

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องอิทธิพลของเสียงดนตรีพื้นเมืองที่มีผลต่อการเพิ่มผลิตภาพของแรงงานภาคอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดอุบลราชธานีมีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการผลิตของแรงงานภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อนำเสียงดนตรีพื้นบ้านเข้ามาเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการทำงาน

2. เพื่อศึกษาคุณภาพการผลิตของแรงงานภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อนำเสียงดนตรีพื้นบ้านเข้ามาเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการทำงาน

3. เพื่อศึกษาความสามารถกระบวนการผลิตจากการปฏิบัติงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อนำเสียงดนตรีพื้นบ้านเข้ามาเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการทำงาน

4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในงานของแรงงานภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อนำเสียงดนตรีพื้นบ้านเข้ามาเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการทำงาน

ภายใต้สมมติฐานที่กำหนดได้แก่

1. การทำงานของพนักงานในสภาพแวดล้อมปกติและสภาพแวดล้อมที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านมีประสิทธิภาพการผลิตแตกต่างกัน

2. การทำงานของพนักงานในสภาพแวดล้อมปกติและสภาพแวดล้อมที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านมีคุณภาพการผลิตแตกต่างกัน

3. การทำงานของพนักงานในสภาพแวดล้อมปกติและสภาพแวดล้อมที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านมีสมรรถนะกระบวนการผลิตแตกต่างกัน

4. พนักงานที่ทำงานในสภาพแวดล้อมปกติและสภาพแวดล้อมที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านมีความพึงพอใจในงานที่แตกต่างกัน

ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการผลิตในสภาวะปกติและในสภาวะมีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน

4.2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการผลิตในสภาวะปกติและในสภาวะมีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน

4.3 ผลการวิเคราะห์สมรรถนะกระบวนการผลิตในสภาวะปกติและในสภาวะมีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน

4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในงานในสภาวะปกติและในสภาวะมีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

โดยมีสัญลักษณ์ของตัวแปรดังต่อไปนี้

N แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$  แทนค่าเฉลี่ย

S.D. แทนส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\chi^2$  แทนค่าไค-สแควร์ที่คำนวณได้ในการทดสอบ

Df	แทนชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
p	แทน ความน่าจะเป็นในการปฏิเสธสมมติฐาน (Probability) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05เมื่อค่า P ที่ได้มีค่าน้อยกว่า 0.05 เราจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก
LSD	แทนการเปรียบเทียบเชิงซ้อนโดยใช้วิธี Least Significant different
F	แทนสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F- Distribution
SS	แทนผลบวกกำลังสองของคะแนนแต่ละค่า
Ms	แทนค่าเฉลี่ยคะแนนกำลังสองของแ่งแต่ละค่า
t	แทนค่าสถิติ t-test
**	แทนการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*	แทนการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการผลิตในสภาวะปกติและในสภาวะที่มีเสียงดนตรี พื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการผลิต ผู้วิจัยใช้เวลามาตรฐานในการผลิตเสื้อ 1 ตัวเป็นค่าเปรียบเทียบ หากเวลามาตรฐานในการผลิตน้อยหมายถึงประสิทธิภาพการผลิตสูง หากเวลามาตรฐานในการผลิตมากหมายถึงประสิทธิภาพการผลิตต่ำ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

##### 4.1.1 การศึกษาเวลา (Time Study) ในสภาวะปกติ

###### 1. หาจำนวนครั้งของการจับเวลา

ในขั้นตอนนี้ได้ทำการจับเวลางานย่อยทั้งหมด 10 ครั้งเนื่องจากวัฏจักรงานสั้นกว่า 2 นาทีเพื่อนำเวลาที่ได้มาใช้ในการคำนวณหาจำนวนครั้งในการจับเวลาการทำงาน ดังแสดงตามตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 การจับเวลางานย่อยก่อนการทดลองเพื่อหาจำนวนครั้งที่แน่นอนของการจับเวลา

พนักงาน หมายเลข	ชื่อกระบวนการ	จับเวลาครั้งที่ (วินาที)										เฉลี่ย
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	ต่อไหลหน้าหลัง	25	20	20	21	23	24	23	24	25	23	22.8
2	เย็บทับคิ้วไหล่	25	24	27	24	27	28	28	26	26	29	26.4
3	เย็บเจาะคอวี	105	118	118	110	100	92	96	106	100	102	105
4	เข้าชกคอ	75	82	76	79	86	88	82	73	72	74	78.7
5	เย็บทับคอ+ติดป้าย	101	111	104	116	113	117	102	100	105	102	107.1
6	เข้าแขน	77	79	72	80	76	82	76	80	72	72	76.6
7	เข้าข้าง	79	86	80	80	77	80	88	70	86	84	81
8	ลาชาย	57	55	59	58	56	57	55	58	59	55	56.9
9	ลาแขน	88	85	88	90	82	84	89	83	93	82	86.4
รวม		633	662	647	662	645	658	646	628	647	633	646.1

หาจำนวนครั้งที่มากที่สุดโดยการคำนวณค่า  $n$  จากสมการที่ (1) ในทุก ๆ กระบวนการพบว่า กระบวนการที่ 3 คือการเย็บเจาะคอวีมีค่ามากที่สุดดังนี้

$$n = (H - L) / (H + L)$$

$$n = (118 - 92) / (118 + 92)$$

$$n = 0.12$$

ซึ่งจากการเปิดตารางที่ 1 จำนวนครั้งที่มากที่สุด คือ 10 ครั้ง จึงไม่ต้องทำการจับเวลาเพิ่ม สามารถนำค่าจากตารางที่ 4-1 ไปใช้ได้เลย

## 2. หาเวลาปกติ(Nomal Time)ในสภาวะปกติ

หาเวลาปกติโดยเริ่มจากการประเมินค่าอัตราความเร็วของพนักงาน ( Rating Factor) เพื่อให้คะแนนองค์ประกอบทั้ง 4 ตัว โดยดูได้จากคะแนนขององค์ประกอบต่างๆ ในการประเมินอัตราความเร็วตามวิธีของWestinghouse ดังตารางที่ 2 ซึ่งการประเมินค่าอัตราความเร็วของพนักงาน ได้ผลคะแนนดังนี้

$$\text{Skill: Excellent (B2)} = +0.08$$

$$\text{Effort: Excellent (B2)} = +0.08$$

$$\text{Conditions: Good (C)} = +0.02$$

$$\text{Consistency: Average (D)} = D 0.00$$

$$\text{รวมคะแนน} = +0.18$$

ค่า+0.18 จะถูกนำไปรวมกับ 1 ซึ่งจะได้ค่าอัตราความเร็วของพนักงาน (Rating Factor)= 1.18 หรือ 118 %

แทนค่าในสมการที่ (2) ดังนี้

$$\text{Normal Time} = \text{Selected Time} \times \text{Rating Factor}$$

$$\text{Normal Time} = 646 \times 1.18$$

$$= 762.28 \text{ วินาที}$$

3. หาเวลามาตรฐาน(Standard Time)ในสภาวะปกติ  
คำนวณเวลามาตรฐานจากสมการที่ (3) โดยกำหนดให้ค่าเวลาลดหย่อน (Allowance) เท่ากับ 15% ของเวลาปกติดังนี้

$$\begin{aligned} \text{STD} &= \text{NT} + \text{A} (\text{NT}) \\ &= \text{NT} (1+\text{A}) \\ &= 762.28 \times (1 + 0.15) \\ &= 876.62 \text{ วินาที} \end{aligned}$$

#### 4.1.2 การศึกษาเวลาในสภาวะที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน

1. หาจำนวนครั้งของการจับเวลา

จับเวลางานย่อยทั้งหมด 10 ครั้งดังแสดงตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การจับเวลางานย่อยในสภาวะที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงานเพื่อหาจำนวนครั้งที่แน่นอนของการจับเวลา

พนักงาน หมายเลข	ชื่อกระบวนการ	จับเวลาครั้งที่ (วินาที)										เฉลี่ย
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	ต่อไหล่หน้าหลัง	20	23	19	21	18	23	24	20	21	22	21.1
2	เย็บทับคิ้วไหล่	26	25	24	25	23	24	22	22	21	23	23.5
3	เย็บเจาะคอวี	98	90	111	107	102	100	103	91	92	115	101
4	เข้าชกคอ	77	79	84	70	72	76	79	70	73	75	75.5
5	เย็บทับคอ+ติดป้าย	104	98	100	106	107	115	98	101	102	103	103
6	เข้าแขน	75	73	74	74	81	76	76	77	70	72	74.8
7	เข้าข้าง	82	76	74	78	77	85	72	75	79	82	78
8	ลาชาย	55	60	59	55	56	57	58	58	55	57	57
9	ลาแขน	87	84	88	89	80	84	87	83	90	82	85.4
	รวม	625	610	636	629	621	646	626	605	612	641	625

หาจำนวนครั้งที่มากที่สุดโดยการคำนวณค่า  $n$  จากสมการที่ (1) ในทุก ๆ กระบวนการพบว่า กระบวนการที่ 1 คือการเย็บต่อไหล่หน้าหลังมีค่ามากที่สุดดังนี้

$$\begin{aligned} n &= (H - L) / (H + L) \\ n &= (24 - 18) / (24 + 18) \\ n &= 0.14 \end{aligned}$$

ซึ่งจากการเปิดตารางที่ 1 จำนวนครั้งที่มากที่สุด คือ 13 ครั้ง จึงต้องทำการจับเวลาเพิ่มอีก 3 ครั้ง ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การจับเวลางานย่อยในสภาวะที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน

พนักงาน หมายเลข	ชื่อกระบวนการ	จับเวลาครั้งที่ (วินาที)													เฉลี่ย
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	ต่อไหลหน้าหลัง	20	23	19	21	18	23	24	20	21	22	20	19	21	20.8
2	เย็บทับคิ้วไหล่	26	25	24	25	23	24	22	22	21	23	25	23	21	23.4
3	เย็บเจาะคอวี	98	90	111	107	102	100	103	91	92	115	101	103	102	101
4	เข้าชกคอ	77	79	84	70	72	76	79	70	73	75	76	77	76	75.7
5	เย็บทับคอ+ติดป้าย	104	98	100	106	107	115	98	101	102	103	102	101	101	103
6	เข้าแขน	75	73	74	74	81	76	76	77	70	72	72	73	71	74.2
7	เข้าข้าง	82	76	74	78	77	85	72	75	79	82	80	77	71	77.5
8	ลาชาย	55	60	59	55	56	57	58	58	55	57	58	57	56	57
9	ลาแขน	87	84	88	89	80	84	87	83	90	82	85	85	83	85.4
	รวม	625	610	636	629	621	646	626	605	612	641	630	627	615	625

2.หาเวลาปกติ(Nomal Time)ในสภาวะที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน การประเมินอัตราคะแนนองค์ประกอบทั้ง 4 ตัว ตามวิธีของWestinghouse ดังตารางที่ 2 เพื่อหาค่าอัตราความเร็วของพนักงานได้ผลคะแนนดังนี้

Skill: Excellent (B2) = +0.08

Effort: Excellent (B2) = +0.08

Conditions: Excellent (B) = +0.04

Consistency: Average (D) = 0.00

รวมคะแนน= +0.20

ค่า+0.20 จะถูกนำไปรวมกับ1 ซึ่งจะได้ค่าอัตราความเร็วของพนักงาน (Rating Factor)= 1.20 หรือ120 %

แทนค่าในสมการที่ (2) ดังนี้

Normal Time = Selected Time × Rating Factor

Normal Time = 625 × 1.20

= 750.12 วินาที

3.หาเวลามาตรฐาน(Standard Time)ในสภาวะที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน

คำนวณเวลามาตรฐานจากสมการที่ (3) โดยกำหนดให้ค่าเวลาลดหย่อน (Allowance) เท่ากับ 15% ของเวลาปกติดังนี้

STD = NT + A (NT)

= NT (1+A)

= 750.12 × (1 + 0.15)

= 862.64 วินาที

#### 4.1.3 การเปรียบเทียบเวลามาตรฐานในสภาวะปกติและในสภาวะที่มีเสียงดนตรีพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบในการทำงาน

จากผลการคำนวณค่าเวลามาตรฐานได้ผลดังนี้ เวลามาตรฐานในสภาวะปกติคือ 876.62 วินาที เวลามาตรฐานระหว่างการทดลองคือ 862.64 วินาที คำนวณสัดส่วนเวลาที่ลดลงจากสูตร

$$\begin{aligned} \text{เวลาที่ลดลง (\%)} &= (876.62 - 862.64) \times 100 / 876.62 \\ &= 1.6 \% \end{aligned}$$

จากการเปรียบเทียบจะเห็นได้ว่าหลังจากที่เปิดเสียงดนตรีพื้นบ้านในระหว่างการทำงานจะทำให้เวลาที่ใช้ในการผลิตเสื้อคอวี 1 ตัว ลดลง 1.6 %

#### 4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องของกลุ่มตัวอย่างในการเดินทางมาท่องเที่ยว

พฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องของนักท่องเที่ยวจะเป็นข้อมูลสำคัญที่จะแสดงถึงแนวคิดและความต้องการของผู้บริโภค ที่จะเชื่อมโยงไปสู่การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

##### 4.2.1 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการเคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยหรือไม่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ผลปรากฏดังตารางที่ 4-8 และรูปที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมในการเคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

พฤติกรรมในการเคยมาเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	251	62.75
ไม่เคย	149	37.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4-8 และรูปที่ 4-8 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 251 คน คิดเป็น 62.75 % และมีนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาเที่ยว จำนวน 149 คน คิดเป็น 37.25%

##### 4.2.2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามความถี่

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามความถี่ ผลปรากฏดังตารางที่ 4-9 และรูปที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

ความถี่ในการมาเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
----------------------	-------	--------

ทุกเดือน	14	3.5
ปีละครั้ง	72	18
ปีละ 2-3 ครั้ง	42	10.5
ปีละ 4-5 ครั้ง	16	4
นานครั้ง	256	64
รวม	400	100

จากตารางที่ 4-9 และ รูปที่ 4-9 ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ทุกเดือน จำนวน 14 คน คิดเป็น 3.5% นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวปีละครั้ง จำนวน 72 คน คิดเป็น 18% นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวปีละ 2-3 ครั้ง จำนวน 42 คน คิดเป็น 10.5% นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวปีละ 4-5 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็น 4% และนักท่องเที่ยวที่นานครั้งถึงจะมาเที่ยว จำนวน 256 คน คิดเป็น 64%

#### 4.2.3 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างด้านระยะเวลาในการค้างแรมโดยเฉลี่ย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างด้านระยะเวลาในการค้างแรมโดยเฉลี่ย ผลปรากฏดังตารางที่ 4-10 และรูปที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างด้านระยะเวลาในการค้างแรมโดยเฉลี่ย

ระยะเวลาในการพักแรมโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คืน	235	58.75
3-4 คืน	113	28.25
5-6 คืน	10	2.5
1 สัปดาห์ขึ้นไป	22	5.5
รวม	221	100

จากตารางที่ 4-10 และรูปที่ 4-10 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลาในการพักแรมโดยเฉลี่ย 1-2 คืน จำนวน 235 คน คิดเป็น 58.75% ใช้ระยะเวลาในการพักแรมโดยเฉลี่ย 3-4 คืน จำนวน 113 คน คิดเป็น 28.25% ใช้ระยะเวลาในการพักแรมโดยเฉลี่ย 5-6 คืน จำนวน 10 คน คิดเป็น 2.5% และนักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการพักแรมโดยเฉลี่ย 1 สัปดาห์ขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็น 5.5%

#### 4.2.4 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามประเภทที่พัก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามประเภทที่พัก ผลปรากฏดังตารางที่ 4-11 และรูปที่ 4-11

**ตารางที่ 4-11** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามประเภทที่พัก

ประเภทที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	57	14.25
เกสต์เฮาส์	44	11
บ้านรับรอง	17	4.25
บ้านญาติ / บ้านเพื่อน	48	12
บังกะโล / รีสอร์ท	206	51.5
อื่น ๆ	28	7
รวม	400	100

จากตารางที่ 4-11 และรูปที่ 4-11 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า มีการเข้าพักแรมในประเภทโรงแรม จำนวน 57 คน คิดเป็น 14.25% เกสต์เฮาส์ จำนวน 44 คน คิดเป็น 11% บ้านรับรองจำนวน 17 คน คิดเป็น 4.25% บ้านญาติ/บ้านเพื่อน จำนวน 48 คน คิดเป็น 12% บังกะโล รีสอร์ท จำนวน 206 คน คิดเป็น 51.5% และอื่นๆ ที่เข้าพัก จำนวน 28 คน คิดเป็น 7%

#### 4.2.5 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ผลปรากฏดังตารางที่ 4-12 และรูปที่ 4-12

**ตารางที่ 4-12** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	12	3
1,000- 4,999 บาท	136	34
5,000- 9,999 บาท	127	31.75
10,000- 14,999 บาท	87	21.75
15,000- 19,999 บาท	17	4.25

20,000 บาทขึ้นไป	21	5.25
รวม	190	100

จากตารางที่ 4-12 และรูปที่ 4-12 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่าย(ค่าใช้จ่าย + ค่าที่พัก + ค่าเดินทาง)ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาทจำนวน 12 คน คิดเป็น 3% ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 1,000-4,999 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็น 34% ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 5,000-9,999 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็น 31.75% ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 10,000-14,999 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็น 21.75% ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 15,000-19,999 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็น 4.25% และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็น 5.25%

#### 4.2.6 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ผลปรากฏดังตารางที่ 4-13 และรูปที่ 4-13

**ตารางที่ 4-13** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เทศกาล วันหยุดนักขัตฤกษ์	161	40.25
วันหยุดสุดสัปดาห์	49	12.25
ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว	31	7.75
ตามสะดวก	159	39.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4-13 และรูปที่ 4-13 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 161 คน คิดเป็น 40.25% มาเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 49 คน คิดเป็น 12.25% มาเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว จำนวน 31 คน คิดเป็น 7.75% และเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตามสะดวก จำนวน 159 คน คิดเป็น 39.75%

#### 4.2.7 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว ผลปรากฏดังตารางที่ 4-14 และรูปที่ 4-14

**ตารางที่ 4-14** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความสนุกสนาน	100	25
พักผ่อน	233	58.25
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	32	8
การกีฬา	4	1
เจรจาธุรกิจ	18	4.5
ประชุม สัมมนา	8	2
การศึกษา	4	1.
อื่น ๆ	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-14 และรูปที่ 4-14 พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการมาเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน จำนวน 100 คน คิดเป็น 25% มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน จำนวน 233 คน คิดเป็น 58.25% มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวน 32 คน คิดเป็น 8% มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา จำนวน 4 คน คิดเป็น 1% มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อเจรจาธุรกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็น 4.5% มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อประชุม สัมมนา จำนวน 8 คน คิดเป็น 2% มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็น 1% และมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็น 0.25%

#### 4.2.8 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามลักษณะการเดินทางที่ชอบ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามลักษณะการเดินทางที่ชอบ ผลปรากฏดังตารางที่ 4-15 และรูปที่ 4-15

**ตารางที่ 4-15** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามลักษณะการเดินทางที่ชอบ

ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	เปอร์เซ็นต์ (%)
ไปส่วนตัว	289	72.25
บริษัทนำเที่ยวเอกชน	17	4.25
การนำเที่ยวของหน่วยงาน	33	8.25
การนำเที่ยวขององค์กร มูลนิธิ	6	1.5

คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว	55	13.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-15 และรูปที่ 4-15 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า นักท่องเที่ยวมีลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยไปส่วนตัว จำนวน 289 คน คิดเป็น 72.25% เดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเอกชน จำนวน 17 คน คิดเป็น 4.25% เดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับการนำเที่ยวของหน่วยงานจำนวน 33 คน คิดเป็น 8.25% เดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับการนำเที่ยวขององค์กร มูลนิธิ จำนวน 6 คน คิดเป็น 1.5% และเดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับคนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว จำนวน 55 คน คิดเป็น 13.75%

#### 4.2.9 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามยานพาหนะในการเดินทาง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามยานพาหนะในการเดินทาง ผลปรากฏดังตารางที่ 4-16 และรูปที่ 4-16

**ตารางที่ 4-16** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามยานพาหนะในการเดินทาง

ยานพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	เปอร์เซ็นต์ (%)
รถส่วนตัว	274	68.5
รถที่ทางคณะท่องเที่ยวจัดหาให้	71	17.75
รถโดยสาร	55	13.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-16 และรูปที่ 4-16 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถส่วนตัว จำนวน 274 คน คิดเป็น 68.50% เดินทางโดยรถที่ทางคณะท่องเที่ยวจัดหาให้ จำนวน 71 คน คิดเป็น 17.75% และเดินทางโดยรถโดยสาร จำนวน 55 คน คิดเป็น 13.75%

#### 4.2.10 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามกิจกรรมเสริมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามกิจกรรมเสริมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ผลปรากฏดังตารางที่ 4-17 และรูปที่ 4-17

**ตารางที่ 4-17** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามกิจกรรมเสริมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

กิจกรรมเสริมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	เปอร์เซ็นต์ (%)
------------------------------------	------------	-----------------

พักผ่อน นอนเล่น ฟังเพลง	125	31.25
เล่นกีฬาออกกำลังกาย	15	3.75
เที่ยวชมธรรมชาติ	208	52
เล่นไพ่ การพนันอื่นๆ	10	2.5
ซื้อสินค้า	36	9
อื่นๆ	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-17 และรูปที่ 4-17 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่ทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวโดยการพักผ่อน นอนเล่น ฟังเพลง จำนวน 125 คน คิดเป็น 31.25% ทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวโดยการ เล่นกีฬาออกกำลังกายจำนวน 15 คน คิดเป็น 3.75% ทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวโดยการเที่ยวชมธรรมชาติ จำนวน 208 คน คิดเป็น 52% ทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวโดยการ เล่นไพ่ การพนันอื่นๆ จำนวน 10 คน คิดเป็น 2.5% ทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวโดยการซื้อสินค้า จำนวน 36 คน คิดเป็น 9% และทำกิจกรรมระหว่างเที่ยวอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็น 1.5%

#### 4.2.11 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามบุคคลที่ไปท่องเที่ยวด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามบุคคลที่ไปท่องเที่ยวด้วย ผลปรากฏดังตารางที่ 4-18 และรูปที่ 4-18

ตารางที่ 4-18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามบุคคลที่ไปท่องเที่ยวด้วย

จำแนกตามบุคคลที่ไปท่องเที่ยวด้วย	จำนวน (คน)	เปอร์เซ็นต์ (%)
คู่รัก	58	14.5
เพื่อน	148	37
เดินทางคนเดียว	16	4
ครอบครัว ญาติ	178	44.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-18 และรูปที่ 4-18 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกับคู่รัก จำนวน 58 คน คิดเป็น 14.5% เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 148 คน คิดเป็น 37%

เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 16 คน คิดเป็น 4% และเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 178 คน คิดเป็น 44.5%

#### 4.2.12 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ ผลปรากฏดังตารางที่ 4-19 และรูปที่ 4-19

**ตารางที่ 4-19** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ	จำนวน (คน)	เปอร์เซ็นต์ (%)
ภูเขา ป่า น้ำตก ถ้ำ เขื่อน	89	22.25
ชายแดนหรือข้ามแดน	252	63
ศิลปวัฒนธรรม งานเทศกาล	29	7.25
แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า	9	2.25
ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน-วัตถุ	17	4.25
อื่นๆ	4	1
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-19 และรูปที่ 4-19 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า มีนักท่องเที่ยวสนใจและชื่นชอบประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภูเขา ป่า น้ำตก ถ้ำ หรือ เขื่อน จำนวน 89 คน คิดเป็น 22.25% นักท่องเที่ยวสนใจและชื่นชอบประเภทแหล่งท่องเที่ยวใกล้ชายแดนหรือข้ามแดน จำนวน 252 คน คิดเป็น 63% นักท่องเที่ยวสนใจและชื่นชอบประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรม/งานเทศกาลจำนวน 29 คน คิดเป็น 7.25% นักท่องเที่ยวสนใจและชื่นชอบประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า จำนวน 9 คน คิดเป็น 2.25% นักท่องเที่ยวสนใจและชื่นชอบประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประวัติศาสตร์ โบราณสถาน-วัตถุ จำนวน 17 คน คิดเป็น 4.25 % และนักท่องเที่ยวสนใจและชื่นชอบประเภทแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ คือ รีสอร์ท และโรงแรม จำนวน 4 คน คิดเป็น 1%

#### 4.2.13 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยว ผลปรากฏดังตารางที่ 4-20 และรูปที่ 4-20

**ตารางที่ 4-20** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยว

ประเภทแหล่งข้อมูลข่าวสาร	จำนวน (คน)	เปอร์เซ็นต์ (%)
ข่าวสารจาก E-mail	18	4.5
ข่าวสารจาก website	37	9.25
คำชวนจากเพื่อน ญาติ	158	39.5
ข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์	31	7.75
ภาพ บทความจากหนังสือ วารสาร	64	16
การบอกเล่าปากต่อปาก	52	13
แผ่นพับ ใบปลิวจากบริษัทนำเที่ยว	28	7
ข่าวสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	18	4.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-20 และรูปที่ 4-20 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า มีนักท่องเที่ยวได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารและใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยได้ข่าวสารจาก E-mail จำนวน 18 คน คิดเป็น 4.5% ได้รับข่าวสารจาก website จำนวน 37 คน คิดเป็น 9.25% ได้รับข่าวสารคำชวนจากเพื่อน จำนวน 158 คน คิดเป็น 39.5% ข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 31 คน คิดเป็น 7.75% ได้รับข่าวสารจากภาพ บทความจากหนังสือ วารสาร จำนวน 64 คนคิดเป็น 16% การบอกเล่าปากต่อปาก จำนวน 52 คน คิดเป็น 13% ข่าวสารจากแผ่นพับ ใบปลิวจากบริษัทนำเที่ยวจำนวน 28 คน คิดเป็น 7% และข่าวสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 18 คน คิดเป็น 4.5%

#### 4.2.14 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามลักษณะอำนาจในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามลักษณะอำนาจในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ผลปรากฏดังตารางที่ 4-21 และรูปที่ 4-21

**ตารางที่ 4-21** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีจำแนกตามลักษณะอำนาจในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

อำนาจในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	เปอร์เซ็นต์ (%)
ตัดสินใจด้วยตนเอง	149	37.25
ครอบครัวมีส่วนร่วม	154	38.5

เพื่อนฝูงมีส่วนร่วม	91	22.75
ไม่ตัดสินใจด้วยตนเอง	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-21 และรูปที่ 4-21 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่ใช้อำนาจในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว โดยตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 149 คน คิดเป็น 37.25% ครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จำนวน 154 คน คิดเป็น 38.5% เพื่อนฝูงมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จำนวน 91 คน คิดเป็น 22.75% ไม่ตัดสินใจด้วยตนเอง เช่น ตามครอบครัวมา จำนวน 6 คน คิดเป็น 1.5%

#### 4.3 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ได้ผลการวิเคราะห์ ดังในตารางที่ 4 - 22

ตารางที่ 4 - 22 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า	อันดับที่
<b>ผลิตภัณฑ์ (Product)</b>				
แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ หลากหลาย และมีชื่อเสียง	3.75	.839	มาก	1
มีกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม	3.50	1.012	มาก	2
มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่ได้มาตรฐาน เช่น ที่พัก อาหาร รถ ที่เพียงพอ	3.42	.712	ปานกลาง	3
<b>ราคา (Price)</b>				
ราคาทัวร์ท่องเที่ยวมีหลายระดับราคา มีความเหมาะสมและคุ้มค่า	3.45	.845	ปานกลาง	1
ราคาที่พักมีความเหมาะสมไม่แพง	2.52	1.679	ปานกลาง	3
ราคาอาหาร ของฝาก ของที่ระลึกมีความเหมาะสม ไม่แพง	3.42	.780	ปานกลาง	2
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>				
การเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ สะดวกสบาย และปลอดภัย	3.55	.782	มาก	2
มีช่องทางการเดินทางให้เลือกหลากหลาย เช่น รถตู้ รถไฟ รถทัวร์ เครื่องบิน ฯลฯ	3.50	.933	มาก	3
มีบริษัทนำเที่ยวเป็นจำนวนมากให้เลือก	3.70	.723	มาก	1
<b>การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>				
ท่านสามารถได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ หรือแผ่นพับ	2.82	.747	ปานกลาง	2
มีการลดราคา และสมนาคุณ ให้กับนักท่องเที่ยว	3.30	.607	ปานกลาง	1

<b>พนักงาน (People)</b>				
พนักงานมีความสุขภาพ อ่อนน้อม และเป็นมิตร	3.40	.632	ปานกลาง	1
พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย สะอาด สวยงาม	3.40	.632	ปานกลาง	1
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	3.37	.774	ปานกลาง	3
<b>กระบวนการให้บริการ (Process)</b>				
การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอนได้มาตรฐาน	3.25	.776	ปานกลาง	2
มีผู้รับความคิดเห็น หรือแบบประเมินการบริการ	3.11	.707	ปานกลาง	3
พนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	3.29	.733	ปานกลาง	1
<b>สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ(Physical Evidence)</b>				
มีห้องน้ำ-สุขา สะอาด เพียงพอ สะดวก ต่อการใช้งาน	3.67	.615	มาก	2
สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศดีสะอาด และสวยงาม	3.80	.723	มาก	1
รวม	3.39	.361	ปานกลาง	

จากตารางที่ 22 ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดโดยรวม มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.39$ , S.D. = 0.36) เมื่อแยกเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

#### 4.3.1 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก ตามลำดับดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ หลากหลาย และมีชื่อเสียง ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 0.839) และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 1.012) ส่วนมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่ได้มาตรฐาน เช่น ที่พัก อาหาร รถ ที่เพียงพอ มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.42$ , S.D. = 0.712)

#### 4.3.2 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา (Price)

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา (Price) มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ตามลำดับดังนี้ ราคาทัวร์ท่องเที่ยวมีหลายระดับราคา มีความเหมาะสมและคุ้มค่า ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 0.845) ราคาอาหาร ของฝาก ของที่ระลึกมีความเหมาะสม ไม่แพง ( $\bar{X} = 3.42$ , S.D. = 0.780) และ ราคาที่พักมีความเหมาะสมไม่แพง ( $\bar{X} = 2.52$ , S.D. = 1.679)

#### 4.3.3 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ตามลำดับดังนี้ มีบริษัทนำเที่ยวเป็นจำนวนมากให้เลือก ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 0.723) การเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ สะดวกสบาย และปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.55$ , S.D. =

0.782) และมีช่องทางการเดินทางให้เลือกหลากหลาย เช่น รถตู้ รถไฟ รถทัวร์ เครื่องบิน ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.933)

#### 4.3.4 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ตามลำดับดังนี้ มีการลดราคา และสมนาคุณ ให้กับนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.30$ , S.D. = 0.607) และสามารถได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ หรือ แผ่นพับ ( $\bar{X} = 2.82$ , S.D. = 0.747)

#### 4.3.5 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านพนักงาน (People)

ปัจจัยทางการตลาดด้านพนักงาน (People) มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง ดังนี้ พนักงานมีความสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นมิตร และ พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย สะอาด สวยงาม เท่ากันที่ ( $\bar{X} = 3.40$ , S.D. = 0.632) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 3.37$ , S.D. = 0.774)

#### 4.3.6 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ (Process) มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในระดับปานกลางดังนี้ พนักงานให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.29$ , S.D. = 0.733) การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอนได้มาตรฐาน ( $\bar{X} = 3.25$ , S.D. = 0.776) และมีผู้รับความคิดเห็น หรือแบบประเมินการบริการ ( $\bar{X} = 3.11$ , S.D. = 0.707)

#### 4.3.7 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ปัจจัยทางการตลาดด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากดังนี้ สถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศดีสะอาด และสวยงาม ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 0.723) และมีห้องน้ำ สะอาด เพียงพอ สะดวก ต่อการใช้งาน ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.615)