ่งดอกกระเจียว และลานหินงามในการเข้ามาท่องเที่ยวพร้อมกับพักแรมในลักษณะการพักแบบเต็นท์ ที่สามารถตื่นมาสัมผัสสอากาศยามเช้าของอุทยานได้ ดังนั้นด้านที่พักในอุทยานแห่งชาติป่าหินงามจึงให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัย และสิ่ง

อำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว เนื่องจากในช่วงเทศกาลดังกล่าวจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

3.1.1.4 อุทยานแห่งชาติภูแลนคา เป็นอุทยานที่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติมากที่สุด มีความเงียบสงบ ไม้ร่มรื่น และเป็นส่วนตัว เหมาะกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการผจญภัย เนื่องจากภายในอุทยานยังสามารถที่จะพบเห็นสัตว์ และพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ดังนั้นทางอุทยานจึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จัดกิจกรรมการเดินป่าให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ อีกทั้งพื้นที่ของอุทยานมีพื้นที่เหมาะสำหรับการจัดอบรม และสัมมนา จึงสามารถที่จะสร้างอาคารในการอบรม และสัมมนาขึ้น เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมดังกล่าว พร้อมทั้งพื้นที่ในการพักผ่อนแบบเดย์ท์

3.1.2 กลยุทธ์การสร้างตราผลิตภัณฑ์ อุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิทั้ง 4 แห่ง สามารถสร้างจุดเด่นของการท่องเที่ยวและสถานที่พักในแต่ละอุทยานได้ดังนี้

3.1.2.1 อุทยานแห่งชาติอุทยานแห่งชาติตาดโตน เป็นอุทยานที่ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีและมีจุดเด่นอยู่ที่น้ำตกมีน้ำตลอดทั้งปี อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก อุทยานแห่งชาติตาดโตนจึงถือได้ว่าเป็น “สถานที่ท่องเที่ยวประจำจังหวัดชัยภูมิ” กล่าวคือ เมื่อกล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิให้นักท่องเที่ยวนึกถึงอุทยานแห่งชาติตาดโตนเป็นแห่งแรก

3.1.2.2 อุทยานแห่งชาติไทรทอง เป็นอุทยานที่มียังมีจุดค้อยในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ดังนั้นลักษณะการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติไทรทองจึงเป็น “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ยังมีไม่มาก แต่มีความสมบูรณ์และความเป็นธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติไทรทองมากกว่าอุทยานแห่งชาติอื่น ๆ ในจังหวัดชัยภูมิ

3.1.2.3 อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม เป็นอุทยานที่ท่องเที่ยวได้เพียงช่วงระยะเวลาสั้นจึงเป็นอุทยานที่ “ท่องเที่ยวได้ตามฤดูกาล” ของจังหวัดชัยภูมิ ซึ่งในปัจจุบันทางจังหวัดชัยภูมิได้จัดเป็นช่วงเทศกาล “วันดอกกระเจียวบาน”

3.1.2.4 อุทยานแห่งชาติภูแลนคา เป็นอุทยานที่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีสัตว์ป่า และพันธุ์ไม้ เป็นอุทยานที่ควรแก่การอนุรักษ์ไว้ ดังนั้นการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติภูแลนคาจึงเป็นลักษณะ “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์”

3.2 กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)

เนื่องจากอุทยานแห่งชาติเป็นหน่วยงานของภาครัฐมีหน้าที่ในการดูแลรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์ จึงมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมในการเข้ามาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติจากกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในส่วนของสถานที่พักภายในอุทยานแห่งชาติมีการเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าพักในราคาที่ต่ำกว่าผู้ให้บริการที่เป็นเอกชน (Lower Pricing)

3.3 กลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Place Strategy)

การคมนาคมไปยังอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิทั้ง 4 แห่งมีความสะดวก โดยสามารถเดินทางได้ตามถนนทางหลวงดังต่อไปนี้

1. อุทยานแห่งชาติตาคลีทางหลวงหมายเลข 2051 ระยะทางจากจังหวัดชัยภูมิประมาณ 21 กิโลเมตร
2. อุทยานแห่งชาติไทรทอง ทางหลวงหมายเลข 225 ระยะทางจากจังหวัดชัยภูมิประมาณ 70 กิโลเมตร
3. อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม ทางหลวงหมายเลข 2354 ระยะทางจากจังหวัดชัยภูมิประมาณ 120 กิโลเมตร
4. อุทยานแห่งชาติภูแลนคา ทางหลวงหมายเลข 2159 ระยะทางจากจังหวัดชัยภูมิประมาณ 33 กิโลเมตร

สถานที่พักภายในอุทยานอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งได้เปรียบมากกว่าสถานที่พักของเอกชนที่อยู่บริเวณรอบอุทยานแห่งชาติ และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอต่อการท่องเที่ยว

3.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

3.4.1 การประชาสัมพันธ์โดยจังหวัดชัยภูมิและกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ซึ่งมีวัตถุประสงค์ คือ ให้จังหวัดชัยภูมิและอุทยานแห่งชาติเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว สร้างทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ ส่งเสริมให้ชาวจังหวัดชัยภูมิชักชวนคนรู้จักเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิมากขึ้น สร้างรายได้และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิให้เป็นระบบ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

3.4.1.1 สื่อโทรทัศน์ ได้ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ งานประจำปีเจ้าพ่อพระยาแล งานวันดอกกระเจียวบาน เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างความสนใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิ

3.4.1.2 สื่อวิทยุ ได้ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุเอฟเอ็ม 102 อ.ส.ม.ท. จังหวัดชัยภูมิในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

3.4.1.3 สื่อสิ่งพิมพ์ ด้วยการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิ คู่มือการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่ง

3.4.1.4 สื่ออินเทอร์เน็ต ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์จังหวัดชัยภูมิ เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เว็บไซต์กรมอุทยานแห่งชาติ โดยมีรายละเอียดคือ ข้อมูลจังหวัดชัยภูมิ สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดชัยภูมิ และทางอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ ทั้ง 4 แห่ง

3.4.2 การมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว เช่นการจัดกิจกรรมในยามกลางคืนร่วมกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อน และมีความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

สำหรับการวิจัยเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิในครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

4.1 การศึกษาเชิงลึกในแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ คือ ทำการศึกษาอย่างเจาะจงในแต่ละปัจจัยได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมทางการตลาด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่แท้จริงในแต่ละปัจจัยว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างไร เพื่อที่จะสามารถวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่อย่างถูกต้องและเกิดประสิทธิผลมากที่สุด เช่น การศึกษาปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตควรที่ศึกษาถึงลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคที่มีลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มให้มีความละเอียด เพื่อสามารถระบุถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับอุทยานแห่งชาติในแต่ละแห่งได้อย่างถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4.2 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเฉพาะเจาะจงในแต่ละอุทยาน ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดาดโตน อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติไทรทอง และอุทยานแห่งชาติภูแลนคา เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ของแต่ละอุทยานแห่งชาติได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

4.3 ควรศึกษาในปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ และพฤติกรรมในการเข้าพักในสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิ เช่น การรณรงค์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การรณรงค์การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยภูมิ เป็นต้น

4.4 ควรศึกษาถึงองค์ประกอบทั้ง 8 ของการบริหารบริการแบบผสมผสานหรือ The Eight Component of Integrated Service Management ได้แก่ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ สถานที่หรือไฮเบอร์สเปซ กระบวนการ ผลผลิตและคุณภาพ บุคคล การส่งเสริมการตลาดและการให้การศึกษาลูกค้า หลักฐานที่เป็นตัววัดดู และราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้ใช้บริการ เนื่องจากมีความเหมาะสมกับการศึกษาสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติจังหวัดชัยภูมิเพราะเป็นสินค้าที่มีบริการให้บริการ

4.5 ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติอื่น ๆ ในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลในแต่ละอุทยานแห่งชาติ เพื่อนำไปวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการพัฒนาอุทยานแห่งชาติในแต่ละแห่ง

.

.

.

.

.

.

.

.

.

.